

reloop resources  
remain  
resources

CRI  
CONTAINER  
RECYCLING  
INSTITUTE

*The impact of  
deposit return systems  
on beverage sales*

6.99  
2.03  
1.79  
1.79  
2.95  
2.95  
0.94  
0.78  
1.41  
1.56  
1.56  
1.43  
1.45  
2.23  
0.79  
0.64  
1.10  
1.10  
1.10  
1.45  
1.65

VAT SUMMARY

NET  
VAT  
TOTAL

*Въздействието на  
системи за връщане  
на депозити  
върху продажбите на.....*

**Авторитки** Сюзън В.  
Колинс  
Саманта Милет  
Джейсън.....

**С подкрепата на** Уилкърс  
Джени Гитлиц  
Мара Лам  
Клариса  
Моравски.....

Дата на публикуване  
юли  
2023 г.

# Съдържание

Основани на доказателства прозрения от глобално проучване	4
Основни констатации	5
Въведение	6
Преглед на твърденията относно въздействието на системи за връщане на депозити при продажби	8
Корелацията не е равна на причинно-следствена връзка	11
Емпиричен анализ: Дискредитиране на твърденията за депозити влияние на системите за връщане върху продажбите на напитки	14
Проучване на случай: Скандинавия	16
Проучване на случай: Хърватия	20
Проучване на случай: Балтика	21
Проучване на случай: Германия	23
Проучване на случай: Орегон	25
Проучване на случай: Калифорния	29
Проучване на случай: Алберта	30
Проучване на случай: Австралия	31
Съвпадащи данни от други проучвания	33
Заключение	36
Крайни бележки	37

## Основани на доказателства прозрения от глобално проучване

В продължение на десетилетия производителите на напитки се противопоставят на приемането или разширяването на системите за връщане на депозити за опаковки за напитки, като се позовават на опасения относно потенциалното отрицателно въздействие върху продажбите на напитки както в краткосрочен, така и в дългосрочен план.

Един от основните им аргументи е, че депозитните системи увеличават разходите по цялата дистрибуторска верига, което води до по-високи цени на дребно и последващ спад в продажбите. Тези твърдения не отчитат сложното взаимодействие на факторите, които влияят върху цените на напитките и продажби. Освен това тези аргументи често се основават на проучвания, които разчитат в голяма степен на прогнозно моделиране и които се основават на неверни или подвеждащи предположения.

Те също така не отчитат факта, че при добре разработените съвременни системи за депозит оперативните разходи поне частично се компенсират от приходите, генерирани от продажбата на празни опаковки за напитки като скрап и от непотърсените депозити.

За да оценят основателността на твърденията на опонентите, че ДРСЗ води до спад в продажбите на напитки, ReLoop и Институтът за рециклиране на контейнери (CRI) събраха и анализираха продажбите на <sup>опаковани</sup>1 напитки на глава от

населението на съществуващите пазари на ДРСЗ преди и след въвеждането или разширяването на системата, или след увеличаването на размера на депозита, като използваха реални казуси, основани на действителни, извлечени от източници данни.<sup>2</sup> Нашият анализ показва, че няма категорични доказателства, че въвеждането на нови или промените в съществуващите ДРСЗ сами по себе си влияят на продажбите, което предполага, че опасенията на опонентите са неоснователни.

## Основни констатации

- Важно е да се проучи внимателно всяко намаление или увеличение на продажбите на напитки, преди да се припише рефлексивно такава промяна на въвеждането (или разширяването) на ДРС, тъй като факторите, които допринасят за промените в продажбите на напитки, са сложни и многостранни.

Фактори като сезонните температури, икономическите условия и прекъсванията на веригата за доставки могат самостоятелно или в съвкупност да повлияят на цената на напитките и/или на продажбите на напитки и за да се направят точни заключения, е необходимо задълбочено проучване на всички променливи и техните ефекти.

- Нито един от представените в доклада казуси не предоставя категорични доказателства, че въвеждането (или разширяването) на ДРС или увеличаването на нивата на депозитите е довело до наблюдаваните спадове в продажбите.

Наблюдаваните колебания в продажбите в проучванията на конкретни случаи са в рамките на нормалните колебания и изглежда съответстват на регионалните тенденции.

- Проучванията, в които се твърди, че има причинно-следствена връзка между въвеждането на DRS и спада в продажбите на напитки, трябва да се разглеждат внимателно, тъй като често се основават на прогнозни модели, а не на реални исторически данни.

Нашият доклад се отличава с това, че събрахме и анализирахме емпирични данни от утвърдени пазари на DRS, за да оценим какво всъщност се е случило.

## Въведение

Тъй като все повече страни в света обмислят въвеждането на системи за връщане на депозити (СВД) за опаковки за напитки, производителите на напитки изразиха загриженост относно потенциалните неблагоприятни последици от въвеждането на СВД върху продажбите на напитки.

Тези опасения обхващат както непосредствените последици от прилагането, така и дългосрочното въздействие. Едно от основните им твърдения е, че предприятията по цялата дистрибуторска верига ще бъдат изправени пред по-високи разходи в резултат на DRS, което ще доведе до по-високи цени на дребно за потребителите. Според тях тези повишени цени ще доведат до спад в продажбите:

*"Въпреки че потребителите получават обратно депозита си, когато върнат бутилките или кутиите на търговеца на дребно, законопроектът за бутилките налага на търговците на дребно и на едро допълнителни разходи на време и пари. Търговците на дребно с напитки трябва да отделят допълнително място и труд за съхранението на празните опаковки. Това пространство и този труд могат да бъдат използвани за нещо друго и следователно представляват разходи за търговците на дребно.*

*Дистрибуторите на напитки трябва да пренасят празните контейнери обратно в склада си, което означава, че всеки камион за доставка на напитки отделя допълнително време за извършване на дневна доставка. Това означава допълнителни разходи за дистрибуторите на напитки.*

*И накрая, дистрибуторите на напитки възстановяват на търговците на дребно [такса за обработка] за всеки контейнер в допълнение към депозита. Тези по-високи разходи трябва да бъдат поети от някого - или от собствениците на предприятия под формата на по-ниски печалби, или от служителите под формата на по-ниски заплати, или от потребителите под формата на по-високи цени.*

*Те служат за оскъпяване на покупката на [напитките]"<sup>3</sup>*



Въпреки че първоначално тези аргументи могат да изглеждат убедителни, те пропускат няколко важни фактора. Например в съвременните депозитни системи, които са разработени в съответствие с принципите на най-добрите практики, разходите, свързани с функционирането на системата, се компенсират поне частично от приходите, генерирани от продажбата на празни опаковки за напитки като скрап, заедно с непотърсените депозити. Тези потоци от приходи значително намаляват увеличението на разходите, свързано със системата за управление на отпадъците. Аргументите на опонентите също така не отчитат значителните икономии на разходи в резултат на прилагането на DRS, като например намалените разходи за разширена отговорност на производителя за производителите (в Европа и Канада) и по-ниските разходи за общините и данъкоплатците (в резултат на намалените общински разходи за рециклиране, изхвърляне и почистване на боклука). И накрая, тези аргументи предполагат, че няма други фактори, които едновременно да влияят върху цената на напитките или продажбите на напитки. Установено е, че множество фактори, включително сезонните температури, икономическите условия и данъчните предимства при продажбите в съседни юрисдикции, могат самостоятелно или съвместно да повлияят на продажби на напитки. Освен това е от решаващо значение да се признае присъщата нестабилност на продажбите, която може да възникне поради променящите се потребителски предпочитания и пазарни тенденции.

## В този нов доклад Reloop и CRI търсят доказателства, за да развенчаят мита, че депозитните системи оказват отрицателно въздействие върху продажбите на напитки.

Използвайки проучвания на случаи от цял свят (Европа, Канада, САЩ и Австралия), ние представяме данни от преди и след въвеждането на ДРС - или преди и след разширяването на обхвата или промените в нивото на депозитите - за да докажем, че не се наблюдава спад в продажбите от съществуващите или реформирани ДРС. Също така сравняваме това с тенденциите в продажбите в съседни щати/страни, които не са въвели ДРС, и обясняваме защо корелацията не е равна на причинно-следствена връзка. Накрая, обсъждаме и осветляваме някои от неточните и подвеждащи предположения, направени от противниците в подкрепа на твърденията им, че DRS влияе отрицателно върху продажбите. Струва си да се отбележи, че повечето от проучванията, в които се излагат тези твърдения, се основават на прогнозно моделиране и хипотетични сценарии, които по същество се равняват на най-добрите оценки на индивида за бъдещи резултати, базирани на определени предположения.

Нашият доклад се отличава с уникалния си подход за събиране и анализиране на реални данни от съществуващи пазари на DRS, като предоставя цялостна и основана на доказателства оценка на действителните резултати.

*Comprehensive and  
evidence-based  
assessment of the  
actual outcomes*

# Преглед на твърденията относно въздействието на системите за връщане на депозити върху продажбите

*Consumers  
experience no  
net spending  
loss or gain*

Както се посочва в неотдавнашен доклад<sup>4</sup>, основен аргумент на противниците на СРС е, че депозитът, който потребителите плащат, е подобен на данък върху потреблението. Те твърдят, че стойността на депозита от 0,10 до 0,25 EUR е забележима за потребителите и ще ги накара да намалят своите потребление, което води до намаляване на продажбите. Това твърдение обаче е подвеждащо и не отчита един важен фактор: за разлика от данъците, депозитите са временни и подлежат на пълно възстановяване след връщане на опаковката за напитки. Следователно, ако се приеме, че обратното изкупуване е удобно и достъпно, потребителите не изпитват нетна загуба или печалба от разходите. Полезна аналогия може да се направи с бирените кегове, при които потребителите плащат депозит, който по-късно се възстановява при връщането на празния кег. В Онтарио, Канада, например, депозитите за бурета варират от 20 до 50 канадски долара (приблизително 15-37 щатски долара, 10-34 евро) за буре.<sup>5</sup> Вместо възприемането на депозита като допълнителна тежест, потребителите са по-склонни да го разглеждат като малка инвестиция, която лесно могат да си възвърнат.

Много потребители може дори да не вземат предвид депозита като част от покупната цена, когато вземат решение за покупка на напитки, и може да не го забележат до момента на покупката, когато той е посочен като отделна такса в касовата бележка. За разлика от изложените на видно място цени на продуктите, които често са изписани с голям и забележим шрифт върху етикетите на рафтовете, сумата на депозита често се изписва по начин, който е значително по-слабо видими или, в някои държави и в търговските обекти, изобщо не се споменават върху цените на рафта. Този пропуск може да се дължи на липсата на законови изисквания или на неспазването им от страна на търговците на дребно.

Освен това, ако приемем предположението, че потребителите възприемат депозита като форма на данък, който ги възпира от покупка, трябва да признаем и потенциала на възстановяването да функционира като награда или стимул, подобен на купон, който потенциално би могъл да увеличи продажбите. Всъщност неотдавнашно проучване, проведено в Обединеното кралство с цел да се установи отношението на потребителите към предстоящата DRS, установи, че 60 % от анкетирания са заявили, че възможността за възстановяване на депозита би ги накарала да закупят по-скоро продукти, включени в [схемата](#).

Противниците на ДРС могат да възразяват, че въпреки пълната възстановимост на депозита за опаковки за напитки, той все още може да се възприема от потребителите като скрита такса или увеличение на цената, добавена към цената на дребно на напитките. Ако обаче потребителите наистина са чувствителни към цените до степен, в която депозитът ги възпира да купуват напитки, те логично биха избрали по-рентабилни алтернативи, като например чешмяна вода (при това признаваме, че в много общности опасенията, свързани с качеството на чешмяната вода, включително остаряла обществена инфраструктура, като например оловни тръби, или други фактори, могат да допринесат за истинско или предполагаемо недоверие към чешмяната вода, като по този начин оказват влияние върху потреблението на бутилирана вода). Противно на логиката, данните не предполагат подобна реакция.

Онези, които се противопоставят на DRS, твърдят също така, че неудобствата, свързани с връщането на контейнери за повторна употреба или рециклиране, надвишават стойността на депозита за повечето потребители. Според тях това схващане кара потребителите да възприемат депозита като увеличение на цената, което в крайна сметка води до отрицателно въздействие върху търсенето на напитки. Макар този аргумент да е верен в случаите, когато ДРСМО няма удобен за ползване дизайн, той се оказва неуспешен при наличието на съвременни ДРСМО, които са изградени на базата на удобен модел за връщане до магазина, осигуряващ достъпност за всички потребители, включително и за тези с по-ниски доходи. Освен това е разумно да се предположи, че потребителите, които не отдават приоритет на връщането на контейнери, вероятно проявяват по-ниска ценова еластичност на търсенето, което прави незначителното възприемане на увеличението на цената незначително за техните решения за покупка.

