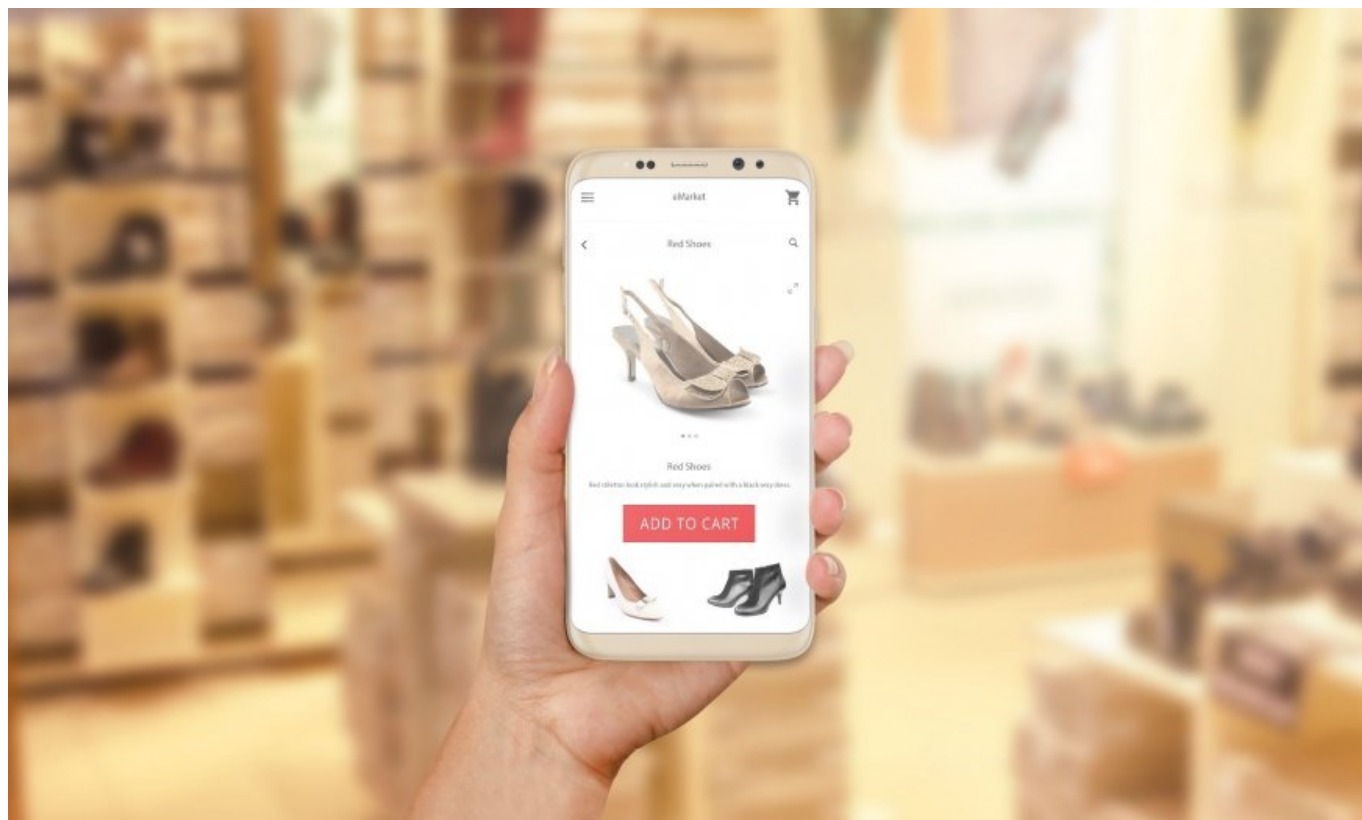


## Zakupy w internecie nie są ekologiczne! Czy można to zmienić?

data aktualizacji: 2020.01.17



**Polacy pokochali zakupy w Internecie. W ten sposób kupuje już 57 proc. internautów. Dzięki zakupom w sieci nie musimy jeździć, a potem chodzić po centrach handlowych. Oszczędzamy czas i paliwo, a często i pieniądze ze względu na atrakcyjne internetowe ceny. Zmniejszamy ruch na mieście, bo nie musimy ganiać za produktami. Zdawałoby się, że e-commerce w tym kontekście jest eko, ale czy faktycznie? - pytają autorzy raportu Green Generation. Wspólnie na rzecz Ziemi” przygotowanego przez Mobile Institute.**

Produkty przyjeżdżają do nas, często dowożone bezpośrednio do domu czy mieszkania. E-commerce to zwiększona produkcja, pakowanie, dostawy na duże odległości, dostawy ekspresowe do domu, zwroty. Dane z badania i raportu „Green Generation” pokazują, że 3/4 internautów i 87 proc. e-kupujących dostrzega jakieś nieekologiczne zachowania e-sklepów i dostawców. Z drugiej strony w e-commerce wdrażanych jest obecnie bardzo dużo innowacji związanych z ekologią jak dostawy do dedykowanych punktów odbioru, dostawy autami elektrycznymi, opakowania na wymiar bądź wypełniacze ekologiczne, zwrotne paczki itp.

