



تاریخ: ۱۴۰۳/۱۱/۱۷

شماره: د - ۲۷ - ۲۱۰۲۷

ریاست محترم اتحادیه کشوری فروشگاه‌های زنجیره‌ای

با عرض سلام و تحیت،

با پیشنهاد آقای دکتر سامان اصفهانی نامه حاضر برای معرفی طرح ودیعه گذاری بر بطری‌ها در کشور نگارش شده است. خواهشمند است در صورت صلاحدید و تایید با اعضای محترم اتحادیه به اشتراک گذاشته شود.

ایده ودیعه گذاری بر بطری‌ها بسیار ساده و در عین حال موثر است: بطری یکبار مصرف مبلغ کمی "گروپی" (یا ودیعه) دارد، مصرف کننده در ابتدا گروپی را به همراه قیمت نوشیدنی پرداخت می‌کند، و پس از مصرف بطری خالی را تحویل داده و گروپی را عینا پس می‌گیرد. با همین روش ساده می‌توان نرخ بازیافت بطری‌های یکبار مصرف تا بالاتر از ۹۰ درصد (مثلا در آلمان، نروژ و فنلاند) رساند.

اینجانب به دلیل اهمیت و جذابیت موضوع از سال ۱۳۹۵ کار در حوزه ودیعه‌گذاری بر بطری‌ها را به اتفاق دو نفر از همکاران دانشگاهی (آقایان دکتر هوشفر و دکتر زاویه) آغاز کردم. اولین طرح در این زمینه با عنوان سہباران شناخته می‌شود که سایت^۱ و جزییات آن فعالیت همچنان در دسترس است. بعد از چندین سال فعالیت محدود، با بازگشت اینجانب به کشور، فعالیت‌ها گسترده‌تر شد و بعد از مدت‌ها پیگیری، اولین همایش ملی ودیعه‌گذاری بر بطری‌ها را در دانشگاه علم و صنعت ایران در سال ۱۴۰۱ برگزار کردیم. بعد از آن در انتهای سال ۱۴۰۲ "پایلوت طرح ودیعه‌گذاری بر بطری‌های پلیمری و فلزی" را تعریف و با حمایت معاونت علمی فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری آغاز کردیم که در حال حاضر به روزهای پایانی خود نزدیک می‌شود. حالا با برگزاری دومین همایش ملی ودیعه‌گذاری بر بطری‌ها در بهمن ۱۴۰۳، در صدد هستیم تا موضوع را برای ایجاد زمینه‌های قانونی آن در کشور، یک گام دیگر پیش ببریم.

در خصوص منافع طرح در صورت اجرا در سطح ملی برای صنعت خرده‌فروشی شواهد متعدد در کشورهای غربی خصوصا اروپایی وجود دارد. خرده‌فروش بطری‌های استفاده‌شده را از مصرف‌کننده (معمولا به صورت مکانیزه و با استفاده از دستگاه‌های پس‌خرید^۲) دریافت کرده و ودیعه آنرا بازپرداخت می‌کند و سپس این بطری‌ها برای اجرای فرایند بازیافت ارسال خواهند شد. خرده‌فروش به ازای هر واحد بطری ارسال شده، مبلغی تحت عنوان "تعرفه عملیات" که میزان آنرا قانون تعیین می‌کند، دریافت خواهد کرد. این مبلغ نه تنها هزینه‌های اجرای طرح اعم از هزینه فضا، انرژی و پرسنلی را می‌پوشاند، بلکه مقداری نیز سود عاید خرده‌فروش خواهد کرد.

¹ Sahbaran.ir

^۲ معادل مصوب فرهنگستان زبان فارسی برای (RVM) Reverse Vending Machine

علاوه بر فایده مستقیم مالی، فواید غیرمستقیم اقتصادی نیز برای خرده‌فروش‌ها بر این طرح مترتب است. مطالعات انجام شده در کشورهای مختلف از جمله آمریکا و هلند نشان می‌دهد که رابطه مستقیمی میان تعداد مراجعه‌کنندگان به سوپرمارکت‌ها و مهیا بودن شرایط برای بازپس‌دادن بطری‌های استفاده‌شده آنها وجود دارد. به این معنی که فروشگاه‌های دارای امکانات بهتر برای دریافت بطری‌های استفاده‌شده، مشتری‌های بیشتری دارند و مصرف‌کننده‌ها به چنین فروشگاه‌هایی بیشتر اقبال می‌کنند. طبعاً رفت و آمد بیشتر مشتری‌ها به یک فروشگاه به صورت مستقیم به افزایش خرید آنها و نهایتاً درآمد آن فروشگاه ترجمه می‌شود.

