



## **Robico dołącza do Friends of Glass oraz popiera kampanię „Nothing to hide”**

ZUH Robico, oferujący szeroką gamę produktów mlecznych w tym Zimne Mleko w szklanej butelce, wyraża uznanie dla działań promujących opakowania szklane. Firma dołączyła właśnie do forum konsumentów - Friends of Glass oraz popiera najnowszą kampanię „Nothing to hide”, realizowaną przez Europejską Federację Opakowań Szklanych (FEVE). Aktywności te, to kolejny etap kampanii edukacyjnej „Zdrowo w szkle”, prowadzonej wspólnie z producentem opakowań szklanych: O-I.

### **„Zdrowo w szkle”**

ZUH Robico oraz producent opakowań szklanych, firma O-I, mając na uwadze zalety szkła, postanowiły podjąć współpracę w ramach kampanii „Zdrowo w szkle”. Wspólne przedsięwzięcie, które wystartowało w listopadzie, ma na celu uświadomienie zarówno konsumentom, jak i producentom pozytywnego wpływu szkła na zdrowie ludzkie i środowisko naturalne. Zróżnicowane aktywności będą również prowadzone na platformie społecznościowej Facebook. Kolejnym krokiem wspólnej kampanii jest wyrażenie aprobaty dla Friends of Glass oraz „Nothing to hide”.

### **Robico dołącza Friends of Glass oraz popiera kampanię “Nothing to hide”**

Friends of Glass, czyli Europejskie Forum Konsumentów, wspierane przez Europejską Federację Opakowań Szklanych, reprezentuje branżę opakowań szklanych na poziomie międzynarodowym. Główną misją Friends of Glass jest promowanie opakowań szklanych, podnoszenie świadomości na temat walorów szkła oraz prezentowanie zalet recyklingu szklanych opakowań. Główną platformą komunikacyjną forum w Polsce, jest interaktywna strona <http://www.friendsofglass.com/pl>. Użytkownicy mogą między innymi zostać „oficjalnym przyjacielem szkła”, poznać najważniejsze fakty dotyczące szkła oraz posłuchać Hanka – śpiewającego p swoim życiu w postaci szklanej butelki.

Konsumenci coraz częściej sami dostrzegają zalety opakowań szklanych i domagają się większej dostępności żywności w szkle na rynku. Potwierdzają to wyniki przeprowadzonych w 2010 roku badań<sup>1</sup>. Az 88% Europejczyków wybiera żywność w szklanych opakowaniach. Uzyskane wyniki wykazały również, że konsumenci mają ograniczony dostęp do żywności i napojów w szklanych opakowaniach, pomimo, że chęć taką wyrażają.

Przeprowadzone badania zainicjowały europejską kampanię informacyjną „Nothing to hide”, obejmującą swym zasięgiem 19 europejskich krajów. Jej celem jest ukazanie korzystnego wpływu szklanych opakowań na zdrowie oraz środowisko naturalne. Uświadamia ona także odbiorcom, że nie tylko jakość produktu, ale i opakowanie jest istotne z punktu widzenia zdrowia i ekologii. W Polsce kampanii „NIC do ukrycia” poświęcony jest portal [www.nothingisgoodforyou.pl](http://www.nothingisgoodforyou.pl). Konsumenci, mogą się dzięki niemu dowiedzieć, że szkło ma zbawienny wpływ nie tylko na środowisko naturalne, ale i zdrowie ludzkie. Jest ono materiałem obojętnym, co pod względem migracji substancji do żywności i napojów czyni je najbezpieczniejszym opakowaniem na rynku.

*„Współczesny konsument to świadomy odbiorca. Wie czego chce i wybiera produkty odpowiadające jego potrzebom. Europejska Federacja Opakowań szklanych dostrzega te*

<sup>1</sup> Badanie Consumer Preference & Packaging in Europe zlecone przez FEVE, przeprowadzone w sierpniu 2010 roku w 19 krajach Europy, w tym Polsce, przez TNS. W badaniu wzięło udział 9,5 tysiąca respondentów.



potrzeby, popierając aktualne trendy statystykami. Popierając oba przedsięwzięcia prezentujemy nasze przekonania, które znajdują wyraz w naszej ofercie mleka w szklanej butelce. Opakowanie szklane nie zmienia smaku, chroni przed utratą wartości odżywczych, nie zawiera żadnych substancji szkodliwych. Z tego też względu, doceniając szkło jako doskonały materiał opakowaniowy oraz mając na uwadze ochronę środowiska dołączamy do Friends of Glass oraz aktywnie wspieramy działania wokół kampanii „Nothing to hide” mówi Alicja Tomaszewska, Specjalista ds. Handlu i Marketingu.