По подобен начин опонентите твърдят, че добавянето на депозит за напитките може да насърчи някои търговци на дребно, особено по-малките, да купуват напитки от съседни юрисдикции без ДРС, за да избегнат плащането на депозита и да генерират допълнителни приходи, като приберат депозита като допълнителна печалба. Държавни агенции в САЩ

са открили многобройни случаи на тази практика, докато са наблюдавали и прилагали законите за депозиране на контейнери. Това подчертава, че е изключително важно законодателството за ДРС да включва строги санкции за производителите и търговците на дребно, които не спазват закона, както и с надеждни механизми за управление и мерки за осигуряване на отчетност на системата.

Потребителите все още могат да възприемат DRS като скрита такса или увеличение на цената, добавена към цената на дребно на напитките.



## Проучване на случай: Твърдения за отрицателното въздействие на DRS върху продажбите на напитки в Кентъки

През 1999 г. Центърът за бизнес и икономически изследвания (СВЕР) към Университета на Кентъки проведе проучване, за да проучи въздействието на ДРС върху съществуващите продажби и заетост в хранителните магазини в Кентъки, както и въздействието по границите на Кентъки, където потребителите имат възможност да преминат в други щати, за да пазаруват хранителни стоки.<sup>7</sup> Проучването, финансирано от Асоциацията на производителите на хранителни стоки в Кентъки, установи, че въвеждането на ДРС в този щат би довело до значителни загуби в продажбите, заетостта и доходите на работниците в хранителните магазини в Кентъки. Проучването приписва този резултат на по-високите цени на продуктите за напитки, произтичащи от депозита, което в крайна сметка би довело до загуба на продажби. По-конкретно, авторите изчисляват, че ако се добави депозит от 0,05 щатски долара върху опаковките на напитките в Кентъки, продажбите на безалкохолни напитки ще намалееят с 10,6 % "в дългосрочен план".

Едно от основните допускания на СВЕР е, че ако бъде въведено законодателство за депозитите, жителите на Кентъки ще пазаруват основно домакински продукти и хранителни стоки в съседните щати, което ще доведе до общо намаляване на покупките на много видове стоки в

Магазини в Кентъки. Беше изчислено, че въздействието на трансграничното пазаруване в рамките на ДРС ще бъде допълнителна загуба на 118,1 млн. долара от продажби и 826 работни места на пълно работно време (ЕПРВ) за хранително-вкусовата промишленост само през първата година.<sup>8</sup>

Струва си да се отбележи, че основната предпоставка на проучването се основава на предположението, че значителна част от купувачите в Кентъки ще променят драстично обичайните си навици за пазаруване и ще пътуват през границата до друг щат, за да пазаруват хранителни стоки. Обърнете внимание, че това би било осъществимо само за малък процент от жителите на Кентъки, които живеят достатъчно близо до границата, за да пазаруват в друг щат, и че тези жители ще понесат допълнителни разходи и време, свързани с пътуването до магазин за хранителни стоки извън щата. Допълнителна проверка на тази теория за трансграничното пазаруване е, че районите с най-голяма гъстота на населението в Кентъки се намират в районите на Луисвил и Синсинати, където Кентъки е отделен от другите щати с река, която трябва да се пресече с мост, за да се пътува до друг щат.

Заслужава да се отбележи също, че в това проучване е използвано прогнозно моделиране за количествено определяне на очакваните ефекти; не са използвани

реални исторически данни за промените в продажбите на напитки с течение на времето.

Оценката на това проучване, извършена от службата на икономиста на Комисията за законодателни изследвания (LRC), стига до заключението, че *"обхватът на доклада на CBER не е достатъчен, за да предостави пълна оценка на "икономическото въздействие... в Кентъки" на разглежданото законодателство"*.<sup>9</sup>LRC

в оценката на икономиста от Stt се посочва, че не са взети предвид фактори, които вероятно биха довели до намаляване на оценените отрицателни икономически последици, и също така се поставя под съмнение специфичните методи за оценка, използвани от авторите за количествено определяне на потребителските разходи и реакциите на потребителите на тези разходи, включително метода, използван от CBER за оценка на намаленията на продажбите в граничните окръзи.



## Корелацията не е равна на причинно- следствена връзка

В статистиката е добре известен принципът, че корелацията не означава причинно-следствена връзка. Но какво означава това? По същество то се отнася до невъзможността да се направи законосъобразен извод за причинно-следствена връзка между две променливи само въз основа на наблюдаваната корелация между тях.<sup>10</sup> За съжаление много хора, включително бизнес лидери, политици и медии, постоянно погрешно правят твърдения за причинно-следствена връзка въз основа на корелации, които често не се проверяват и се използват за насочване на вземане на решения.

В контекста на DRS и нейното потенциално въздействие върху продажбите е важно да се помни, че както при всички останали случаи, продажбите на напитки се влияят от редица фактори. Например, промяната на етикетирването е значително начинание и може да повлияе на продажбите. В месеците, предхождащи пускането на DRS, дистрибуторите и търговците на дребно могат да продават своите продукти на по-ниски цени, за да продадат бързо запасите със старите етикети. Следователно продажбите на продукти за напитки с новите етикети може първоначално да се окажат по-бавни след въвеждането на ДРС, тъй като потребителите ще са се запасили предварително. Това може да създаде впечатление за спад на продажбите, но всъщност отразява изместване на продажбите от един период към друг.

Големи световни събития като пандемията COVID-19 също могат да повлияят на продажбите. В неотдавнашен доклад<sup>11</sup> се констатира, че в началото на пандемията е имало значително увеличение на продажбите на дребно на пакетирани алкохол за пиене, като през третото тримесечие на 2020 г. продажбите са достигнали плато. Според доклада, от март 2020 г. до септември 2020 г. е имало 41,9 млрд. долара от продажби на бира, вино и алкохол в магазините, което представлява 20% увеличение в сравнение със същия период на 2019 г. За увеличението на продажбите може да са повлияли различни фактори, включително промени в поведението на потребителите и повишена консумация на алкохол поради стреса, свързан с пандемията и тревожност.

*Business leaders,*

*policymakers,*

*and media outlets,*

Промяна настъпи и в продажбите на алкохол, тъй като баровете и ресторантите затвориха, което доведе до почти пълно спиране на продажбите на наливна бира. Едновременно с това се увеличават продажбите на пакетирана бира, тъй като хората купуват повече бира за домашна консумация.

Съществува и фактът, че увеличението на цените в производството на напитки не винаги е резултат от ДРС и че търговците на дребно и производителите на напитки редовно коригират цените си по различни причини. Това се подчертава в едно скорошно [проучване](#)<sup>12</sup> на Органа за икономическо регулиране, в което се разглеждат ефектите от ДРС върху цените на напитките в Западна Австралия:

*"Търговците на дребно на напитки са свободни да определят цените на продуктите, както и когато решат, в рамките на ограниченията, предвидени от конкурентния натиск и законите за конкуренцията и търговията на дребно. Пазарът е съставен от много участници - производители, вносителни, търговци на едро и търговци на дребно, чието поведение може да повлияе на цените на дребно. Ценовите решения са непрозрачни. Търговците на дребно могат да практикуват "неравни цени", т.е. те могат да променят цените на определени стъпки, а не с точния размер на увеличението на разходите. Освен това цените промените могат да бъдат повлияни от непромоционални и промоционални ценови цикли, които влияят върху степента на възстановяване на разходите. Многото фактори, които влияят върху цените на напитките, затрудняват определянето на това кои промени в цените се дължат на схемата."*

Като пример за това как по различни причини могат да възникнат ценови колебания в производството на напитки, през октомври 2022 г. PepsiCo обяви, че повишава цените на своите закуски и напитки, за да противодейства на очакваните високи двуцифрени увеличения на разходите за суровини през годината (по-специално PepsiCo вече беше повишила цените средно с 12 %, 10 % и 7 % съответно през второто тримесечие на 2022 г., първото тримесечие на 2022 г. и четвъртото тримесечие на 2021 г.).<sup>13</sup> По подобен начин Coca-Cola Co. обяви през февруари 2023 г., че ще увеличи цените на газирания си напитки, за да "се пребори с упорито високите разходи".<sup>14</sup> Тя беше съобщено, че решението на Coca-Cola да повиши цените на напитките поради инфлацията не е оказало отрицателно въздействие върху търсенето на продуктите ѝ, като нетните продажби са се увеличили с 5% до 10,98 млрд. долара през първото тримесечие на 2023 г.<sup>15</sup> По-специално, бизнесът с котейли на Coca-Cola е отбелязал 9% увеличение на обема, докато обемът на подразделението за вода се е увеличил с 5%. Търсенето на чай обаче беше засегнато от земетресение в Турция, което доведе до 3% спад в обема през тримесечието. В статията също така се споменава, че спирането на дейността на Кока-Кола в

Русия е довело до увеличаване на продажбите.

на други пазари, като например силните продажби на марката млечни продукти Fairlife в САЩ. Това потвърждава, че цените и продажбите на напитките се влияят от множество фактори и че всъщност ценовата еластичност на търсенето на напитки не е толкова еластична, колкото предполагат производителите на напитки.

Сложността на факторите, които могат да повлияят на продажбите и цените на напитките, е представена на фигура 1.

Фигура 1: Фактори, влияещи върху продажбите и цените на напитките



# Емпиричен анализ: Дискредитиране на твърденията за влиянието на системите за връщане на депозити върху продажбите на напитки

Един от начините да се прецени дали депозитите за контейнери оказват отрицателно въздействие върху продажбите на напитки е да се разгледат данните за продажбите на съществуващите пазари на ДРС преди и след въвеждането или разширяването на системата (напр. увеличаване на размера на депозита, добавяне на нови контейнери или напитки към закона). Такива проучвания на реални случаи, основани на действителни, извлечени от източници данни, могат да дадат автентична и ценна представа за тенденциите в продажбите на напитки и въздействието на различни фактори върху поведението на потребителите.

В този раздел представяме поредица от проучвания на случаи, които предоставят убедителни доказателства в подкрепа на твърдението ни, че DRS не оказва неблагоприятно въздействие върху продажбите. В тези проучвания на конкретни случаи представяме графики, илюстриращи общата възходяща тенденция в продажбите на опаковани напитки на глава от населението като цяло.

Тези графики също така подчертават леките годишни колебания в обема на продажбите, които ни показват какъв е нормалният диапазон на вариации. Важно е да се отбележи, че на няколко графики се наблюдава забележим спад в продажбите около 2008 и 2009 г., което вероятно се дължи на глобалната рецесия и икономическия срив, настъпили през този период.

Освен това, въпреки че графиките не предоставят конкретни данни за *does not adversely* продажбите по видове напитки, е важно да се признае, че са настъпили *affect sales* промени и в потребителското търсене. Например, популярността на газираните напитки е намаляла, докато при бутилираната вода се наблюдава тенденция на нарастване на търсенето.

## Нашата методология

Основният източник на данни за продажбите в конкретните проучвания е GlobalData PLC, с изключение на Алберта, Калифорния и Орегон. За казусите на Алберта и Калифорния данните са получени от системните оператори (съответно Alberta Beverage Container Recycling Corporation и CalRecycle), а за казуса на Орегон данните са получени от Института по бира. Това беше необходимо, тъй като GlobalData PLC предоставя данни за продажбите само на национално ниво, но не и на ниво провинция или щат. За всички казуси, в които са използвани данни от GlobalData PLC, наборът от данни обхваща периода от 2000 г. до 2021 г., което осигурява цялостен поглед върху тенденциите в продажбите през последните две десетилетия. Освен това, освен ако не е посочено друго, "безалкохолни" се отнасят до газирани напитки, води, спортни/енергийни напитки, готови за пиене студен чай и коте, както и сокове/нектари/негазирани напитки.

Млякото не е включено в това проучване (изключение прави проучването на случая в Алберта). Заслужава да се отбележи също така, че нашият набор от данни обхваща само продажбите на пакетирани напитки, което изключва напитките от фонтан, наливната бира/епруветки и продукти като варено коте.

За да се избегнат често срещани грешки при анализа на тенденциите в продажбите, ние се съсредоточихме върху общия <sup>обем16</sup> на продажбите на пакетирани напитки във всяка юрисдикция, а не върху продажбите на единици (изключение прави Алберта, където докладваме за единици, а не за обем, тъй като няма налични данни за размера на контейнерите). Често срещана грешка, допускана в други проучвания, е сравняването на броя на продадените единици, което не отчита промените в опаковките, видове и размери, които компаниите често правят от година на година. (напр. преминаване от стъклени бутилки към алуминиеви кутии или увеличаване на размера на алуминиевите кутии).



За да осигурим по-точно сравнение на продажбите на напитки в различните юрисдикции, се уверихме, че сравняваме продажбите на напитки и на глава от населението. Този подход помогна да се елиминират грешките, които биха могли да възникнат от разликите в темповете на нарастване на населението в отделните щати или държави.

Този подход помогна  
да се елиминират  
грешките, които биха  
могли да възникнат

от различията в  
темповете на  
нарастване на  
населението в  
отделните щати или  
държави.