یکی از مطالعات اجتماعی در این زمینه توسط یک مجموعه صنعتی در سوئد^۳ در سال ۲۰۱۴ انجام شد که در آن ۱۸۰۰ شهروند سوئدی در رابطه با رفتار بازیافتی آنها در مورد بطری‌های یک‌بارمصرف مورد سوال قرار گرفتند. در این مطالعه مشخص شد که ۹۳٪ افراد مورد سوال آخرین باری که برای تحویل بطری‌های استفاده‌شده به یک فروشگاه مواد غذایی رفته‌اند، از آنجا خرید نیز کرده‌اند. این عدد به روشنی میزان افزایش تردد مشتریان به فروشگاه‌هایی که تجهیزات دریافت بطری را دارند نشان می‌دهد که ترجمان آن منفعت اقتصادی قابل توجه برای خرده‌فروش است.

همچنین در سال ۲۰۱۳ پژوهشی مرتبط در آمریکا توسط گروه پژوهشی منافع عمومی نیویورک^۴ انجام شد. در این مطالعه ۱۱۰۰ نفر از افرادی که برای بازپس‌دادن بطری‌های استفاده‌شده به فروشگاه‌های مواد غذایی مراجعه کرده بودند، مورد مصاحبه قرار گرفتند. بر طبق نتایج این پژوهش، ۶۸ درصد از افرادی که بطری‌های استفاده‌شده خود را تحویل دادند، در همان فروشگاه نیز خرید کردند. ۸۱ درصد از این مشتری‌ها اعلام کردند که به صورت معمول از همین فروشگاه‌هایی که بطری‌های استفاده‌شده را در آن تحویل می‌دهند، خرید می‌کنند. ۵۷ درصد از مشتری‌های مصاحبه شده بیان کردند که فروشگاه مورد نظر را برای خرید انتخاب کردند "به این دلیل که تجهیزات مناسب و راحتی برای بازپس‌دادن بطری‌های استفاده‌شده دارد."

ص ۲ از ۳

نتایج مطالعه انجام شده در سال‌های اخیر توسط موسسه معتبر تی.ان.اس گالوپ^۵ نشان می‌دهد که در فنلاند، نروژ و هلند مشتری‌هایی که بطری‌های استفاده‌شده را در یک فروشگاه مواد غذایی تحویل می‌دهند، بیشتر از مشتریانی خرید می‌کنند که در آن فروشگاه بطری تحویل نمی‌دهند. میزان درصدی این اختلاف در همان سال در هلند ۵۱٪ و متوسط عددی آن ۱۶ یورو بوده است، به این معنی که مشتریان تحویل‌دهنده بطری‌های استفاده‌شده به صورت متوسط ۱۶ یورو بیش از سایرین در همان فروشگاه خرید می‌کنند. این نتایج با مطالعات قبلی که در سوئد شده بود همخوانی دارد و به نظر می‌رسد احتمال خرید مشتریان در فروشگاه‌هایی که بطری استفاده‌شده را تحویل می‌دهند، همیشه بیشتر از فروشگاه‌هایی است که این امکان را ندارد.

^۳ "Swedish Container-Deposit Habit", Tomra Systems ASA, 2014.

^۴ "Shop Where You Drop: A Survey of Consumer Bottle Return Habits", The New York Public Interest Research Group, 2013.

^۵ TNS Gallup Shoppers Profiling in Norway, Finland, Holland 2003.

در مطالعه دیگری از گروه پژوهشی منافع عمومی نیویورک⁶ تحت عنوان "بطری بیشتر، شغل بیشتر" نشان داده شده که بعد از اجرای قانون ودیعه‌گذاری بطری‌ها در سال ۲۰۰۹ شغل‌های بیشتری در بخش خرده‌فروشی مواد غذایی ایجاد شده و این کسب و کار به صورتی ملموس از اجرای این قانون منتفع شده است.

با توجه به مطالب ذکر شده مشخص است که فروشگاه‌های بزرگ مواد غذایی منافع بزرگی در طرح ودیعه‌گذاری بر بطری‌ها در همه نقاط اجرای طرح داشتند و به صورت طبیعی متحد بزرگی برای این طرح محسوب می‌شوند. آقای پیت وینک مدیر ارشد فروشگاه‌های زنجیره‌ای معروف آلدی در اروپا معتقد است که "ما فروشگاه‌های زنجیره‌ای باید حامی طرح ودیعه‌گذاری بر بطری‌ها باشیم، نه فقط برای محیط زیست که برای کسب و کار خودمان"^۷.

امیدواریم با توجه به اهمیت ملی طرح و مجموعه منافع اقتصادی و زیست محیطی آن، با حمایت مجموعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای به راه‌اندازی و توسعه این طرح در کشور جامه عمل بپوشانیم.



با تقدیم احترام،

دکتر مهدی داراب

مسئول پایلوت طرح ودیعه‌گذاری بر بطری‌های پلیمری و فلزی

ص ۳ از ۳

⁶ More Bottles, More Jobs, The New York Public Interest Research Group, 2013.

⁷ Piet Vink, Aldi CFO: 'The choice of RVM under DRS regulation for Aldi', Global Deposit Summit, Edinburgh, 2016