



**NÁZOV PROJEKTU: SI SI ISTÝ, ŽE RECYKLUJEŠ?**  
**KLIENT: MCCARTER A.S.**  
**VYPRACOVAL: KRISTÍNA TAŠKÁ, ANDREJ PERNECKÝ**

## **O SPOLOČNOSTI**

McCarter je významná slovenská výrobná-obchodná spoločnosť, ktorá je na trhu už viac ako 20 rokov. Je výrobcou slovenských značiek nápojov a čerstvo lisovaných štiav Rio Fresh, Body&Future, Rio Fusion, Zeus a V12; distribuuje zahraničné značky Starbucks RTD, AriZona, Teekanne, Jana a Kraš. V kategórii čerstvo lisovaných štiav a nápojov je jednotkou na slovenskom a českom trhu. Viac než 50% produkcie úspešne exportuje na európske a svetové trhy a za svoje inovácie minulý rok získala už šieste najprestížnejšie svetové potravinárske ocenenie v rade. Kládne dôraz na kvalitu surovín, výrobnú technológiu a kvalitu použitých materiálov. Vzhľadom na to, že primárnym balením je PETový obal, spoločnosť si plne uvedomuje zodpovednosť voči životnému prostrediu a intenzívne sa zaoberá otázkou cirkulárnej ekonomiky. Tak isto si je vedomá potreby vývoja nových technológií, ktoré prispievajú k ochrane našej planéty. Preto, ako jeden z mála výrobcov využíva na svoje PETové fľaše aj PET etiketu. Fľaša sa tak stáva plne, 100% a kvalitným materiálom na recykláciu.

## **POZADIE PROJEKTU/PREČO SA BUDE PROJEKT REALIZOVAŤ**

Vo všeobecnosti, množstvo PET fliaš vrhnutých do žltých kontajnerov končí v spaľovni, pretože ich recykláciu znemožňuje etiketa, tzv. rukávik alebo sleeve. Je to zmršťovacia fólia, často vyrobená z PVC. Takýto typ etikety sa ťažko strháva, nehovoriac o tom, že spotrebiteľia nevedia, že práve pri tomto type etikety je nutné to spraviť, pretože má odlišné fyzikálne vlastnosti ako PET materiál. Projekt ideme realizovať ako reakciu na problémy, na ktoré poukazujú aj spracovatelia odpadu. Tí dostávajú kvalitnú surovinu na recykláciu (PET sa považuje za veľmi dobre recyklovateľný materiál), ale veľkú časť tejto suroviny nedokážu zrecyklovať a končí v spaľovni. Dôvodom je, že drvivá väčšina etikiet na fľašiach je vyrobených práve z PVC. A práve v tomto momente sa ničí okruh cirkulárnej ekonomiky.

## **ZADANIE / ČO POTREBUJEME VYTVORIŤ**

Chceme vytvoriť kampaň s hlbokým ľudským príbehom, ktorá tým, ktorí recyklujú povie, že možno recyklujú nesprávne, hoci o tom nevedia a robia to v dobrej viere. To, že fľaša skončí v žltom kontajneri neznamena, že bude zrecyklovaná. Chceme zaujať mileniálov v zbesilom scrolle na instagrame, šokujúcim obrázkom, ktorý im otvorí oči a prinútiť ich zamyslieť sa. Zároveň informujeme o jednoduchej alternatíve – produktoch so 100% PET etiketou. Napríklad tie od spoločnosti McCarter.

Primárne chceme kampaňou osloviť a edukovať mileniálov, ktorí majú oveľa vyššiu mieru zodpovednosti voči našej planéte ako generácie pred nimi. Naučiť ich že separovať sa dá dvoma spôsobmi:

1. **prvoplánovo** (triedim podľa materiálu a farby koša),

2. **uvedomelo** (triedim tak aby bol môj odpad spracovaný užitočne a podporujem cirkulárnu ekonomiku).

## **VÝZVA / KREATÍVNA VÝZVA PROJEKTU**

Spoločnosť McCarter prichádza s riešením tohto problému, a to vďaka technológií – použitiu PETovej etikety. Vyrába fľaše s celkovou 100% recyklovateľnosťou. V prvom kroku vytvoríme značku umiestnenú na obale produktu, vizuálne príťažlivú pre mileniálov. Vďaka značke bude spotrebiteľ vedieť, že tento obal je plne recyklovateľný a neskončí na skládke, preto si ho môže pokojne kúpiť. Spracovatelia odpadu budú vďaka značke vedieť, že etiketa je z PET materiálu a nie PVC, preto nemusí ísť do spaľovne.

Pripravíme sériu instagramovateľných obrázkov, ktoré mileniálov emocionálne zasiahnu. Na obrázkoch bude ikonicky zobrazené zviera (korytnačka, veľryba, vtáky...), ktoré uhynuli v dôsledku nesprávnej separácie odpadu. V obrázku bude otázka „*Si si istý, že separuješ správne?*“ Pod obrázkom copy: *PETová fľaša s PVC etiketou končí na skládke. Z fľaše od McCarter nemusíte etiketu odstraňovať, je plne recyklovateľná, sleduj znamenia na fľaši a označ kamoša, ktorý neseparuje správne!* Týmto otrasieme ich ideálmi, čím ich prinútime rozmýšľať nad tým ako separujú a aký druh fliaš kupujú.

Spoločnosť McCarter, v rámci B2B komunikácie, bude jeden z iniciátorom celospoločenskej zmeny, s víziou minimalizovania používania PVC materiálov alebo ich úplný zánik v segmente.

## **HODNOTENIE KAMPANE/ KPI**

Instagram:

- Organic reach – 50.000 / kampaň
- Engagement - 15.000 / kampaň
- Nárast „followers“ +10% počas trvania kampane.

## **DEADLINE**

Kampaň chceme realizovať na jar 2019.