# Проучване на случай: Скандинавия

## Швеция

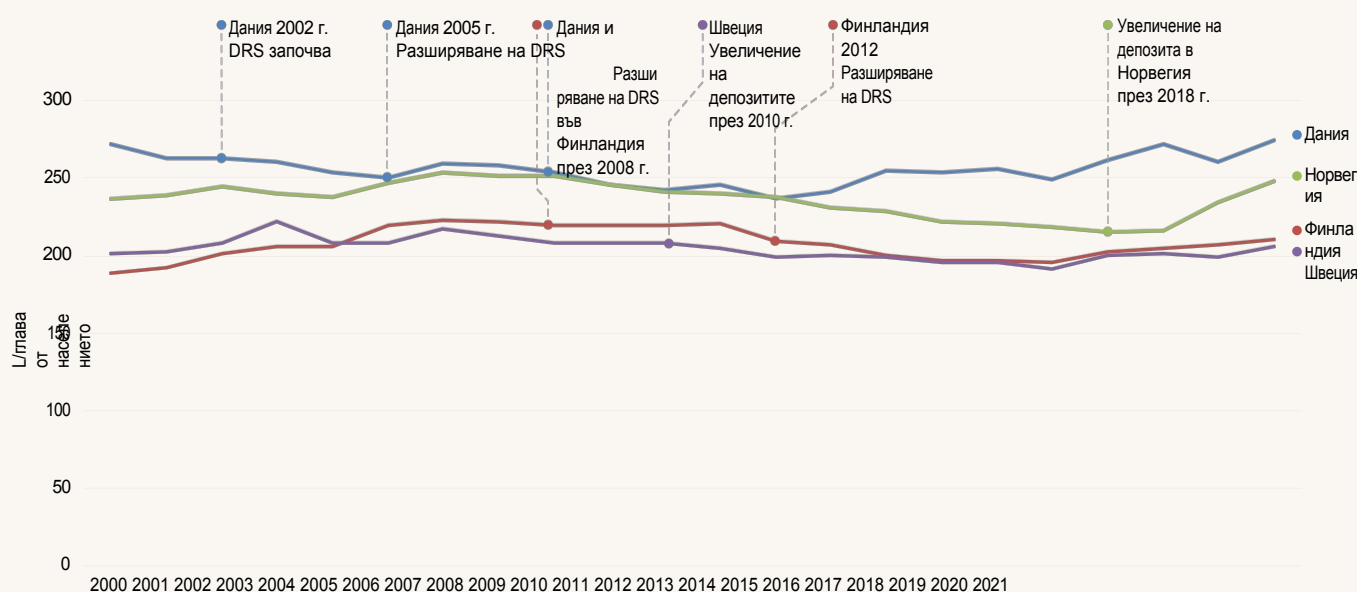
През 2010 г. системният оператор на шведската система DRS за контейнери за еднократна употреба удвои размера на депозита за алуминиеви кутии с цел подобряване на процента на рециклиране. Това бе първото увеличение от 23 години насам и едва втората корекция от стартирането на DRS през 1984 г.<sup>17</sup>.

Анализът на данните от GlobalData PLC показва лек спад в продажбите на глава от населението непосредствено след увеличението на депозитите, но тази тенденция не е характерна само за Швеция, тъй като съседна Норвегия, която не е направила никакви промени в своята ДРС през този период, е отбелязала подобен спад в продажбите. Важно е също така да се подчертае, че спадът на продажбите, наблюдаван в Швеция от 2010 до 2012 г., попада в нормалния диапазон

на променливост, както се вижда от други годишни колебания. Например, от 2003 г. до 2004 г. се наблюдава още по-значителен спад в продажбите, въпреки че през този период не е имало увеличение на депозитите. Това предполага, че влияние оказват фактори, различни от депозита.

Фигура 2: Продажби на безалкохолни напитки и пакетирана бира (всички видове опаковки)

в Дания, Финландия, Норвегия и Швеция, 2000-2021 г. (л/жител)





## Норвегия

Системата за депозит за кутии за еднократна употреба и пластмасови бутилки от PET в Норвегия е въведена през 1999 г. До 2018 г. инфлацията е намалила стойността на депозитите и процентът на връщане е спаднал, така че депозитите са увеличени, за да се повиши процентът на връщане. За контейнери с вместимост 0,5 л или по-малко депозитът се увеличи от 1 NOK на 2 NOK (приблизително 0,20 евро), а за тези над 0,5 л депозитът се увеличи от 2,50 NOK на 3 NOK (приблизително €0.30). Имаше 8-месечен преходен период за влизане в сила на увеличението на депозита (от 1 януари до 1 септември 2018 г.).

Фигура 2 показва, че продажбите на глава от [населението<sup>18</sup>](#) в Норвегия остават относително непроменени в периода непосредствено след увеличението на депозитите, докато две от скандинавските ѝ съседки - Дания и Финландия - отбелязват ръст на продажбите през същия период. Струва си обаче да се отбележи, че продажбите в Норвегия намаляват в продължение на няколко години преди увеличението на депозитите. В рамките на около една година след промяната на нивото на депозита продажбите в Норвегия започнаха да се увеличават и всъщност през периода 2019-2021 г. нараснаха с по-бърз темп от съседните държави.

## Финландия

Финландия въведе своите ДРС за контейнери за еднократна употреба поетапно, като започна с кутиите през 1996 г., последваха ги бутилките от PET през 2008 г. и накрая включиха стъклото за еднократна употреба през 2012 г.

Анализът на данните на GlobalData PLC за опакованата бира и безалкохолните напитки показва, че разширяването на обхвата на PET бутилките през 2008 г. не е оказало забележимо въздействие върху продажбите на глава от населението. Продажбите остават относително стабилни през трите години след разширяването, докато през 2011 г., една година преди последвалото разширяване на DRS, не отбелязват спад (вж. фигура 2).

## Дания

Първоначално Дания въведе своята DRS през 2002 г., а впоследствие я разшири, за да обхване алкохола, безалкохолните напитки, сайдера и енергийните напитки през март 2005 г. През април 2008 г. Дания допълнително разшири обхвата на системата, като включи в нея и негазирани напитки като минерална вода, лимонада и студен чай.

Въз основа на данни, получени от GlobalData PLC, продажбите на безалкохолни напитки и пакетирана бира на глава от населението в Дания следват тенденция, подобна на тази в другите скандинавски страни, до 2012 г., когато продажбите в Дания се увеличават, докато в другите страни продължават да намаляват (вж. фигура 2). Както е показано на фигура 2, заслужава да се отбележи, че след първото разширяване на обхвата на програмата през 2005 г. се наблюдава увеличение на продажбите през годината непосредствено след разширяването (2005-2006 г.). Макар че от 2006 г. до 2010 г. продажбите отбелязват спад, важно е да се признае, че тази низходяща тенденция не е характерна единствено за Дания, а се наблюдава и в съседната държава Норвегия, която не е направила промени в своята система през този период.



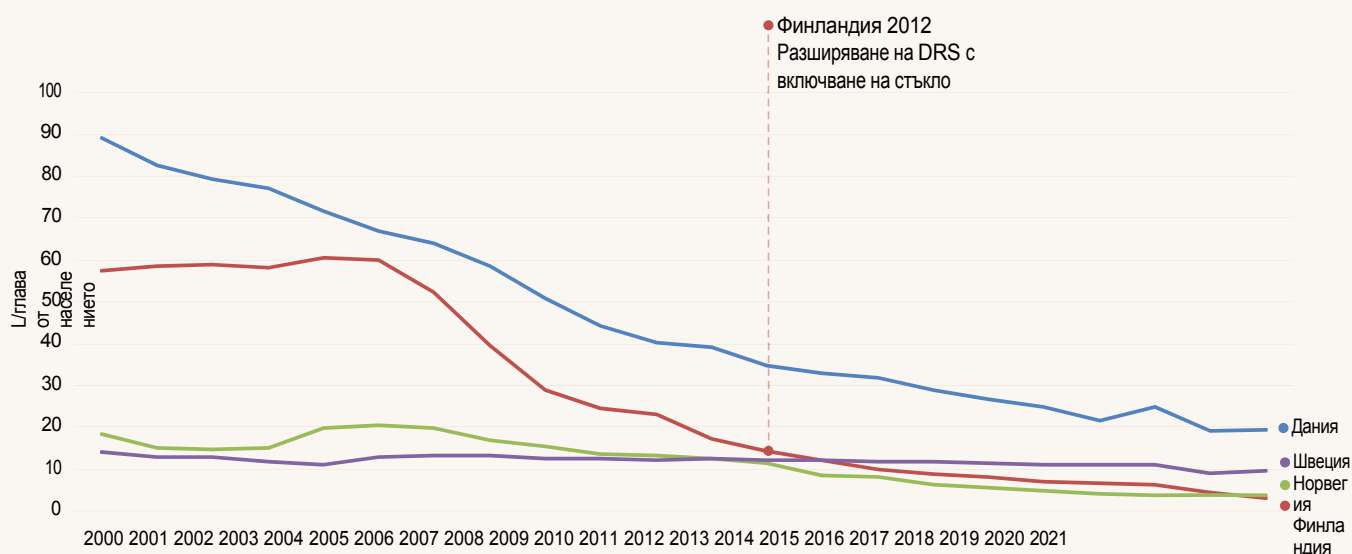
## Проучване на случай:

### Скандинавия - Glass Finland

Както беше отбелязано по-рано, през 2012 г., няколко години след добавянето на бутилките от PET, финландската система за управление на отпадъците беше разширена, за да включи стъклените бутилки за еднократна употреба.

Фигура 3 илюстрира спад в [продажбите<sup>19</sup>](#) на бира в стъклени бутилки за еднократна употреба няколко години преди въвеждането на депозит върху тези опаковки не само във Финландия, но и в съседни държави като Дания и Норвегия. След включването на стъклените бутилки за еднократна употреба в системата за ДРЗ на Финландия продажбите на бира в стъклени бутилки на глава от населението продължиха да намаляват с почти същия темп като в Дания и Норвегия, последната от които не включва стъклото за еднократна употреба в своята система за ДРЗ.

Фигура 3: Продажби на безалкохолни напитки и пакетирана бира в стъклени бутилки за еднократна употреба и за многократно пълнене в Дания, Финландия, Норвегия и Швеция, 2000-2021 г. (л/жител)

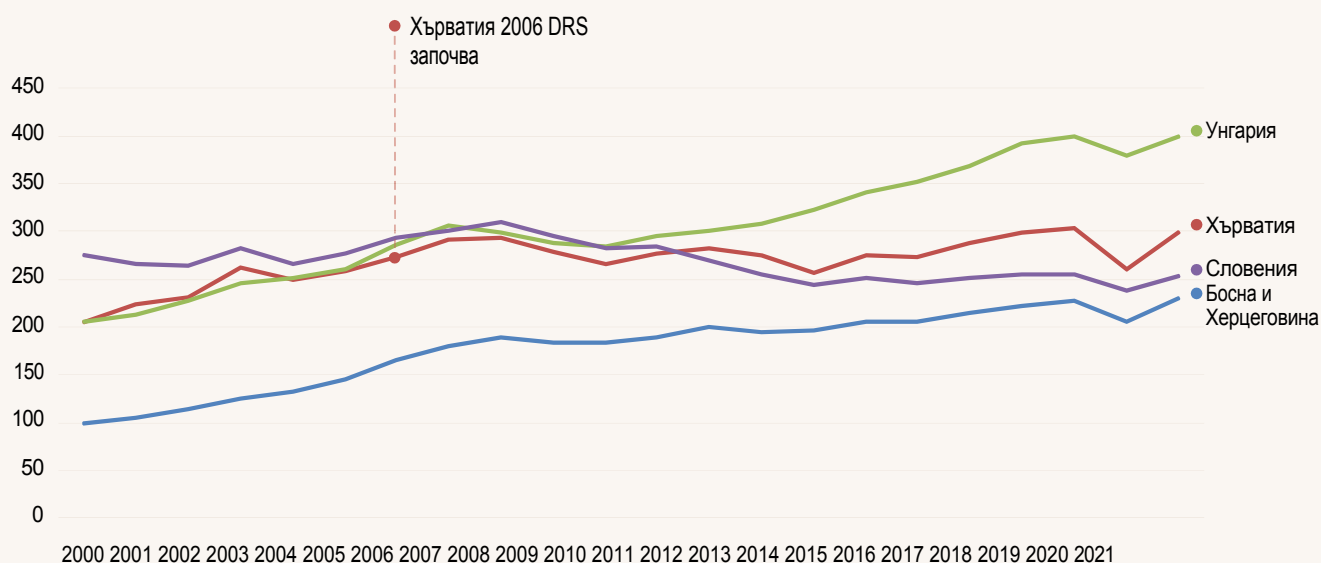


## Проучване на случай: Хърватия

Въведената през 2006 г. система за депозит в Хърватия обхваща пластмасови, метални и стъклени опаковки за напитки за еднократна употреба с размер най-малко 200 ml. Стойността на депозита остава непроменена и е 0,50 HRK (приблизително 0,07 USD, 0,07 EUR) от създаването на системата.

