

Si si istý, že recykluješ?

EKOnomicky a EKOlógicky

KRISTÍNA TAŠKÁ, ANDREJ PERNECKÝ

YOUNG LIONS 2019
MARKETERS

McCarter.

**RIO
FRESH**

**BODY &
FUTURE**

McCarter a.s. je slovenská spoločnosť pôsobiaca na trhu viac ako 20 rokov. Je výrobcom nápojov, funkčných nápojov, čerstvo lisovaných štiav a džúsov. Do jej portfólia patria značky Body&Future, Rio Fresh, Rio Fusion, Zeus a V12.

Primárnym balením je PETový obal a práve preto si spoločnosť plne uvedomuje zodpovednosť voči životnému prostrediu. **Ako jeden z mála výrobcov využíva na svoje PETové fľaše aj PET etiketu.** Fľaša sa tak stáva plne, 100% a kvalitným materiálom na recykláciu.

ISSUE

Množstvo PET fliaš vhođených do žltých kontajnerov končí v spaľovni, pretože ich recykláciu znemožňuje etiketa, tzv. rukávik alebo sleeve. Je to zmršťovacia fólia, často vyrobená z PVC.



PREČO

Projekt ideme realizovať ako reakciu na problémy, na ktoré poukazujú aj spracovatelia odpadu. Tí dostávajú kvalitnú surovinu na recykláciu, ale veľkú časť tejto suroviny nedokážu zrecyklovať. A práve v tomto momente sa ničí okruh cirkulárnej ekonomiky.



RIEŠENIE

➔ 100% recyklovateľný obal s PET etiketou.

➔ Vytvorenie značky umiestnenej na obale produktu, vizuálne príťažlivej 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 spalovne.

➔ McCarter bude spoluautor iniciatívy na celospoločenskú zmenu v nepoužívaní PVC materiálov aj u iných výrobcov.

EXEKÚCIA

Vytvoríme sériu instagramovateľných obrázkov s hlbokým ľudským príbehom, ktorým mileniálom povieme a upozorníme ich na to, že hoci sa snažia a je to pre nich extrémne dôležité, odpad, ktorý separujú so zámerom druhotného využitia končí v spalovni.

Vzhľadom na to, že je to veľmi silný apel, chceme, aby správa otriasla ich ideálmi. Tento moment si zapamätajú a pri najbližšom nákupe budú hľadať typ obalu, ktorý používa aj spoločnosť McCarter.

Pomôže tak surovinu vrátiť naspäť do obehu, čím uzatvára kruh cirkulárnej ekonomiky.

MILENIÁLI

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).



KPI

Instagram:

Organic reach - 50.000 / kampaň

Engagement - 15.000 / kampaň

Nárast „followers“ +10% počas trvania kampane.

TERMÍN REALIZÁCIE

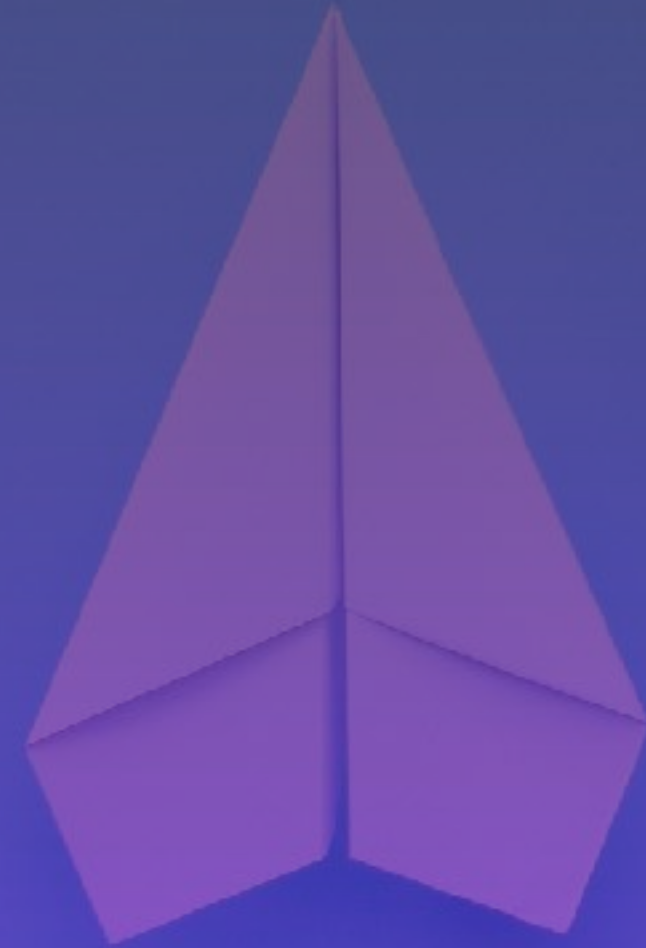
Jar 2019, trvanie kampane: dva mesiace



KONKURENCIA

V nápojovom segmente veľká väčšina výrobcov využíva **PVC celosleevovú** etiketu. Je to napríklad:

Kofola (Jupík)
Linea Nivice (Hello)
Maspex (Kubík)
Pepsi (Lipton)
Rauch (nápoje)
CocaCola (FuzeTea)
jogurtové mlieka
drogistické výrobky.



Ďakujeme za
pozornost'

WE DON'T SPECULATE
ABOUT FUTURE.
WE BUILD IT.