**Kawiarnie przechodzą na eko**

**Ekorewolucja w gastronomii stała się faktem. Także branża kawowa odczuła jej silny podmuch. Trend ten zbiegł się z wysypem rzemieślniczych palarni, z założenia bardziej tradycyjnych i przyjaźniejszych środowisku. Mamy więc u baristów rewolucję do kwadratu. I jak każda rewolucja ma ona swoje koszty.**

- Można powiedzieć, że rok 2019 upłynął pod znakiem eko. W 2020 możemy się spodziewać kontynuacji tego trendu, ponieważ jest bardzo możliwe że do 2021 roku z krajów unijnych zostaną wycofane m.in. plastikowe słomki, sztućce i talerze. Już dziś jednak zmiany zauważalne są na każdym kroku. A co najważniejsze, ekologicznych rozwiązań oczekują sami klienci – mówi Marcin Zalewski, właściciel marki Mobilny Barista, sprzedającej kawę z segmentu speciality i sprzęt do kawiarni oraz prowadzącej szkolenia dla baristów.

Z własnym kubkiem taniej

Sam fakt, że z roku na rok rośnie segment kawy speciality i powstaje coraz więcej rzemieślniczych kawiarni, wskazuje na budzącą się świadomość konsumentów, którym nie wystarcza już oferta kilku komercyjnych marek, dominujących do tej pory na polskim rynku. Chcą oni wiedzieć, jaką kawę piją, skąd pochodzi, jak jest parzona. Ci sami świadomi klienci są zazwyczaj także zwolennikami nurtu eko. Często pojawiają się w kawiarniach ze swoim własnym kubkiem czy termosem. Białostocka the Wite Bear Coffee zachęca do tego bywalców wprowadzając bonusy do „czarnej” we własnym kubku na wynos. Chce skłonić w ten sposób klientów do korzystania z kubków wielokrotnego użytku. Wkrótce w stolicy Podlasia powstanie kolejna kawiarnia tej marki i od początku wprowadzona zostanie tam zasada „z własnym kubkiem taniej”.

- Angażujemy się i wspieramy ekologiczny ruch w miarę możliwości. W naszych kawiarniach można kupić na przykład eko torby wykonane z materiałów z odzysku przez lokalną firmę Recobag. To artystyczne rękodzieło, nie ma dwóch takich samych toreb – dodaje Urszula Olechno, współwłaścicielka kawiarni the White Bear Coffee.

Z kukurydzy, otrębów, bambusa

Ekologiczne zaopatrzenie dla branży gastronomicznej było chyba najbardziej poszukiwanym w zeszłym roku asortymentem na rynku. Pojawiły się firmy wyspecjalizowane w jego produkcji i dystrybucji. W obrocie są np. naczynia jednorazowe wykonane z otrębów pszennych, skrobi kukurydzianej, liści palmowych, bambusa, trzciny cukrowej. Wiele zespołów naukowych pracuje aktualnie nad nowymi udoskonalonymi wariantami tzw. bioplastików.

- Klienci przywiązują do opakowań naprawdę ogromną wagę, szczególnie młodzi, ale nie tylko. przychodząc do kawiarni sprawdzają, w jakim kubku dostaną napar, jakich pokrywek i mieszadełek używamy, jakie śmieci wyrzucamy. Komentują to potem w internecie, recenzują w mediach społecznościowych – mówi Marcin Zalewski z Mobilnego Baristy.- Zdecydowaliśmy się na kubki ze sprasowanej kukurydzy (tzw. PLA). Rozkłada się ona w przeciągu trzech miesięcy, podczas gdy polistyren 500 lat. Na klientach duże wrażenie robią też tekturowe przykrywki, w wielu kawiarniach nadal używa się plastikowych. Słomki stosujemy papierowe, mieszadełka są drewniane. Kawę pakujemy w tekturowe pudełka z odzysku. Nie mamy w ogóle butelkowanej w plastik wody, używamy tylko tej z dystrybutorów. Staramy się radyklanie ograniczać plastikowe śmieci. I mamy już feedback – ludzie to doceniają.

Pomówmy o kosztach

W deklaracjach wszyscy – zarówno właściciele lokali jak i klienci – są zwolennikami ekorewolucji. Obrazy wysp śmieci pływających po morzach, czy ciężkiego smogu wiszącego nad wieloma miastami budzą zrozumiałe obawy. Szacunki mówią, że do 2050 roku więcej będzie w oceanach plastiku niż ryb. Trudno więc, by ktoś był przeciwnikiem ekologii.

Furorę zrobiła akcja z udziałem polskich celebrytów „Tu pijesz bez słomki”. Po trzech dniach włączyło się do niej 150 punktów gastronomicznych. Pokazuje to, że przedsiębiorcy powinni się liczyć z opinią publiczną i przekonaniami klientów. Chcąc iść z duchem czasu i dbać o wizerunek, muszą wykazać społeczną wrażliwość i opowiedzieć się „po jasnej stronie mocy”. Powinni jednak mieć także świadomość tego, że wprowadzanie eko rozwiązań po prostu kosztuje.

Coraz częściej w lokalach można zaobserwować taką scenkę. Klienci kupują jakiś napój, a że jest ich wesoła kompania proszą o klika rurek. W odpowiedzi słyszą: „Niestety przeszliśmy na eko i do jednego napoju przysługuje tylko jedna rurka”. Chodzi oczywiście o zredukowanie śmieci, ale też o koszty. Paczka plastikowych słomek kosztuje 7 – 10 zł, a papierowych 45 – 50 zł, czyli pięć razy drożej. Podobnie jest z cenami innych produktów.

- Za kubek z kukurydzy płacimy 54 grosze, podczas gdy zwykły, plastikowy można kupić już za 11 groszy. Gdybyśmy zaczęli przerzucać na klientów te 50 groszy, to pewnie bylibyśmy podejrzewani o zawyżanie cen. Źle postrzegane jest też pozostawienie gościom wyboru. Bardzo słabo wizerunkowo to wygląda, gdy w kawiarni pojawia się ogłoszenie: „Chcesz w eko kubku dopłać 50 gr.” Niewątpliwe zarządzający takim lokalem spotkaliby się z zarzutami, że chcą na eko zarobić. Nie ma więc wyjścia, koszty rewolucji poniosą właściciele punktów. Znaczy to, że budżetową pozycję „kubek jednorazowy” też trzeba pomnożyć przez 5 – szacuje Marcin Zalewski z Mobilnego Baristy.

Rozumie jednak, że nie ma od tego odwrotu. Argumenty są bardzo przekonujące. Statystyczny Polak wytwarza rocznie około 29 kg plastikowych śmieci, nasi europejscy sąsiedzi z Zachodu 31 kg, zaś Amerykanie ponad 80 kg. W Stanach każdego roku zużywa się ponad 14,5 mld jednorazowych kubków.