Както е показано на фигура 4, въвеждането на DRS не е довело до спад в продажбите на безалкохолни напитки и пакетирана бира през следващата година. Напротив, продажбите продължиха да се увеличават, както преди въвеждането на DRS. Докато продажбите в Хърватия започнаха да намаляват около 2008 г., подобни низходящи тенденции се наблюдават и в съседните държави Унгария, Босна и Херцеговина и Словения. Наличието на съпоставими модели на продажби в тези съседни страни, въпреки липсата на ДРС, предполага, че други фактори допринасят за тези спадове.

Фигура 4: Продажби на безалкохолни напитки и пакетирана бира (всички видове опаковки) в Босна и Херцеговина, Хърватия, Унгария и Словения, 2000-2021 г. (л/жител)

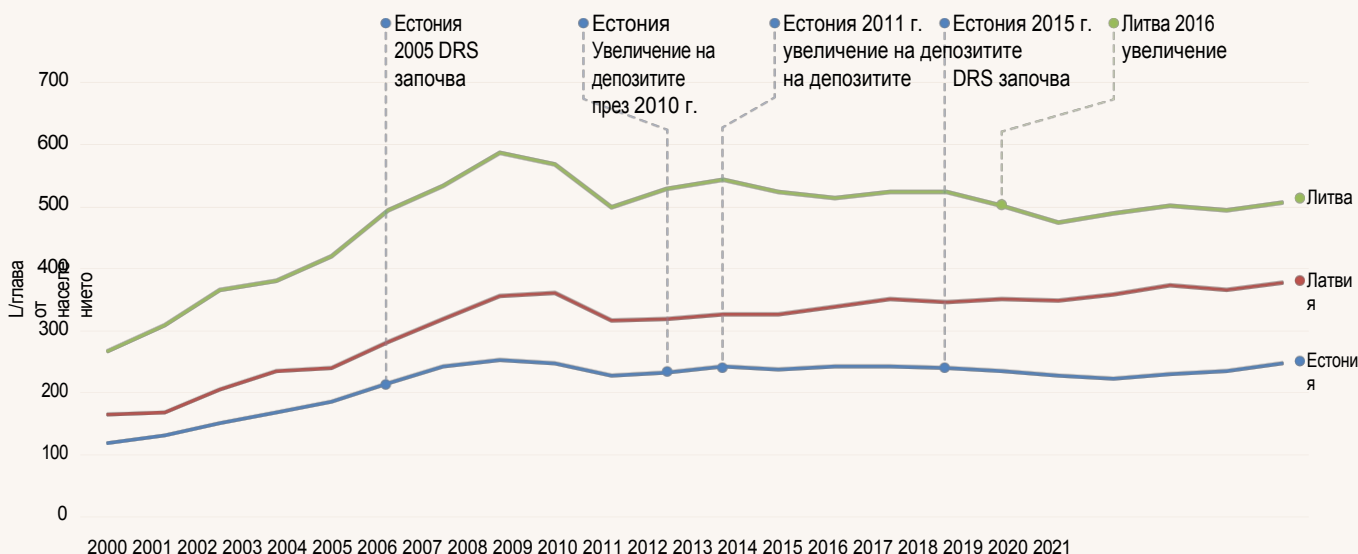


# Проучване на случай: Балтика

## Литва

Литва въведе депозитната си система за напитки за еднократна употреба през февруари 2016 г. Съгласно законодателството потребителите плащат депозит от 0,10 EUR (0,11 USD) при закупуване на напитки, опаковани в стъклени, пластмасови и метални съдове за еднократна употреба с вместимост от 0,1 до 3 л.<sup>20</sup> Според данни за продажбите, получени от GlobalData PLC, продажбите на опакована бира и безалкохолни напитки в Литва са започнали да намаляват около 2015 г., една година преди въвеждането на ДРС, но бързо са се възстановили след 2017 г. (продажбите са се увеличили и през двете години след спада), което предполага, че са действали фактори, различни от депозита (вж. фигура 5). Виждаме също, че от 2017 г. нататък общите модели на продажбите са едни и същи както в Естония (в която ДРС е въведена от 2005 г.), така и в Латвия<sup>21</sup> (държава, която по това време не е въвела ДРС). Заслужава да се отбележи също така, че спадът в продажбите, който се наблюдава в Литва от 2015 г. до 2017 г., е в рамките на нормалната променливост, както показват други годишни промени в миналото; може да се види например, че подобен спад в продажбите е имало от 2011 г. до 2013 г., години преди дори да бъде въведен депозитът.

Фигура 5: Продажби на безалкохолни напитки и пакетирана бира (всички видове опаковки) в Естония, Латвия и Литва, 2000-2021 г. (л/жител)



## Естония

Създадената през 2005 г. Естонска ДРС за контейнери за еднократна употреба се прилага за различни напитки, които са опаковани в кутии, пластмасови и стъклени бутилки. Тези напитки включват бира, безалкохолни напитки, вода, сокове и сокови концентрати, нектари, ябълково вино, крушово вино и нискоалкохолни напитки.

Първоначално депозитът за кутии и малки бутилки от ПЕТ беше 0,50 ЕЕК (0,03 EUR), а депозитът за големи бутилки от ПЕТ и стъкло беше 1 ЕЕК (0,06 EUR). През юни 2010 г. депозитът за кутиите беше увеличен на 1 ЕЕК (0,06 EUR). Когато на 15 януари 2011 г. естонската крона (ЕЕК) беше заменена с евро, депозитът за малки бутилки от ПЕТ стана 0,03 EUR, а за всички останали видове и размери опаковки - 0,06 EUR. По-късно, през юли същата година, депозитът за малки бутилки от ПЕТ е увеличен на 0,04 евро, а за всички останали видове и размери опаковки - на 0,08 евро. През февруари 2015 г. стойностите на депозита бяха уеднаквени до единна стойност от 0,10 EUR за всички материали, която остава в сила и до днес.

Въз основа на данните, получени от GlobalData PLC, изглежда, че въвеждането на ДРС в Естония през 2005 г. не е оказало никакво въздействие върху продажбите на безалкохолни напитки и пакетирана бира. Фигура 5 показва, че ръстът на продажбите, започнал преди въвеждането на ДРС, е продължил приблизително до 2007 г. Последвалите увеличения на депозитите през 2010 г., 2011 г. и 2015 г. показват, че всички промени в продажбите са били в рамките на нормалния диапазон на вариране.

След спада в продажбите от 2007 до 2009 г., през 2009-2011 г. се наблюдава постепенно възстановяване, което показва, че увеличението на депозитите през 2010 г. не е имало забележим отрицателен ефект. Макар че от 2011 г. до 2012 г. - годината, в която депозитът е увеличен - се наблюдава лек спад в продажбите.

е увеличен за втори път - струва си да се подчертае, че през същия период продажбите са отбелязали по-значителен спад в Литва, която по това време не е имала ДРС.

Подобно на това през 2015 г. (когато е последното увеличение на депозитите) в Естония се наблюдава спад на продажбите, но той съвпада с подобен спад на продажбите, наблюдаван в Литва, където не е имало ДРС.

*Implementation of  
the DRS in Estonia  
does not appear  
to have had any  
impact on sales*

## Проучване на случай: Германия

В началото на 2003 г. германското правителство въведе задължителна ДРС за опаковки за напитки за еднократна употреба, като депозит в размер на 0,25 EUR (0,27 USD) се прилага за кутии, бутилки от PET и стъклени бутилки с вместимост от 0,1 л до 3 л.

Този депозит беше значително по-висок от съществуващия дотогава депозит върху опаковките за напитки, тъй като правителството се стремеше да насърчи потребителите да преминат към опаковки за многократно пълнене. Заслужава да се отбележи също така, че началното ниво на депозита в Германия от 0,25 евро е най-високият първоначален депозит, определян някога при въвеждането на система DRS.

Когато Германия за пръв път въведе DRS, не съществуваше национална система за събиране на контейнерите за еднократна употреба, което означаваше, че тези контейнери трябваше да бъдат върнати в магазина, където са били закупени ("островно решение")<sup>22</sup>.

Съгласно закона търговците на дребно трябваше да приемат обратно само контейнери от същия материал, форма, размер или марки, които продават, а за да се избегне необходимостта от създаване на споразумение за клиринг, бяха създадени "островни решения", при които всеки търговец на дребно приемаше само специалните контейнери, които имаше на склад. Всяко островно решение имаше свой собствен символ върху опаковката и всички контейнери без този етикет се отказваха<sup>23</sup>.

Докато "отворените системи<sup>24</sup>", при които търговците на дребно приемат обратно контейнерите на други търговци и възстановяват депозита на потребителите, представляват около 20 % от пазара, преобладават "островните решения", управлявани главно от веригите за хранителни стоки с отстъпка<sup>25</sup>.

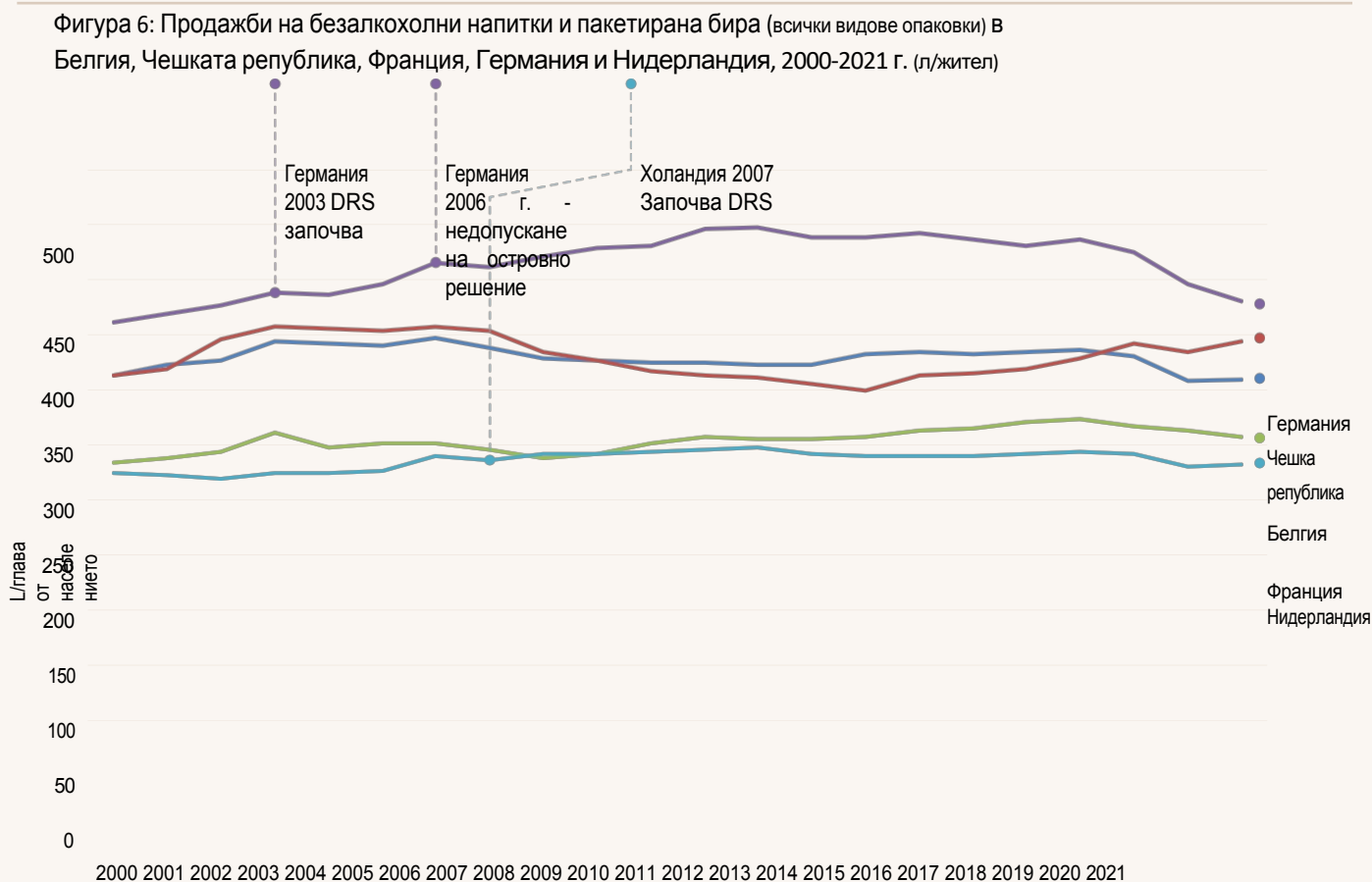
През май 2006 г. германското "островно решение" беше окончателно заменено с национална DRS. Оттогава контейнерите с депозит могат да се купуват от един търговец на дребно и да се връщат в друг.