Zacznijmy od tego, że kupujący w sieci są znacznie bardziej zainteresowani ekologią i świadomi stanu środowiska niż pozostali badani. Informacje dotyczące stanu i zmian środowiska naturalnego śledzi 60 proc. (w stosunku do 32 proc. internautów). Polskę za obszar zagrożony ekologicznie uznaje 83 proc., a zdaniem 89 proc. klimat na świecie się ociepla. W przypadku ogółu internautów w

obu przypadkach jest to mniej niż połowa badanych.

Wśród nieekologicznych działań, jakie e-kupujący dostrzegają w handlu cyfrowym są przede wszystkim używanie folii do pakowania przesyłek (31 proc.), pakowanie produktów spożywczych w woreczki foliowe i reklamówki (29 proc.), pakowanie małych produktów w duże paczki oraz używanie wypełniaczy (28 proc.), wysyłanie różnych elementów tego samego zamówienia partiami (23 proc.), brak opcji odbioru przesyłki w dedykowanym punkcie (18 proc.). Z większością wspomnianych zachowań w e-commerce klienci spotkali się osobiście (96 proc.).

Zdaniem Patrycji Sass-Staniszeńskiej, prezes Izby Gospodarki Elektronicznej w e-commerce nie jest łatwo być eko. - Sam fakt pakowania, zabezpieczania produktów, logistyki i transportu pojedynczych sztuk na często duże odległości powoduje duże zaangażowanie tworzyw sztucznych typu plastik. Można jednak zmienić stopniowo sytuację, między innymi wykorzystywać transport elektryczny, drony, czy rezygnować z folii bąbelkowej, a w ich miejsce użyć wielorazowych skrzynek z tworzywa albo worków jutowych. To są proste przykłady - wylicza Patrycja Sass-Staniszeńska.

Patrząc na wyniki wspomnianego raportu, można wywnioskować, że klienci e-commerce są w stanie zaakceptować pewne „niedogodności” w imię ekologicznych zakupów i przesyłek, a za część nawet dopłacić. Są też otwarci na nowe rozwiązania. Dłużej na przesyłkę chce poczekać 44 proc. kupujących w sieci. 20 proc. z nich poczeka nawet 5 dni dłużej, a połowa - 3 dni. 31 proc. zgadza się dopłacić za to, aby dostawca zapakował produkty bez użycia folii, w przyjazne środowisko opakowania. Najchętniej dopłacimy 1-2 zł, a co 4. klient do 5 zł. Kupujący w sieci bardzo pozytywnie oceniają też różne innowacyjne pomysły na zmniejszenie wpływu e-commerce’u na środowisko, w tym: dostawy paczek przy pomocy samochodów elektrycznych, opcje wyboru podczas zakupów opakowania bez folii lub mniejszej paczki, możliwość wyszukiwania w e-sklepach (filtrowania, sortowania) pod kątem przyjazności środowisku, zwiększenie liczby punktów odbioru paczek, jak paczkomaty i paczki zwrotne.  $\frac{3}{4}$  e-klientów uznaje paczkomaty za rozwiązanie proekologiczne, a ponad połowa ich użytkowników odbiera przesyłki przy okazji, gdy są w pobliżu, a więc nie dojeżdżając do nich specjalnie i nie generując śladu węglowego.

Konsumenci kupujący w sieci swoją wrażliwość na problemy środowiska przenoszą też do offline’u. Napoje kupują przede wszystkim w szklanych butelkach (40 proc.). 51 proc. z nich jest przychylnych pomysłowi kaucji na butelki w Polsce (vs 26 proc. wśród wszystkich badanych). 46 proc. używa podczas zakupów codziennych najczęściej torby materiałowej. Z jednorazowych foliówek korzysta tylko 11 proc.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/zakupy-w-internecie-nie-sa-ekologiczne-czy-mozna-t,60166>