### **Dlaczego szkło dla Zimnego Mleka?**

Sztandarowy produkt z portfolio ROBICO - Zimne Mleko sprzedawane jest w butelce szklanej. Obecnie jest to jedyne mleko na polskim rynku zapakowane w tego typu opakowaniach. Produkt kierowany jest do wymagających klientów, doceniających niezawodną jakość oraz wyjątkowy, niepowtarzalny smak.

Robico, mając świadomość jak istotna jest ochrona najwyższej jakości mleka, wybrało opakowanie, które taką ochronę może zapewnić. Szkło wykonane z trzech naturalnych składników, może ulec wielokrotnemu przetworzeniu, chroniąc przy tym środowisko naturalne. Dzięki pełnej sterylności oraz zerowej transmisji nie wchodzi ono także w reakcję z produktem i nie zmienia jego właściwości. Szklana butelka działa również jak naturalna bariera przed drastycznymi zmianami temperatur i rozwojem bakterii, co jest niezwykle ważne w przypadku mleka.

*„Wybór szklanej butelki do mikrofiltrowanego Zimnego Mleka był oczywisty. Mając na uwadze dobro naszych klientów, ochronę jakości naszego produktu oraz środowisko naturalne był to jedyny możliwy wybór. Przyłączamy się do Friends of Glass i w pełni popieramy działania kampanii „NIC do ukrycia” podnoszącej świadomość konsumentów na temat walorów szklanych opakowań”* podkreśla Edyta Rapsiewicz, Dyrektor ds. Handlu i Marketingu.

### **Robico**

Zakład Usług Handlowych ROBICO został założony w 1988 roku przez Federację Związków Zawodowych Pracowników Mleczarstwa w Polsce. Oferuje świeże, czyste i naturalne produkty mleczne najwyższej jakości: kefir, maślanek naturalną i owocową, śmietanę oraz świeże mleko mikrofiltrowane w szklanej butelce.

ZUH ROBICO nie jest producentem, ale sprzedaje produkty pod własną marką. Produkcję zleca zakładom mleczarskim (aktualnie OSM Krośnice), którym przekazuje technologiczne know-how, dostarcza opakowania, maszyny i urządzenia do produkcji. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Krośnicach (oddział Niedrzew) to nowoczesny zakład produkcyjny, posiadający certyfikowane systemy jakości HACCP i ISO 9001. Dodatkowe informacje można znaleźć na stronie internetowej: [www.robico.com.pl](http://www.robico.com.pl)

### **O-I**

Wielokrotnie w ciągu każdego dnia produkty firmy O-I pozwalają dostarczyć nabywcom najbardziej znane produkty na całym świecie. Firma jest liderem na rynkach Europy, Ameryki Północnej, Ameryki Łacińskiej oraz w regionie Azji i Pacyfiku i oferuje szklane opakowania podlegające w całości recyklingowi, umożliwiające zachowanie doskonałego smaku, czystości, atrakcyjności wizualnej i korzyści związanych z wartością produktów klientów firmy. Firma powstała w 1903 r. i zatrudnia obecnie ponad 24 000 osób w 81 zakładach produkcyjnych w 22 krajach. W 2009 r. sprzedaż netto z działalności w dziedzinie produkcji szkła wyniosła 7,1 mld USD.

W Polsce koncern OWENS-ILLINOIS posiada następujące zakłady produkcyjne – Hutę Szklą Jarosław i Hutę Szklą Antoninek, które współpracują z renomowanymi krajowymi i międzynarodowymi klientami z branży produkcji odżywek dla dzieci, soków, przetwórstwa żywności oraz piwa.



Dodatkowe informacje można znaleźć na stronie internetowej: [www.o-i.com](http://www.o-i.com)

#### **O Friends of Glass**

Friends of Glass to europejskie forum konsumentów, zrzeszające 59 producentów branży szklarskiej, działających w 23 krajach Europy. Organizacja wspiera i promuje prawa konsumentów, którzy powinni mieć możliwość wyboru żywności i napojów w opakowaniach szklanych. Federacja łączy wszystkich, wierzą, że szkło jest oczywistym wyborem dla siebie, swoich rodzin i dla środowiska. Friends of Glass został zainicjowany w 2009 r. przez Europejski Glass Container Federation (lub FEVE) (w odpowiedzi na ogólnoeuropejskie badanie zlecone przez FEVE we wrześniu 2008, które wykazały, że 74% europejskich konsumentów preferuje opakowania szklane żywności i napojów.)

Dodatkowe informacje: [www.friendsofglass.com/pl](http://www.friendsofglass.com/pl)

Kod pola został zmieniony