*initial  
deposit ever set  
when implementing  
a DRS system*

*Germany's starting  
deposit level was  
the highest*

На фигура 6 са показани продажбите на глава от населението на безалкохолни напитки и пакетирана бира във всички видове опаковки от 2000 г. до 2021 г.<sup>26</sup> Както е показано, продажбите постоянно се увеличават от 2000 г. до 2006 г., когато островното решение вече не е разрешено и се въвежда DRS в цялата страна.

След тази промяна продажбите на глава от населението в Германия продължиха да нарастват, въпреки че в съседните страни като Чешката република и Белгия, които нямат ДРС, те намаляха.





Изготвено от ReLoop с използване на данни и  
прозрения, предоставени по лиценз от GlobalData  
PLC.

## Проучване на случай: Орегон

Американският щат Орегон за първи път въвежда DRS през 1972 г., като първоначално обхваща газирани напитки като бира, сода и газирана вода. През 2009 г. системата е разширена, за да обхване и негазираната вода, а през 2018 г. е допълнително разширена, за да обхване чая, котето, спортните напитки, плодовия сок, твърдия сайдер, кокосовата вода и повечето други напитки. Виното, спиртните напитки и млякото остават изключени от програмата.

През април 2017 г. Орегон повиши депозита за контейнери за напитки от 0,05 на 0,10 щатски долара. Анализирахме данни за продажбите на бира и размера на бирата от Института по бира от 2012 г. до 2019 г.<sup>27</sup>, за да определим дали по-високият депозит е довел до промени в обема на продажбите на бира. (В САЩ обемите на продажбите на алкохол са налични по щати, докато тези данни не са налични за безалкохолните напитки). Годишните данни за продажбите на бира в Орегон бяха сравнени с тези на четири съседни западни щата: Калифорния, Айдахо, Невада и Вашингтон. За сравнение, в Калифорния е въведен депозит от 0,05 щатски долара за опаковки под 24 унции и депозит от 0,10 щатски долара за опаковки от 24 унции или по-големи. В съседните щати Вашингтон, Айдахо и Невада няма закони за депозит за контейнери за напитки.

За да наблюдаваме въздействието на промяната в стойността на депозитите, се съсредоточихме върху периода от 2012 г. до 2019 г. в Орегон - щат, който преживя промяната, и го сравнихме с четири съседни щата, които не са претърпели такава промяна. Целта ни беше да изолираме променливата, която се е променила изключително в Орегон, и да оценим дали в този щат е налице забележим ефект извън типичния диапазон на промените, наблюдавани както в Орегон, така и в незасегнатите щати.

Нашият анализ разглежда годишните промени, както и общите промени за седемгодишния период. Тази продължителност ни позволява да обхванем по-дългосрочни тенденции, тъй като обемът на продажбите на бира се характеризира с леки колебания от година на година.

Увеличението на стойността на депозита в Орегон през 2017 г. не е довело до увеличаване или намаляване на продажбите на бира по начин, който да е извън нормалните годишни промени в продажбите на бира в различните щати, както увеличения, така и намаления. Данните от петте щата показват, че обемите на продажбите на напитки естествено се променят във времето. В периода от 2012 г. до 2019 г. обемът на продажбите на бира на глава от населението в Калифорния се е увеличавал и намалявал всяка година, като е вариал от почти 5% намаление през 2016 г. до 2,3% увеличение през 2014 г., но въпреки това през този период не е имало промяна в стойностите на депозитите в Калифорния. Айдахо, Невада и Вашингтон нямат

депозитна система, но въпреки това обемът на продажбите на бира на глава от населението в тях е намалял с цели 7,4 % във Вашингтон през 2016 г. или е нараснал с цели 4 % във Вашингтон както през 2014 г., така и през 2019 г. В Орегон максималното намаление е 7,3 % през 2016 г., а максималното увеличение е 2,7 % през 2019 г.

## Въздействие на COVID върху общата тенденция на продажбите

Анализирахме отделно тенденцията от 2019 до 2020 г. поради противоположната ѝ посока. Комбинирането на двата периода би довело до противопоставяне на ръста на продажбите през единия период със спада през следващите периоди, което би довело до неправилен анализ и за двата времеви периода.

От 2012 г. до 2019 г. дългосрочната тенденция при продажбите на бира показва спад в четири от петте държави. Тенденцията обаче претърпя обрат поради пандемията COVID.

Въздействието на COVID е различно в отделните държави, както е показано на графиката. В повечето щати прилагането на заповедите за престой вкъщи доведе до рязък спад в продажбите на наливна бира, тъй като баровете и ресторантите бяха затворени за част от 2020 г. Решението за затваряне и повторно отваряне на баровете и ресторантите варираше в отделните щати въз основа на политиките на отделните правителства.

Обратно, продажбите на пакетирана бира се увеличават, тъй като все повече хора консумират бира у дома, а не в барове и ресторанти. От 2019 г. до 2020 г. в Орегон продажбите на пакетирана бира са се увеличили с 4 %, а в Калифорния, Айдахо и Вашингтон - съответно с 4,8 %, 6,1 % и 6,6 %. В Невада обаче се наблюдава спад в

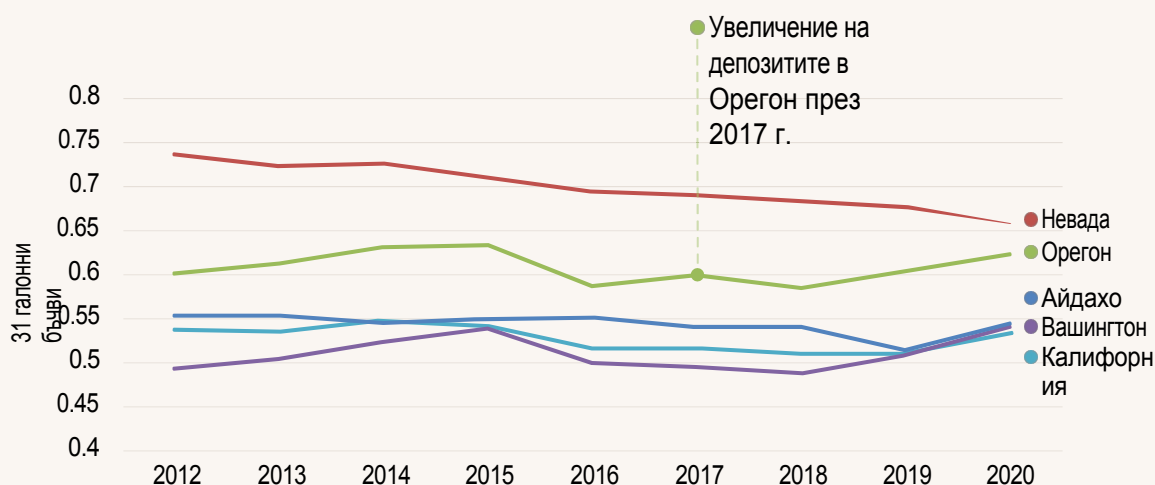


## Увеличението на депозитите не е намалило обема на продажбите на глава от населението

Както се вижда от Фигура 7, в Калифорния (щат с ДРС), Айдахо (щат без ДРС) и Невада (щат без ДРС) нетните спадове в обема на продажбите на бира на глава от населението са съответно 5,1 %, 7,2 % и 8,1 % през седемгодишния период от 2012 г. до 2019 г. През същия период обемът на продажбите на бира на глава от населението се е увеличил нетно с 2,9 % във Вашингтон (щат извън ДРС) и е намалал с 0,3 % в Орегон. Заслужава да се отбележи също така, че значителният спад на продажбите на глава от населението, наблюдаван в Орегон от 2015 г. до 2016 г., е настъпил преди увеличението на депозитите.

Допълнителна бележка: От 2015 г. до 2018 г. (единствените години, за които са налични данни за размера на кутиите) средният размер на кутиите с бира в Орегон е намалал с 10,4% (от 17,3 на 15,5 унции). Въпреки че този спад е по-изразен в процентно изражение от спада в съседните щати и в САЩ като цяло, средният размер на кенчето в Орегон през 2018 г. е по средата на петте западни щата: в четири от тях средният размер на

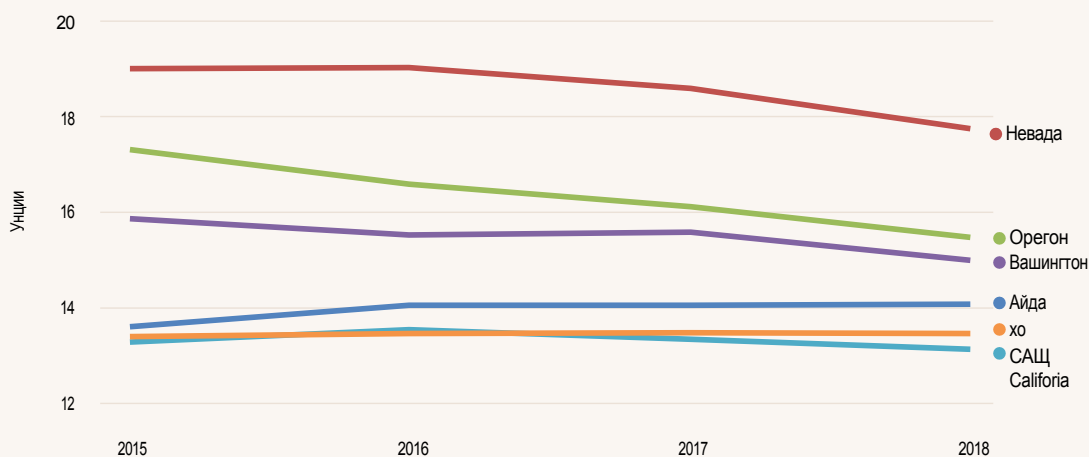
Фигура 7: Продажби на бира на глава от населението (всички видове опаковки) в Калифорния, Айдахо, Невада и Орегон, и Вашингтон, 2012-2020 г. (31-галонни барели)



Това проучване на случай показва колко е важно да се анализират всички потенциални причини за увеличаване или намаляване на продажбите, а не да се обясняват единствено с въвеждането на DRS. Според теорията, че увеличаването на депозита ще доведе до намаляване на продажбите, продажбите на бира на глава от населението в Орегон би трябвало да са намалели през 2017 г., след като през април 2017 г. беше въведен депозит от 0,10 щатски долара. Вместо това продажбите на бира на глава от населението в Орегон са се увеличили с 2,3 % през 2017 г. в сравнение с 2016 г. Всъщност увеличението на продажбите в Орегон през 2017 г. е най-голямото от петте щата.

През следващата година продажбите на бира на глава от населението в Орегон намаляват с 2,7%, а през следващата година се увеличават с 2,7% (2019 г.). От 35-те точки с данни за промени в продажбите (пет щата, умножени по седем години) установихме, че 30 от точките с данни са увеличения или намаления в рамките на плюс или минус четири процентни пункта. Само пет точки от данните бяха извън този диапазон. Следователно увеличенията и намаленията от два или три процентни пункта в Орегон са в рамките на този диапазон и би било невъзможно да се припишат на конкретно събитие като промяна в стойността на депозита. Установихме също така, че увеличението през една година често е последвано от намаление през следващата година, така че много от тези промени от година на година се неутрализират взаимно и общата тенденция е много по-стабилна.

Фигура 8: Среден размер на бирената кутия в Калифорния, Айдахо, Невада и Орегон, Вашингтон и САЩ, 2015-2018 г. (унции)



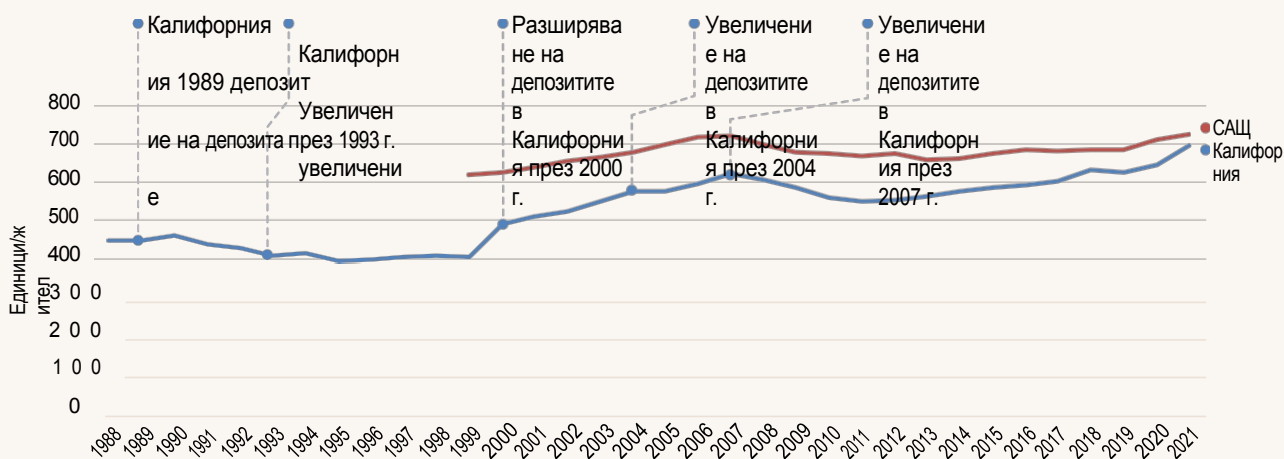
## Проучване на случай: Калифорния

Когато през 1986 г. в Калифорния за първи път е приета системата DRS, тя прилага стойност за възстановяване от 0,01 щатски долара (California Redemption Value или CRV) за стъклени и пластмасови бутилки и алуминиеви кутии само за газирани напитки (бира, сода, пенлива вода и вино). През 1989 г. Калифорния увеличава CRV от 0,01 на 0,02 щатски долара, през 1993 г. - от 0,02 на 0,025 щатски долара, а през 2004 г. - от 0,025 на 0,04 щатски долара. През 2000 г. държавата разшири обхвата на ДРС, така че да обхване почти всички видове негазирани напитки (негазирана вода, спортни напитки, чай, коте и др.). Неотдавна, през януари 2007 г., Калифорния увеличи ДРС от 0,04 USD на 0,05 USD (за малки опаковки) и от 0,08 USD на 0,10 USD (за големи опаковки).

