

Większość Polaków wierzy, że system kaucyjny realnie poprawi czystość przestrzeni publicznej – wynika z badania „Nowe nawyki, nowe wyzwania. Jak Polacy postrzegają system kaucyjny?”, przeprowadzonego przez Biostat na zlecenie agencji doradczej 2PR. Aż 62,5% ankietowanych uważa, że wdrożenie systemu przyczyni się do ograniczenia ilości odpadów na ulicach, w parkach i w innych miejscach publicznych.

Badanie pokazuje jednak zróżnicowanie opinii w zależności od płci, wieku i miejsca zamieszkania. Mężczyźni (23,5%) częściej niż kobiety (15,5%) wyrażają sceptycyzm wobec realnego wpływu systemu na poprawę czystości. Z kolei im starsi respondenci, tym większe przekonanie o skuteczności tego rozwiązania – w grupie 18–29 lat pozytywne odpowiedzi sięgają 54,7%, a wśród osób powyżej 60. roku życia aż 69,4%. Największy optymizm odnotowano wśród mieszkańców miast średniej wielkości (100–200 tys. mieszkańców), gdzie 72,5% ankietowanych wierzy w pozytywny efekt systemu. Z kolei w największych aglomeracjach poparcie spada do 59%, a jednocześnie rośnie odsetek odpowiedzi negatywnych (24,4%), co może wskazywać na większy sceptycyzm wobec skuteczności rozwiązań systemowych w dużych miastach.

Rozszerzenie systemu – oczekiwania i obawy

Badanie pokazuje również, że Polacy w większości opowiadają się za możliwie szerokim zakresem działania systemu kaucyjnego. Blisko 60% respondentów (58,9%) uważa, że kaucja powinna obejmować jak najwięcej rodzajów opakowań po napojach – nie tylko plastikowe butelki i puszki, ale także kartony czy butelki po mleku.

Największe poparcie dla rozszerzenia systemu wyrażają osoby w wieku 50–59 lat (66,4%), podczas gdy najmłodszy badani (18–39 lat) częściej podchodzą do tego pomysłu sceptycznie – aż 28% z nich sprzeciwia się rozszerzeniu katalogu opakowań objętych kaucją. Opinie kobiet i mężczyzn w tym zakresie są natomiast bardzo zbliżone. Również w przypadku miejsca zamieszkania widać wyraźne różnice. Najwięcej zwolenników rozszerzenia systemu odnotowano w miastach średniej wielkości (64,8%). Z kolei najmniej przychylnie na ten pomysł patrzą mieszkańcy wsi (55,8%) i największych aglomeracji (56,9%), gdzie jednocześnie rośnie odsetek przeciwników – w metropoliach sięga on 26,8%.

- Z perspektywy operatora systemu widzimy, że kaucja ma ogromny potencjał, żeby realnie zmienić sposób, w jaki Polacy podchodzą do recyklingu. Na początku jednak system będzie funkcjonował głównie w oparciu o zbiórkę ręczną, szczególnie w mniejszych i średnich sklepach. Recykłomatów, choć docelowo bardzo ważnych, w pierwszych miesiącach będzie stosunkowo niewiele. Dlatego nasze zadanie jako operatora polega dziś nie tylko na rozwijaniu infrastruktury, ale przede wszystkim na zapewnieniu sprawnej logistyki, przejrzystych zasad i dobrego wsparcia dla punktów sprzedaży. To dzięki nim konsumenci odzyskują kaucję w możliwie najprostszy sposób. Badanie potwierdza, że Polacy oczekują czystszej przestrzeni publicznej i widzą w systemie realną szansę na zmianę. Naszą rolą jest przełożyć te oczekiwania na praktykę: zadbać o to, by każdy sklep mógł uczestniczyć w systemie, a konsumenci zyskali pewność, że ich wysiłek ma sens. Dopiero wtedy system będzie powszechny i wiarygodny – mówi Janusz M. Kamiński, rzecznik prasowy Reselekt.

- System kaucyjny to nie tylko infrastruktura i przepisy, ale także komunikacja, która decyduje o tym, czy konsumenci rozumieją jego sens i będą chcieli aktywnie w nim uczestniczyć. Wyniki badania pokazują, że różne grupy społeczne mają odmienne oczekiwania i poziom wiedzy, dlatego kampanie muszą być odpowiednio dopasowane do odbiorców. Kluczowe jest budowanie przekazu opartego na prostych

Nowe nawyki, nowe wyzwania. Jak Polacy postrzegają system kaucyjny?

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: wtorek, 30, wrzesień 2025 12:57

Alicja Cisowska

Odsłony: 812

korzyściach – czystsze otoczenie, wygoda i oszczędność. Ważne będzie również tłumaczenie, czy w ogóle jest możliwe rozszerzanie katalogu opakowań objętych kaucją. Bez przemyślanej komunikacji trudno będzie osiągnąć pełną skuteczność tego rozwiązania – dodaje Bartosz Sosnowka, partner zarządzający w agencji 2PR, która zleciła badanie.

Polacy chcą zmian, ale potrzebują wiedzy. Badanie potwierdza, że choć w większości pozytywnie postrzegamy system kaucyjny, to jego skuteczność zależy od odpowiedniej komunikacji i edukacji społeczeństwa. Kampanie informacyjne promujące korzyści płynące z uczestnictwa w systemie mogą okazać się kluczem do pełnego sukcesu – zarówno w miastach, jak i na terenach wiejskich.

Źródło: IP