Informacja prasowa

Warszawa, 9 czerwca 2022

**Program #RecyklingDolceGusto teraz ze stacjonarnym odbiorem kapsułek w sklepach Carrefour**

**Od dzisiaj w wybranych sklepach Carrefour klienci mogą oddać do recyklingu kapsułki po kawie Nescafé Dolce Gusto. Kapsułki są zbierane do specjalnych koszy, z których trafią bezpośrednio do przetworzenia.**

Jak pokazują dane GfK[[1]](#footnote-1), z roku na rok rośnie liczba nabywców FMCG, którzy troszczą się o zmniejszanie ilości odpadów z tworzyw sztucznych. Nie tylko sami podejmują oni takie kroki, ale są przekonani, że marki i firmy muszą w dzisiejszych czasach brać odpowiedzialność za ochronę środowiska (79%). Najliczniejsza grupa kupujących (48%) kładzie szczególny nacisk na rolę biznesu w ograniczeniu ilości odpadów.

Celem współpracy Nescafé Dolce Gusto i sieci Carrefour jest ułatwienie recyklingu kapsułek, by nie trafiały one na wysypisko śmieci lub do środowiska. Rozszerzenie programu #RecyklingDolceGusto o stacjonarną zbiórkę ma zachęcić kolejnych konsumentów do włączenia się w akcję i oddawania kapsułek do przetworzenia. Projekt testowany jest w trzech warszawskich lokalizacjach Carrefour: w hipermarkecie w Galerii Mokotów oraz w dwóch supermarketach formatu City – przy ul. Anny German 20 oraz Dolnej 43/45. W każdym z punktów znalazły się specjalne kosze przeznaczone do zbiórki kapsułek. Wspólny projekt realizowany jest w ramach programów #RecyklingDolceGusto oraz “STOP Marnotrawstwu” sieci Carrefour, którego integralną część stanowi projekt “Droga do Zero Waste”.

*- Przyczynianie się do ograniczenia ilości generowanych odpadów, a tym samym zmniejszenia zanieczyszczenia środowiska to podstawowy cel projektu Carrefour “Droga do Zero Waste”. Cieszymy się, że wspólnie z Nescafé Dolce Gusto możemy aktywnie zachęcać naszych klientów do podejmowania kolejnych kroków ku bardziej zrównoważonemu życiu, poprzez tak proste działania jak recykling kapsułek po kawie. Jesteśmy przekonani, że projekt ten wspierany wspólnymi działaniami promocyjnymi, spotka się z dużym zainteresowaniem Polaków i na stałe wpisze się w ich codzienne zwyczaje dbania o naszą planetę* - **mówi Sylwester Mroczek, Manager Działu Rozwoju Formatów i Konceptów Handlowych w Carrefour Polska.**

Jak dokładnie działa program #RecyklingDolceGusto? Zebrane kapsułki przekazywane są bezpośrednio do zakładu, który je przetwarza. W automatycznym procesie kawa oddzielana jest od tworzywa, a każdy z surowców zostaje ponownie wykorzystany – kawa trafia do biogazowni w Boleszynie i zostaje wykorzystana do ogrzewania okolicznych domów, a z odzyskanego tworzywa powstaje regranulat, na bazie którego wytwarzać można nowe przedmioty.

**O Nescafé Dolce Gusto**

System Nescafé® Dolce Gusto® wykorzystuje dokładnie tyle kawy, wody i energii, ile potrzeba do zaparzenia jednej filiżanki napoju. Pozwala to zredukować zużycie tych surowców w porównaniu z ekspresami przelewowymi lub automatycznymi. Uruchomiony w czerwcu 2020 program #RecyklingDolceGusto pozwala odpowiedzialnie zarządzać zużytymi kapsułkami. Od rozpoczęcia programu, Nescafé Dolce Gusto wydało już ponad 40 tys. toreb do zbierania kapsułek, a niemal co 4. kupujący na [www.dolce-gusto.pl](http://www.dolce-gusto.pl) korzysta z usługi recyklingu.

**O Carrefour**

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce blisko 950 sklepów w 6 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów hurtowo-dyskontowych, osiedlowych i specjalistycznych oraz sklepu internetowego. Carrefour jest w Polsce również właścicielem sieci 20 centrów handlowych o łącznej powierzchni ponad 230 000 GLA oraz sieci ponad 40 stacji paliw. Więcej informacji o naszej działalności pod adresem serwiskorporacyjny.carrefour.pl, na Twitterze (@CarrefourPolska) oraz LinkedInie (CarrefourPolska).

Carrefour, jako jeden ze światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, która posiada ponad 13 000 sklepów w ponad 30 krajach. W 2021 r. Carrefour wygenerował sprzedaż w wysokości 81,2 miliarda euro. Grupa liczy ponad 320 000 pracowników, którzy pracują wspólnie, aby Carrefour został światowym liderem transformacji żywieniowej, oferując wszystkim klientom produkty spożywcze wysokiej jakości, ogólnie dostępne i w atrakcyjnej cenie. Więcej informacji na www.carrefour.com oraz na Twitterze (@GroupeCarrefour) i na LinkedInie (Carrefour).

1. GfK, Shopping Monitor 2022, źródło: raport własny GfK – „Sustainability. Who cares? Who does?”. Realizacja wywiadów sierpień 2021 r. [↑](#footnote-ref-1)