На фигура 9 са показани продажбите на депозитни опаковки за напитки през този период от време за всички видове материали <sup>заедно</sup><sup>28</sup>. Данните, представени на тази фигура, са получени от CalRecycle, които обхващат единствено продажбите на контейнери, подлежащи на CRV, а не всички напитки, продавани в щата. Данни на щатско ниво за съседните на Калифорния щати, които не са членки на ДРС, не са налични, но националните данни за САЩ служат като добра база за сравнение. Фигурата илюстрира, че през първите няколко години след въвеждането на DRS продажбите на напитки нарастват стабилно до 1991 г., след което следват няколко години на спад. Разширяването на обхвата на програмата през 2000 г. води до значително увеличаване на броя на обхванатите напитки, което обяснява нарастването на продажбите, показано на графиката през същата година и след това.

Фигурата също така показва, че не е имало значителни прекъсвания в тенденциите на продажбите след всяко от четирите увеличения на CRV, посочени на графиката, с изключение на последното (през 2007 г.). Непосредственият спад на продажбите, последвал увеличението на CRV през 2007 г., е видимо, но се обяснява с намаляването на продажбите в САЩ, което вероятно е

Фигура 9: Продажби на безалкохолни напитки и пакетирана бира във всички депозитни опаковки в Калифорния (1988-2021 г.) спрямо еквивалентен тип контейнер и категории напитки в САЩ (1999-2021 г.) (единици/жител)



## Проучване на случай: Алберта

На фигура 10 са показани продажбите на безалкохолни напитки и пакетирана бира в Алберта и Канада за основните видове опаковки от 2000 до 2021 г. Първичните видове контейнери включват всички алуминиеви и двуметални

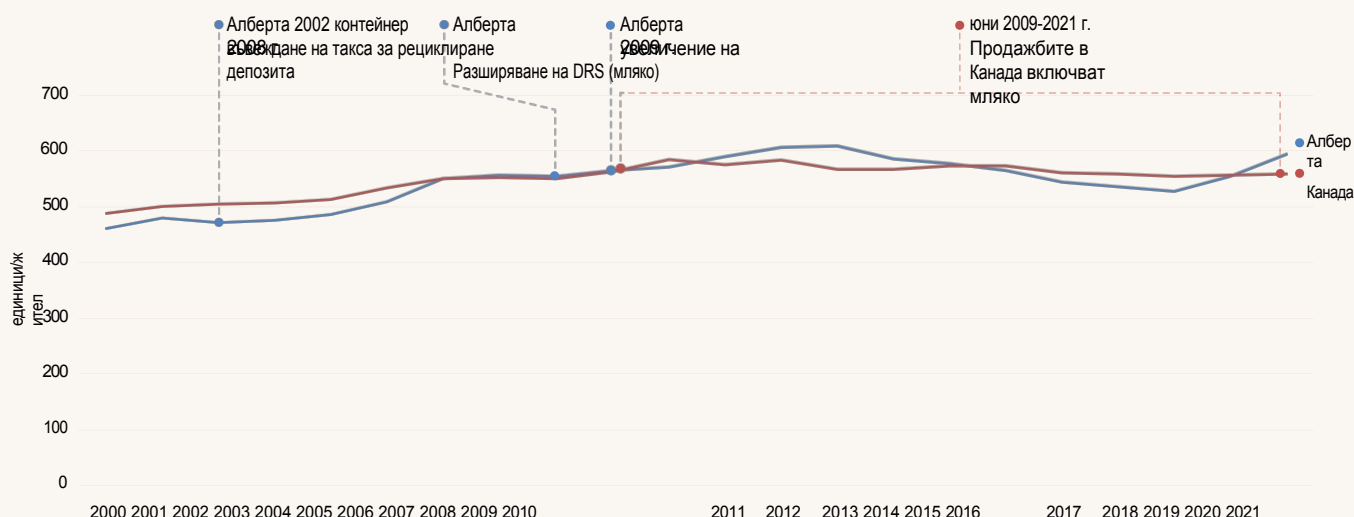
кутии, бутилки от твърда пластмаса, стъклени бутилки и картон/картон. Данните за продажбите в Канада са получени от GlobalData PLC и включват мляко и млечни напитки за всяка година от 2009 г. насам, когато тези напитки бяха добавени към програмата на Алберта. От друга страна, базовите данни за Алберта идват от Alberta Beverage Container Recycling Corporation (ABCRC), а оценките за продажбите на бирени бутилки за многократно пълнене (2000-2020 г.) и бирени кутии (2000-2007 г.) за Алберта идват от докладите Who Pays What на CM Consulting.<sup>29</sup>

През септември 2002 г. Алберта добави нова невъзвръщаема такса за рециклиране на контейнери към покупната цена на всички контейнери за безалкохолни напитки, в допълнение към обичайния размер на депозита. По време на въвеждането таксата варираше от 0 до 3,5,7 и 8 цента в зависимост от размера на контейнера и вида на материала. Както е показано на фигура 10, след въвеждането на новата такса продажбите на алкохолни, безалкохолни и бирени депозитни напитки леко се [увеличиха](#)<sup>30</sup>.

Фигурата също така показва, че продажбите на напитки на глава от населението в Алберта продължават да се увеличават стабилно от 2006 до 2013 г., въпреки увеличаването на нивата на депозита през ноември 2008 г. и въвеждането на депозит за всички опаковки за напитки с мляко и течна сметана през юни 2009 г. Нивото на депозита за контейнери с вместимост под 1 л се

Фигура 10: Продажби на алкохол, безалкохолни напитки\* и пакетирана бира (основни видове опаковки)

в Албърта и Канада, 2000-2021 г. (единици/жител)





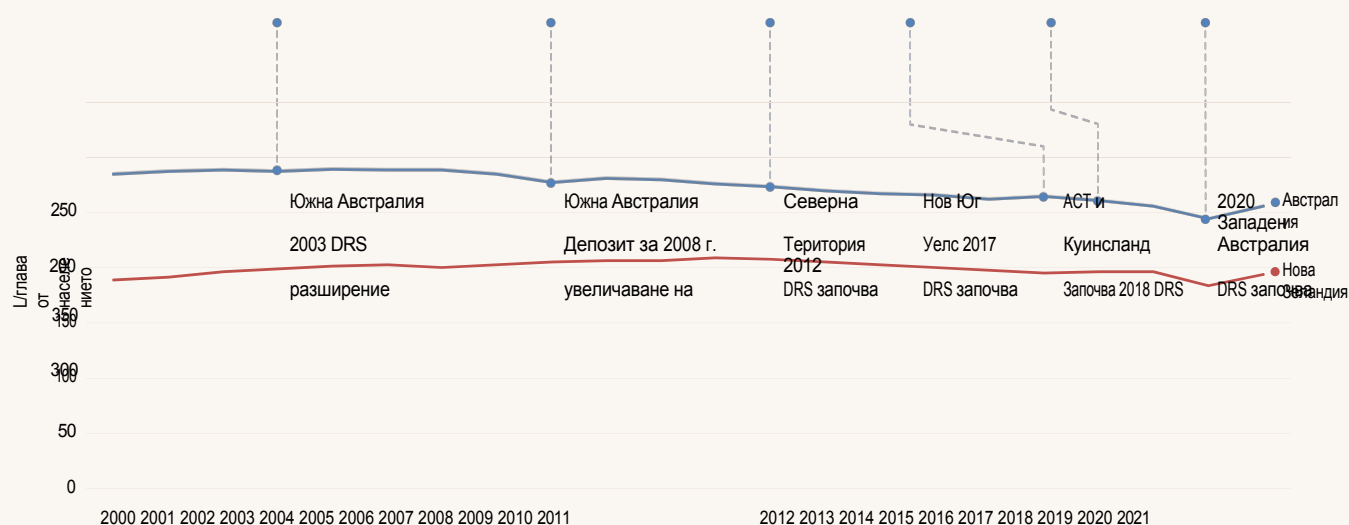
## Проучване на случай: Австралия

Австралийският опит със схемите за депозити е още един интересен пример. Южна Австралия е първият австралийски щат, който въвежда ДРС през 1977 г., като по-късно през 2003 г. разширява схемата, за да включи повече напитки, а през 2008 г. увеличава депозита. До 2020 г. пет австралийски щата/територии са въвели DRS, включително Северна територия (2012 г.), Нов Южен Уелс (NSW) (2017 г.), Австралийска столична територия (АСТ) (2018 г.), Куинсланд (2018 г.) и Западна Австралия (2020 г.). Заедно тези шест щата и територии представляват 72 % от населението на Австралия.<sup>31</sup> След като Виктория и Тасмания въведат съответните си ДРС, което е планирано за 2023 г., цялата страна ще бъде обхваната от депозитни схеми.

На фигура 11 са показани продажбите на безалкохолни напитки и пакетирана бира в Австралия и Нова Зеландия (страна без връщане на депозити) от 2000 до 2021 г. Данните, получени от GlobalData PLC, показват, че въпреки отсъствието на ДЗР в Нова Зеландия, продажбите на напитки и в двете страни следват подобна тенденция през годините. Макар че графиката показва незначителен спад в продажбите около 2017-18 г., той вероятно се дължи на повишаването на цените, което, макар и свързано с ДРС, не бива да се приписва на нея.

Службата за честна търговия на Нов Южен Уелс вече изрази загриженост относно увеличението на цените, което се налага на потребителите, и получи съобщения за увеличаване на цените, което надвишава разходите по схемата

2000-2021 г. (л/жител)



В други случаи беше съобщено, че производителите са повишили цените на продукти, които дори не са включени в схемата.<sup>33</sup> Широко разпространена беше и информацията<sup>34</sup>, че Соса-Сола е повишила цените на дребно със значителните 13,6 цента на единица. В статия на Дау Джоунс по онова време се съобщава също: "...досега обществеността е платила 110 млн. австралийски долара под формата на по-високи цени, но е получила обратно само около 8 млн. австралийски долара", което е довело до "неочаквано увеличение на приходите" на компанията<sup>35</sup>.

Интересно е също така да се отбележи, че въпреки липсата на DRS, консумацията на безалкохолни напитки и пакетирана бира в Нова Зеландия е по-ниска от тази в Австралия на глава от населението. Преди въвеждането на схемата за депозит в Нов Южен Уелс, от 2011 г. до 2016 г., продажбите в Австралия постоянно са били с около 24-25% по-високи от тези в Нова Зеландия. Когато Нов Южен Уелс въведе своята схема през декември 2017 г., а след това и АСТ и Куинсланд през следващата година, разликата между двете страни намаля малко до около 23% през 2019 г. До 2020 г. обаче разликата между продажбите на глава от населението в Австралия и Нова Зеландия се върна на 25%. Друго интересно наблюдение от графиката е, че малкият спад на продажбите, който се наблюдава в Австралия около 2017-18 г., е много по-малък от продажбите които се случиха в двете страни през 2020 г. в резултат на пандемията, което още веднъж показва, че множество фактори могат да повлияят на продажбите.

## Разглеждане на твърденията за предполагаемото отрицателно въздействие на DRS върху продажбите в Австралия

На 11 октомври 2012 г. австралийският Сенат предаде разследването относно функционирането на схемите за депозити в Южна Австралия и Северна територия на Референтна комисия по околна среда и комуникации на Сената. Разследването на комисията беше насочено към редица ключови въпроси, включително практиките на ценообразуване и разпределение на приходите на индустрията за напитки в системите, действащи в Южна Австралия и Северна територия.<sup>36</sup> В отговор на разследването на Сената Соса-Сола Amatil, Lion и други компании за напитки представиха изявления, в които твърдяха, че националната схема за депозити ще доведе до значително увеличение на цените на напитките.

