



Warszawa, 12 września 2018

Informacja dla mediów

Wspólne cele Starbucks i Fundacji Nasza Ziemia

Istotnym elementem działalności Starbucks jest inspirowanie do dbałości o środowisko naturalne. Wspólne cele połączyły największą sieć kawiarni na świecie z Fundacją Nasza Ziemia. Starbucks został partnerem tegorocznego śniadania prasowego inaugurującego jubileuszową 25 edycję Akcji „Sprzątanie świata – Polska”. Jednym z głównych celów działalności Fundacji jest ograniczanie ilości odpadów. Starbucks realizuje ten cel m.in. przez trzy ważne projekty: NextGen Cup Challenge, wycofanie plastikowych słomek oraz zniżkę dla klientów przychodzących do kawiarni z własnym kubkiem.

Nieodłącznym elementem misji Starbucks są konkretne działania podejmowane na rzecz lokalnych i globalnych społeczności. Starbucks pozyskuje 99% kawy ze zrównoważonych oraz prowadzonych etycznie upraw, spełniających wymagania zapisane w C.A.F.E Practices. Tworzy specjalne fundusze pomocowe dla farmerów i ich rodzin. Starbucks podejmuje również bezpośrednie działania na rzecz ochrony środowiska, które są realizowane w ramach poszczególnych rynków, na których operuje marka. – *Bardzo istotne jest dla nas minimalizowanie wpływu na środowisko. Specjalnie dla naszych Gości tworzymy rozwiązania, które mają nam wszystkim pomóc przyczynić się do poprawy stanu środowiska. Trzy główne ekologiczne projekty realizowane obecnie w Starbucks to zachęcanie Gości do przychodzenia do kawiarni z własnym kubkiem, decyzja o wycofaniu plastikowych słomek ze wszystkich kawiarni na świecie do 2020 roku oraz inicjatywa NextGen Cup Challenge.* – mówi Katarzyna Pijanowska, Brand Manager Starbucks.

Przyjdź po kawę z własnym kubkiem

Od początku działalności w Polsce Starbucks zachęca do przychodzenia do kawiarni z własnym kubkiem. Na tych, którzy zdecydują się na takie rozwiązanie, czeka 1 zł zniżki na dowolny napój. Poza ofertą kaw i napojów, w kawiarniach dostępny jest także szeroki wybór kubków termicznych wielokrotnego użytku zaprojektowanych w różnych stylach. Dla fanów charakterystycznych białych kubków dostępne są specjalne kubki wielorazowe o identycznym designie, które można zakupić za 10 złotych i używać do końca życia. Na początku roku w Wielkiej Brytanii Starbucks wprowadził także eksperymentalnie dodatkową opłatę za papierowe kubki w 25 kawiarniach. W związku z pozytywnymi wynikami testów, w lipcu dodatkowa opłata została wprowadzona w 950 kawiarniach na terenie Wielkiej Brytanii. Dzięki temu zanotowano bardzo duży wzrost liczby Gości przychodzących do kawiarni z własnym kubkiem.

Do 2020 roku Starbucks wycofa plastikowe słomki

W lipcu Starbucks zobowiązał się do wycofania plastikowych słomek z wszystkich kawiarni na świecie do 2020 roku. Plastikowe, jednorazowe słomki zostaną zastąpione przez specjalne pokrywki, które są cięższe od słomek, a co za tym idzie dużo łatwiej poddać je procesowi segregacji i recyklingowi, również ze względu na zawarty w pokrywce polipropylen, który jest plastikiem powszechnie akceptowalnym jako możliwy do recyklingu. Ponadto, specjalnie dla osób, które potrzebują słomek,

w kawiarniach znajdują się słomki wykonane z alternatywnych materiałów, np. papieru i innych tworzyw, które można poddać recyklingowi. Dzięki tej decyzji liczba jednorazowych słomek zużywanych rocznie na świecie zmniejszy się nawet o miliard.

Next Gen Cup Challenge

Każdego roku na świecie sprzedawane są napoje w około 600 miliardach plastikowych i papierowych kubków. Mimo, że tylko 1% z nich pochodzi ze Starbucks, celem marki jest rozwiązanie problemu odpowiedniego recyklingu tych kubków dla dobra całej branży. W marcu tego roku Starbucks przeznaczył 10 milionów dolarów dofinansowania dla organizacji Closed Loop Partners i założonego przez nią Center for the Circular Economy. We współpracy z Closed Loop Partners Starbucks uruchomił program NextGen Cup Challenge. Celem programu jest stworzenie w pełni biodegradowalnego kubka, którego specyfikacja zostanie udostępniona wszystkim firmom w branży. Do udziału w projekcie, który wystartował w sierpniu, mogą zgłaszać się przedsiębiorcy, eksperci branżowi oraz osoby poszukujące innowacyjnych rozwiązań w recyklingu. Autorzy siedmiu najlepszych pomysłów wezmą udział w półrocznym programie akceleracyjnym, w ramach którego otrzymają milion dolarów dotacji na sfinansowanie swojego rozwiązania. W skład rady programowej projektu wchodzi liderzy ekologicznych organizacji pozarządowych, w tym WWF, przedstawiciele uniwersytetów, przemysłu papierniczego, przemysłu tworzyw sztucznych oraz firmy recyklingowe. Dzięki NextGen Cup Challenge ma powstać globalne i kompleksowe rozwiązanie, które pozwoli na to, by 600 miliardów kubków rocznie na całym świecie otrzymało drugie życie.

Biuro prasowe Starbucks w Polsce:

Maja Głuśniewska

starbucks@greatminds.pl

tel. +48 22 212 88 30 w. 69

tel. kom. 512 352 187

##

Informacja o Starbucks

Historia Starbucks Coffee Company zaczęła się w 1971 roku w Seattle. Obecnie, dysponując kawiarniami na całym świecie, Starbucks Coffee Company jest wiodącą firmą w dziedzinie pozyskiwania, sprzedaży i palenia kawy. Opierając się na naszym zobowiązaniu i przyjętych przez nas wartościach, z każdym kubkiem kawy dostarczamy naszym klientom niepowtarzalną atmosferę i wyjątkowe wrażenia (Starbucks Experience). Aby dowiedzieć się więcej o Starbucks Experience zapraszamy do naszych kawiarni oraz na strony www.starbucks.com i www.starbucks.pl, a także na profil Starbucks na portalu Facebook.

Informacja o AmRest

AmRest Holdings SE jest największą publicznie notowaną spółką restauracyjną w Europie Środkowo-Wschodniej. Do zarządzanych przez nią marek należą: KFC, Pizza Hut, Starbucks i Burger King. AmRest jest także właścicielem wyjątkowej marki La Tagliatella oraz dwóch chińskich conceptów: Blue Frog i KABB. Obecnie Spółka zarządza ponad 1600 restauracjami w segmencie restauracji szybkiej obsługi (Quick Service Restaurants) i restauracji z obsługą kelnerską (Casual Dining Restaurants) w 16 krajach: Polsce, Czechach, Słowacji, Słowenii, na Węgrzech, w Bułgarii, Rumunii, Serbii, Chorwacji, Rosji, Hiszpanii, Portugalii, Francji, Austrii, Niemczech i Chinach.