Warszawa, 28 sierpnia 2025 r.

**Czy konsumenci są przygotowani na system kaucyjny?   
Eurocash właśnie uruchomił pierwszą wśród detalistów kampanię edukacyjną**

**Po intensywnych działaniach przygotowawczych do wdrożenia systemu kaucyjnego w sieciach Grupy Eurocash, właśnie rozpoczął się ich kolejny etap – kampania edukacyjna nt. funkcjonowania systemu. To pierwsza tego typu akcja, wspierająca niezależne sklepy w całej Polsce w edukacji ich klientów, nt. zwrotu opakowań objętych kaucją. Z przygotowanych na potrzeby kampanii materiałów mogą korzystać zarówno klienci sieci zrzeszonych w ramach Grupy, jak również wszystkie niezrzeszone sklepy dokonujące zakupów w hurtowniach i poprzez platformy zakupowe Eurocash. Do inicjatywy przystąpiło już ok. 5 tysięcy sklepów zrzeszonych w Grupie Eurocash i dołączają kolejne.**

Według dostępnych badań[[1]](#footnote-2) 75% konsumentów słyszało, że za miesiąc zacznie obowiązywać ustawa o systemie kaucyjnym, ale niemal ¾ Polek i Polaków nie posiada pełnej wiedzy, jak będzie on funkcjonował, a połowa[[2]](#footnote-3) z nas błędnie wskazuje, jakie opakowania będzie można zwrócić. To mocny sygnał, że edukacja w tym obszarze jest niezbędna i pilna. Dlatego Grupa Eurocash wyszła z inicjatywą kampanii edukacyjnej skierowanej do klientów sklepów – zarówno tych zrzeszonych w sieciach Grupy, jak i tych, które zaopatrują się w towar poprzez oferowane przez Eurocash rozwiązania.

*–* *Od początku było dla nas jasne, że chcemy zawalczyć nie tylko o konkurencyjność niezależnych sklepów, z których znakomita większość ze względu na swój mały metraż znalazłaby się poza systemem kaucyjnym, ale też o lojalność ich klientów* – mówi **Joanna Szubielska, starszy menadżer ds. zapewnienia jakości i BHP i liderka projektu systemu kaucyjnego w Grupie Eurocash**. *– Przeprowadziliśmy najpierw testy odbioru opakowań po napojach – zbiórkę manualną i butelkomaty – by zobaczyć, które rozwiązania sprawdzą się w danym formacie sklepu. Negocjowaliśmy z dostawcami maszyn i systemów kasowych, by móc zaproponować naszym franczyzobiorcom i klientom biznesowym, dokonującym zakupów w Eurocash, korzystniejsze niż na rynku warunki. Przygotowaliśmy też dla nich specjalny poradnik, który krok po kroku tłumaczy właścicielom sklepów, jak działa system kaucyjny i dlaczego warto się do niego przyłączyć. Teraz przyszła kolej na konsumentów – to również od nich będzie zależało powodzenie wdrożenia systemu kaucyjnego w naszym kraju* – dodaje Joanna Szubielska.

**Plakat dla każdego niezależnego sklepu**

Kampania edukacyjna prowadzona jest dwutorowo – zarówno do właścicieli sklepów, z informacją, dlaczego warto się przyłączyć i wywiesić plakat, jak też do konsumentów – poprzez plakaty papierowe i na ekranach LED w witrynach sklepów.

Grupa Eurocash przygotowała materiały – z brandingiem dla każdej swojej sieci, ale także uniwersalne (bez żadnego logotypu), które można powiesić w placówce. Plakaty drukowane można otrzymać od kierownika hurtowni Cash&Carry przy okazji zakupów lub od doradcy klienta.

W prosty i obrazkowy sposób konsumenci mogą dowiedzieć się, jakiego rodzaju opakowania można zwrócić, ile wynosi kaucja, jak przygotować opakowanie do zwrotu i w jaki sposób mogą być one odbierane przez sklep – przy kasie lub w butelkomacie (w zależności od rodzaju zbiórki w danym sklepie).

Akcją edukacyjną objęto ok. 15 tys. sklepów zrzeszonych w Grupie Eurocash w całej Polsce, jedna trzecia z nich już przystąpiła do kampanii i każdego dnia przyłączają się kolejne. Plakaty pobierają także przedsiębiorcy reprezentujący rynek niezależny – to dla nich spore ułatwienie i wsparcie w utrzymaniu lojalności swoich klientów.

– *Pomagamy lokalnym sklepom odnaleźć się w nowych realiach, tak żeby po wdrożeniu systemu kaucyjnego mogły nadal pełnić ważną rolę w swoich społecznościach, jednocześnie wspierając rozwój gospodarki obiegu zamkniętego. System kaucyjny stanie się jednym z kluczowych czynników kształtujących przyszłość małych sklepów –* mówi **Dominik Kasperek, prezes spółki Eurocash Sieci Partnerskie, współodpowiedzialny za projekt systemu kaucyjnego w Grupie.** – *Rezygnacja z udziału w systemie może wiązać się z utratą klientów, którzy wybiorą konkurencję oferującą wygodny zwrot opakowań i odzyskanie kaucji. Również dlatego uruchomiliśmy kampanię edukacyjną: aby uświadomić właścicielom sklepów, że decyzji w tej sprawie nie można odkładać –* dodaje.

**Grupa Eurocash** jest największym polskim hurtowym dystrybutorem produktów FMCG, organizatorem znanych sieci franczyzowych, agencyjnych i partnerskich - takich jak ABC, Delikatesy Centrum, Groszek, Gama, Duży Ben, Lewiatan czy Euro Sklep; partnerem logistycznym i technologicznym sklepów lokalnych, a także właścicielem marketu e-grocery nr 1 w Polsce: Frisco.pl. Klientami Eurocash są przede wszystkim lokalni przedsiębiorcy, którym Grupa oferuje z jednej strony efektywne modele biznesowe, a z drugiej skalę zakupową, logistykę, wsparcie marketingowe, dostęp do wiedzy oraz nowoczesne rozwiązania technologiczne wspierające prowadzenie i rozwój sklepu. Z liczbą ponad 20 tys. zatrudnianych pracowników i 90 tys. klientów, Eurocash od lat zajmuje miejsce w TOP10 największych polskich firm, kompleksowo kształtując rynek polskiego handlu i wyznaczając kierunki rozwoju branży. Dąży do tego, by wyznaczać trendy także w zakresie odpowiedzialności. Do 2030 r. Grupa zamierza zmniejszyć swoją emisję CO2 o 42 proc. w ramach strategii dekarbonizacji, jaką przyjęła w 2022 r. – w zgodzie z celami Porozumienia Paryskiego, w ramach ścieżki określonej przez Science Based Targets Initiative\* (SBTi).

1. Badanie „Czy jesteśmy gotowi na system kaucyjny?” zrealizowane przez agencję badawczą Zymetria na zlecenie Reverse Logistics Group; źródło: <https://www.portalspozywczy.pl/technologie/wiadomosci/konsumenci-gotowi-na-system-kaucyjny-quot-brakuje-pelnej-wiedzy-quot,278996.html> [↑](#footnote-ref-2)
2. Badanie redakcji “Wiadomości Handlowych" i firmy UCE Research, źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/opakowania-i-recykling/system-kaucyjny-i-rop/polacy-grzesza-niewiedza-o-systemie-kaucyjnym-poznaj-wyniki-naszego-badania-tylko-u-nas-2527622> [↑](#footnote-ref-3)