Австралийският съвет за храни и хранителни стоки (AFGC) подкрепи производителите на напитки, твърдейки, че въвеждането на национална депозитна схема "ще струва на австралийските семейства 300 долара допълнително в техните пазарски кошници всяка година".<sup>37</sup> Това твърдение, основано на анализ от икономистите на ACIL Tasman по поръчка на

38

39

40

възстановяват<sup>41</sup>

домкинствата<sup>42</sup>

## Съвпадащи данни от други проучвания

Освен че направихме собствен анализ, направихме и цялостен преглед на съществуващите изследвания за въздействието на DRS върху продажбите на напитки. Констатациите от тези проучвания с ъ в п а д а т с нашите и предоставят допълнителни доказателства в подкрепа на нашите заключения.

### Ето обобщение на основните им изводи:

#### Проучване: Швеция 2010 г.

В Европа едно проучване установи, че увеличението на депозита, извършено в Швеция през септември 2010 г., не е имало статистически значим ефект върху продажбите.<sup>43</sup>

#### Проучване: Флорида 2011 г.

Проучване на [Програмата](#) за икономически анализи на Университета на Флорида<sup>44</sup> установи, че въздействието на DRS върху потреблението на напитки е "по същество нулево". В проучването се твърди, че размерът на депозита е сравнително нисък (в сравнение с цената на напитката) и че дори ако цените на напитките се увеличат с малко повече от размера на депозита, това все пак представлява малък процент увеличение на цената.

#### Проучване: Австралия 2021

Икономическият анализ на DRS в Австралийската столична [територия](#)<sup>45</sup>, и з в ъ р ш е н през 2021 г., установи, че е малко вероятно моделите на купуване на потребителите да бъдат повлияни от повишаването на цената, тъй като се счита, че увеличението не е достатъчно голямо, за да промени поведението на хората. Същото проучване установи също, че въздействието върху хранително-вкусовата промишленост е \$0. Макар че в проучването се признава, че промишлеността може да понесе разходи, свързани с прехода и прилагането на схемата, то установи, че тези разходи могат да бъдат компенсирани до голяма степен от приходите, генерирани от рециклираните материали.

#### Проучване: Калифорния 2011 г.

Друго проучване, проведено от Калифорнийския университет в Бъркли, не открива доказателства, че продажбите на опаковани в PET напитки на основата на коте и чай, смеси от сокове и 100% плодов сок в опаковки с вместимост под 46 унции са намалели, след като тези напитки са били добавени към щатската закон за бутилките през 2000 г.<sup>46</sup>

## Проучване: Масачузетс, 2011 г.

През 2011 г. Департаментът за опазване на околната среда на щата Масачузетс (MassDEP) проведе проучване, за да прецени дали измененията на DRS на щата могат да доведат до увеличаване на потребителските цени и разходите на търговците на дребно и да намалят избора на потребителите. Това беше в отговор на твърдението на Real Recycling Massachusetts (група, създадена от индустрията за напитки и търговия на дребно), че разширяването на DRS в този щат ще струва на потребителите близо 120 млн. щатски долара годишно под формата на увеличени разходи в магазините за хранителни стоки.<sup>47</sup> За да извърши своя анализ, MassDEP събра и сравни информация от Масачузетс и три съседни щата (Ню Хемпшир [щат, в който не е въведена DRS], Кънектикът [щат, в който е въведена DRS] и Мейн [щат, в който е въведена DRS]) относно цените на напитките и наличността на продуктите и проведе интервюта с управители на магазини и други лица в щатите с актуализирана DRS, за да провери дали негативните последици, прогнозирани от противниците за Масачузетс, са били изпитани другаде. Що се отнася до увеличението на цените, проучването не установи забележимо различие в цените на напитките в щатите с ДРС и тези без ДРС, което опровергава твърдението.<sup>48</sup> В същност проучването установи, че изследваните напитки често струват повече, а не по-малко в щатите без ДРС.

отколкото в държавите с ДРСМО. Проучването също така установи, че супермаркетите с регионална дейност имат последователни цени както за депозитните, така и за недепозитните напитки в различните щати, независимо дали в съответния щат има ДРСМО. В своя доклад MassDEP стига до следното заключение<sup>49</sup>:

*"Противниците на актуализираната [DRS] неколкократно са заявявали, че цените на напитките, които в момента не са обхванати от [DRS] на Масачузетс, "ще се повишат с почти 5 цента" в допълнение към депозита от 5 цента, ако [DRS] бъде актуализирана.<sup>50</sup> Ако тази прогноза е точна, може да се очаква, че цените на напитките, обхванати от [DRS] на тези щати (Кънектикът и Мейн) да бъдат постоянно по-високи, отколкото в Масачузетс, където актуализираната [DRS] не е в сила за тези напитки, или в Ню Хемпшир, където няма [DRS]. Събраните предварителни данни обаче показват, че водата и другите негазирани напитки рядко са били по-скъпи в щатите, които са ги включили в своите [DRS], в сравнение с Масачузетс и Ню Хемпшир, които не ги включват. Някои от напитките всъщност са били по-скъпи в Масачузетс и Ню Хемпшир, отколкото в Мейн, където те са включени в [DRS]. Данните от проучването показват, че някои видове бутилирана вода, продавани в Кънектикът, са били по-евтини в Масачузетс, но като цяло напитките или струват еднакво, или са по-скъпи в Кънектикът, отколкото в Масачузетс, независимо дали напитката е включена в [DRS] или не."*

Освен че повдига въпроси относно валидността на твърденията, че DRS повишават цените, проучването на MassDEP поставя под въпрос твърдението на

опонентите, че актуализираната DRS ще струва на търговците на дребно близо 120 млн. долара годишно. MassDEP обясни, че ако прогнозата е вярна, би следвало да се очаква, че магазините в Мейн и Кънектикът ще имат по-високи цени, за да компенсират допълнителните разходи. Проучването обаче показва, че цените в Мейн са били или същите, или малко по-ниски от тези в Масачузетс, а цените в Кънектикът са били или същите, или малко по-високи от тези в Масачузетс. <sup>51</sup>

### Проучване: Орегон, 2005 г.

Проучване на Комисията за контрол на алкохола в Орегон установява, че продажбите на бира са се увеличили с 5,12 % в годината след приемането на закона за бутилките - от 1,4 млн. барела, продадени между октомври 1971 г. и септември 1972 г., на 1,5 млн. барела, продадени между октомври 1972 г. и септември 1973 г.<sup>52</sup> Данните показват също, че процентът на продажбите на бира в Орегон (щат, в който се прилага ДРС) и Вашингтон (щат, в който не се прилага ДРС) остава почти еднакъв между 1970 г. и 1974 г. Продажбите на бира в Орегон са се увеличили с 19,7 %, а във Вашингтон - с 19,3 %.<sup>53</sup>

### Проучване: Върмонт 1977 г.

Работна група, назначена от губернатора на Мериленд, публикува доклад, в който се разглеждат последиците от законодателството за задължителна ДРС в други щати<sup>54</sup>. В доклада се цитира случаят с Върмонт, който показва 13% спад в продажбите на бира (които са обхванати от ДРС) и 15% спад в продажбите на твърд алкохол (който не е обхванат от ДРС) до май 1974 г., почти година след въвеждането на закона. Въпреки това той отбелязва, че спадът не може да се припише на самата ДРС:

*"Причините за този спад в продажбите на напитки са неясни, но със сигурност се дължат на редица фактори... През зимата на 1973-74 г. Върмонт, който е силно зависим от рекреационния туризъм, е засегнат от... недостиг на гориво и лоши снежни условия. Икономиката на Върмонт е намаляла с 11 %, туризмът е намалял с 16 % като цяло и с 25 % по време на пика на ски сезона. Данните също така показват, че дистрибуторите от Върмонт са натрупали запаси от бира в съдове за [еднократна] употреба в очакване на закона. Когато законът влезе в сила, те просто разпродадоха запасите си от опаковки за [еднократна употреба], като по този начин увеличиха продажбите на дистрибуторите от предходната година и намалиха продажбите им през следващата година."*

В доклада на работната група се заключава, че макар опитът на Върмонт да показва, че през първата година след въвеждането на DRS може да има лек спад в продажбите, след този период на приспособяване може да се очаква ръстът на продажбите да се върне към историческия си темп и че не се очакват дългосрочни ефекти нито върху цените, нито върху темпа на растеж на продажбите на напитките.<sup>55</sup>

## Заклучение

За разлика от повечето проучвания, които разглеждат въздействието на DRS върху продажбите на напитки, които често разчитат на прогнозни модели, нашият доклад се отличава с използването на емпирични данни, събрани от утвърдени пазари на DRS. Въз основа на цялостния ни анализ се очертават следните основни изводи:

- Нито едно от проучванията на случаи не предоставя категорични доказателства, че въвеждането или разширяването на ДРС е довело до спад в продажбите на напитки. Наблюдаваните колебания в продажбите при проучванията на конкретни случаи са в рамките на нормалните колебания и са съобразени с регионалните тенденции.
- Освен депозита, различни независими или кумулативни фактори могат да окажат влияние върху продажбите на напитки, включително сезонните температури, икономическите условия, ставките на данъка върху продажбите, съществуването или отсъствието на DRS в съседни юрисдикции, местоположението на центровете за търговия на дребно и ценовите практики на търговците на дребно и дистрибуторите на напитки. Поради тази причина всякакви промени в продажбите (увеличения или намаления) не трябва да се приписват единствено на DRS, тъй като за тези колебания допринасят множество комплексни фактори.
- Твърденията за причинно-следствена връзка между прилагането на DRS и намалените продажби на напитки трябва да се разглеждат внимателно, тъй като често се основават на проучвания, които са





## Крайни бележки

- 1 Това проучване се фокусира изключително върху пакетирани напитки, с изключение на продажбите на наливни напитки, напитки от бурета или фонтани, както и на варено коте и други свързани продукти. Основанието за този подход е, че само пакетирани напитки са обект на ДРС, поради което проучването е пригодно да анализира конкретно въздействието върху тази категория.
- 2 Основният източник на данни за продажбите за представените от нас казуси е GlobalData PLC, с изключение на Алберта, Калифорния и Орегон. За казусите на Алберта и Калифорния данните са получени от системните оператори (съответно Alberta Beverage Container Recycling Corporation и CalRecycle), а за казуса на Орегон данните са получени от Института по бира. За всички казуси, в които са използвани данни от GlobalData PLC, наборът от данни обхваща периода от 2000 г. до 2021 г., като предоставя цялостен поглед върху тенденциите в продажбите през последните две десетилетия.
- 3 Woolf, A. ноември 2010 г. "Непреднамерените последици от избора на публична политика: Икономиката на долината на река Кънектикът като пример." Достъпно на адрес [vtdigger.org/wp-content/uploads/2011/02/20101101\\_woolfArtUnintended.pdf](https://vtdigger.org/wp-content/uploads/2011/02/20101101_woolfArtUnintended.pdf)
- 4 РМСА Economic Consulting. декември 2017 г. "Доклад за предложената система за депозиране и връщане на опаковки за напитки в Ирландия". Изготвен за Repak Limited от д-р Пат МакКлоугън. Достъпно на адрес [img-cdn.tinkottjournal.ru/-/pmca-report-on-deposit-and-return-scheme-in-ireland-041217-final.pdf](https://img-cdn.tinkottjournal.ru/-/pmca-report-on-deposit-and-return-scheme-in-ireland-041217-final.pdf)
- 5 Магазинът за бира.
- 6 Perrett, M. 15 август 2022 г. "Потребителите и бизнесът са объркани от схемите за връщане на депозити." Достъпно на: [www.foodmanufacture.co.uk/Article/2022/08/15/do-consumers-know-about-deposit-return-schemes](http://www.foodmanufacture.co.uk/Article/2022/08/15/do-consumers-know-about-deposit-return-schemes)
- 7 Комисия за законодателни изследвания, Франкфурт, Кентъки. Ноември 1999 г. "Оценка на законодателството за депозит за контейнери, предложено за Кентъки (законопроект 371)". Достъпно на адрес: [apps.legislature.ky.gov/lrc/publications/ResearchReports/Rr288.pdf](https://apps.legislature.ky.gov/lrc/publications/ResearchReports/Rr288.pdf)
- 8 пак там.
- 9 Меморандум от Джини Уилсън, Франкфурт, Кентъки, 2 юни 1999 г., цитиран в Комисията за законодателни изследвания, Франкфурт, Кентъки. ноември 1999 г. "Оценка на законодателството за депозит за контейнери, предложено за Кентъки (законопроект 371)". Достъпно на [apps.legislature.ky.gov/lrc/publications/ResearchReports/Rr288.pdf](https://apps.legislature.ky.gov/lrc/publications/ResearchReports/Rr288.pdf)
- 10 Уикипедия. "Корелацията не означава причинно-следствена връзка." Достъпно на адрес [en.wikipedia.org/wiki/Correlation\\_does\\_not\\_imply\\_causation#:~:text=Фразата%20%22correlation%20does%20not,association%20or%20correlation%20between%20the](https://en.wikipedia.org/wiki/Correlation_does_not_imply_causation#:~:text=Фразата%20%22correlation%20does%20not,association%20or%20correlation%20between%20the)
- 11 Castaldelli-Maia, J.M., Segura, L.E., Martins, S.S., 2021. "Тревожната тенденция за увеличаване на продажбите на алкохолни напитки в САЩ по време на пандемията COVID-19". Alcohol, 96, 37-42. Достъпно на: [www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0741832921000732](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0741832921000732)
- 12 Орган за икономическо регулиране. 2022. Доклад за ефектите на схемата за депозит на контейнери върху цените на напитките в Западна Австралия - окончателен доклад". Достъпно на адрес: [www.erawa.com.au/cproot/22482/2/-2019.CDS.Inq-Container-Deposit- Scheme-Price-Monitoring---Final-Report---For-tableing.PDF](https://www.erawa.com.au/cproot/22482/2/-2019.CDS.Inq-Container-Deposit- Scheme-Price-Monitoring---Final-Report---For-tableing.PDF)
- 13 Кроуфорд, Е. 13 октомври 2022 г. 'Способни сме да предприемем каквито и да е цени...' PepsiCo уверено повишава цените, тъй като купувачите търсят "малки моменти на удоволствие". Достъпно на адрес: [www.foodnavigator-usa.com/Article/2022/10/13/PepsiCo-уверено-повишава-цените-като-купувачите-търсят-малки-моменти-на-удоволствие](https://www.foodnavigator-usa.com/Article/2022/10/13/PepsiCo-уверено-повишава-цените-като-купувачите-търсят-малки-моменти-на-удоволствие)
- 14 Rajesh, A.M. 14 февруари 2023 г. "Кока-Кола ще продължи с повишаването на цените, докато ПепсиКо прави пауза". Достъпно на: [www.reuters.com/business/retail-consumer/coca-cola-sees-annual-profit-above-estimates-](https://www.reuters.com/business/retail-consumer/coca-cola-sees-annual-profit-above-estimates-)



- 15 Лукас, А. 24 април 2023 г. "Печалбата на Соса-Кола надмина прогнозите, стимулирана от повишаването на цените и по-голямото търсене". CNBC. Достъпно на: [www.cnbc.com/2023/04/24/coca-cola-ko-q1-2023-earnings.html](http://www.cnbc.com/2023/04/24/coca-cola-ko-q1-2023-earnings.html)
- 16 Данните за продажбите се отчитат предимно в литри (L) за всички проучвания на случаи, с изключение на проучването на случай в Орегон, където продажбите се отчитат в барели (31-галонни барели).
- 17 Hjerberg, A. и E. Johansson. Пролет 2012. "Иконометричен анализ на рециклирането на контейнери в рамките на шведската депозитна система". Достъпно на адрес [arc.hhs.se/download.aspx?MediumId=1580](http://arc.hhs.se/download.aspx?MediumId=1580)
- 18 Данни за продажбите, получени от GlobalData PLC.
- 19 Данни за продажбите, получени от GlobalData PLC.
- 20 По отношение на приложното поле литовското законодателство за връщане на депозити не определя никакви изключения.
- 21 Депозитната система на Латвия стартира през февруари 2022 г.
- 22 Същата ситуация съществува в много американски щати, включително Айова, Мичиган, Ню Йорк, Кънектикът, Върмонт, Мейн, Масачузетс и Орегон (но не и в Хавай или Калифорния).
- 23 Першарди. Юни 2009 г. "Окончателен доклад: "Управление на продуктите в Северна Америка и Европа". Изготвен за Министерството на околната среда, водите, културното наследство и изкуствата от името на Работната група по политиката за отпадъците". Достъпен на адрес [www.agriculture.gov.au/system/files/resources/25241225-8390-49f3-b60f-f901673b4118/files/product-stewardship-na-eu.doc](http://www.agriculture.gov.au/system/files/resources/25241225-8390-49f3-b60f-f901673b4118/files/product-stewardship-na-eu.doc)
- 24 В САЩ това се нарича "универсално изкупуване".
- 25 Першарди. Юни 2009 г. "Окончателен доклад: "Управление на продуктите в Северна Америка и Европа". Изготвен за Министерството на околната среда, водите, културното наследство и изкуствата от името на Работната група по политиката за отпадъците". Достъпен на адрес [www.agriculture.gov.au/system/files/resources/25241225-8390-49f3-b60f-f901673b4118/files/product-stewardship-na-eu.doc](http://www.agriculture.gov.au/system/files/resources/25241225-8390-49f3-b60f-f901673b4118/files/product-stewardship-na-eu.doc)
- 26 Данни за продажбите, получени от GlobalData PLC.
- 27 Данните за продажбите (в бъчви) на отделните опаковки са получени от Института по бира. Подробни разбивки по размер на опаковките са налични за периода 2015-2018 г.; данните за предходните и следващите години са специфични само за вида на опаковката, но не и за размера.
- 28 Данните за продажбите за Калифорния са получени от CalRecycle, а за САЩ - от GlobalData PLC.
- 29 Предлага се на адрес [www.cmconsultinginc.com/who-pays-what](http://www.cmconsultinginc.com/who-pays-what)
- 30 Данни за продажбите, получени чрез лична комуникация с Гай Уест, Alberta Beverage Container Recycling Corporation, 9 ноември 2022 г.
- 31 Австралийско статистическо бюро. Септември 2022 г. "Население на страната, щатите и териториите." Достъпно на: [www.abs.gov.au/statistics/people/population/national-state-and-territory-population/latest-release](http://www.abs.gov.au/statistics/people/population/national-state-and-territory-population/latest-release)
- 32 Knaus, C. 8 януари 2018 г. "Coca-Cola Amatil и пивоварите прехвърлят разходите по схемата за депозит на опаковки." Достъпно на: [www.theguardian.com/australia-news/2018/jan/08/coca-cola-amatil-and-brewers-passing-on-cost-of-container-deposit-scheme](http://www.theguardian.com/australia-news/2018/jan/08/coca-cola-amatil-and-brewers-passing-on-cost-of-container-deposit-scheme)
- 33 пак там.
- 34 Мичъл, С. 24 октомври 2017 г. "Coca-Cola Amatil вдига цените, за да възстанови разходите за възстановяване". Достъпно на: [www.afr.com/companies/retail/cocacola-amatil-raises-prices-to-recoup-refund-costs-20171024-gz6tv2](http://www.afr.com/companies/retail/cocacola-amatil-raises-prices-to-recoup-refund-costs-20171024-gz6tv2)

- 35 Dow Jones Newswires. 18 февруари 2018 г.
- 36 Австралийски съюз. Сенат, Комисия по околна среда и комуникации. Ноември 2012 г. "Функциониране на схемите за депозит за контейнери в Южна Австралия и Северна територия". Достъпно на адрес: [www.dcceew.gov.au/environment/protection/publications/government-response-beverage-container-deposit-recovery-scheme-sa-nt](http://www.dcceew.gov.au/environment/protection/publications/government-response-beverage-container-deposit-recovery-scheme-sa-nt)

- 
- 37 Австралийски хранителни новини. 13 ноември 2012 г. "Националната схема за депозиране на контейнери ще увеличи цените на напитките според производителите на напитки. Достъпно на: [www.ausfoodnews.com.au/2012/11/13/national-container-deposit-scheme-will-increase-beverage-prices-according-to-drink-manufacturers.html](http://www.ausfoodnews.com.au/2012/11/13/national-container-deposit-scheme-will-increase-beverage-prices-according-to-drink-manufacturers.html)
- 38 Tangaroa Blue. "Цените на напитките се понижиха под депозитите на контейнерите." Достъпно на: [www.tangaroablue.org/container-deposit/beverage-prices-down-under-container-deposits/](http://www.tangaroablue.org/container-deposit/beverage-prices-down-under-container-deposits/)
- 39 [www.aph.gov.au/Parliamentary\\_Business/Committees/Senate/Environment\\_and\\_Communications/Completed%20inquiries/2010-13/containerdepositschemes/report/~media/wopapub/senate/committee/ec\\_ctte/completed\\_inquiries/2010-13/container\\_deposit\\_schemes/report/c03.ashx](http://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Committees/Senate/Environment_and_Communications/Completed%20inquiries/2010-13/containerdepositschemes/report/~media/wopapub/senate/committee/ec_ctte/completed_inquiries/2010-13/container_deposit_schemes/report/c03.ashx)
- 40 Tangaroa Blue. 2 август 2018 г. "Цените на напитките се понижават при депозитите на контейнери!" Достъпно на адрес [www.tangaroablue.org/container-deposit/beverage-prices-down-under-container-deposits/](http://www.tangaroablue.org/container-deposit/beverage-prices-down-under-container-deposits/)
- 41 пак там.
- 42 пак там.
- 43 Торнелоф, И. 2016. "Увеличаване на рециклирането чрез депозит за контейнери: Анализ на фиксираните ефекти на шведското увеличение на депозита за контейнери през септември 2010 г." Достъпно на: [uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:954205/FULLTEXT01.pdf](http://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:954205/FULLTEXT01.pdf)
- 44 Университет на Флорида, Бюро за икономически и бизнес изследвания. 15 март 2011 г. "Анализ на системата за възстановяване на депозити за контейнери за напитки във Флорида". Достъпно на адрес: [www.bebr.ufl.edu/sites/default/files/Research%20Reports/analysis\\_of\\_a\\_florida\\_beverage\\_container\\_deposit\\_refund\\_system\\_-\\_march\\_15\\_2011\\_0.pdf](http://www.bebr.ufl.edu/sites/default/files/Research%20Reports/analysis_of_a_florida_beverage_container_deposit_refund_system_-_march_15_2011_0.pdf)
- 45 Yu, S.Y. март 2021 г. "Икономически анализ на разходите и ползите на схемата за депозит за контейнери на АСТ". Икономическо общество на Австралия. Available at [onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/1759-3441.12305](https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/1759-3441.12305)
- 46 Berck, P. и G. Goldman. 2003. "Проучване на рециклирането на контейнери за напитки и намаляването на боклука в Калифорния: Доклад до законодателния орган на щата Калифорния." DRRR-2011-025. Калифорнийски университет в Бъркли. [www2.calrecycle.ca.gov/Publications/Details/1389](http://www2.calrecycle.ca.gov/Publications/Details/1389).
- 47 Департамент за опазване на околната среда на Масачузетс (MassDEP). Юли 2011 г. "Предварително проучване: Сравнение на ценообразуването на напитките, избора на потребителите и ефективността на системите за изкупуване в Масачузетс и съседните щати." Достъпно на адрес: [archives.lib.state.ma.us/bitstream/handle/2452/112871/ocn748283420.pdf](http://archives.lib.state.ma.us/bitstream/handle/2452/112871/ocn748283420.pdf)
- 48 пак там.
- 49 пак там.
- 50 Това предсказание се съдържа в писмо от 10 декември 2010 г. до законодателите, изготвено от коалиция от противници на закона за бутилките.
- 51 пак там.
- 52 Underdahl, K. T. 2 ноември 1972 г. "Продажбите на бира на едро нарастват с 5% въпреки закона за бутилките.". Както е цитирано в [scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/2505/bacon.pdf](http://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/2505/bacon.pdf)
- 53 Уагонер, "Бутилката на Орегон", 29. Както е цитирано в [scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/2505/bacon.pdf](http://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/2505/bacon.pdf)
- 54 Хопкинс и др., март 1977 г. "Контейнери за напитки в Мериленд". Доклад на единадесетте членове на работната група на губернатора за проучване на законодателството, свързано със задължителните депозити върху контейнерите за напитки". Available at: [msa.maryland.gov/megafile/msa/speccol/sc5300/sc5339/000113/016000/016697/unrestricted/20130605e.pdf](http://msa.maryland.gov/megafile/msa/speccol/sc5300/sc5339/000113/016000/016697/unrestricted/20130605e.pdf)
- 55 пак там.

правителствата, индустрията и НПО.

Институтът с нестопанска цел за рециклиране на контейнери (CRI) е водещ авторитет в областта на икономическото и екологичното въздействие на използваните контейнери за напитки.

и други опаковки на потребителски продукти.

Нашите оригинални изследвания, обективен анализ, отговорно застъпничество и широкообхватно обучение са в основата на мисията ни да превърнем Северна Америка в световен модел за събиране и качествено рециклиране на опаковъчни материали.

Reloop ([www.reloopplatform.org](http://www.reloopplatform.org)) е международна организация с нестопанска цел, чиято визия е свят без отпадъци, в който природните ресурси остават ресурси. Водеща в глобалния преход към кръгова икономика, Reloop предоставя изследвания и анализи, основани на доказателства, за



resources  
remain  
resources

