

1. Marketingová stratégia zhodnocovania plastov

Návrh ekologickej (zelenej) marketingovej stratégie pre zhodnocovanie plastov môže pomôcť propagovať výhody zhodnocovania plastového odpadu a podporiť udržateľnejšie spotrebiteľské návyky. V tejto časti nájdete niekoľko kľúčových prvkov, ktoré je potrebné zvážiť pri navrhovaní marketingovej stratégie pre zhodnocovanie plastov.

2. Úvod

Riešenie problematiky plastového odpadu je prioritou EÚ Agendy 2030 a nevyhnutnosťou pre vytvorenie inovatívnej a cirkulárnej (obehovej) Európy. Aj keď je plastový odpad horúcou témou na celom kontinente, obrovské množstvo plastového odpadu sa nezhodnocuje, a dostáva sa tak späť do dodávateľského reťazca [1].

Napriek zvýšenému povedomiu o tejto problematike nám stále chýbajú opatrenia na dosiahnutie tohto cieľa. Zmeniť správanie spotrebiteľov nie je jednoduchá úloha, ale firmy môžu zohrať zásadnú úlohu pri ovplyvňovaní "plastových návykov" zákazníkov [2].

Marketingová stratégia je jedným zo silných nástrojov, ktoré môžu zmeniť preferencie nákupných rozhodnutí zákazníkov. Marketing má teda obrovský vplyv na spôsob budúceho rozhodovania spotrebiteľov a na to, ako budú (alebo nebudú) uvažovať o probléme, akým je napríklad neustále rastúce množstvo jednorazových plastov, ktoré sú nešetrné k našej planéte [3].

3. Popis

Sila marketingu spočíva v jeho globálnom dosahu, šírení povedomia a vytváraní posunu v rámci danej problematiky. Cieľom marketingovej kampane nie je len dať spotrebiteľom a výrobcom pocit uvedomelosti, ale zároveň ich naučiť chápať dôsledky ich nákupného konania na životné prostredie [3].

Ako môžete vytvoriť marketing, ktorý bude mať pozitívny vplyv na riešenie problému znečistenia jednorazovými plastmi?

Postupujte podľa týchto krokov a zmeňte spôsob realizácie marketingových kampaní:

1. **Mať vyšší cieľ** – trvalo udržateľný trend a potreba posúva perspektívu od ekonomického úspechu k väčšiemu spoločenskému úspechu. Inovatívne spoločnosti hľadajú spoločenské poslanie, ktoré má pozitívny vplyv na ľudí a životné prostredie [4].
2. **Zvyšovať povedomie** – zvyšovanie povedomia je prvým krokom, ako vzdelávať zákazníkov o tom, ako znížiť produkciu plastového odpadu, aký vplyv má ich správanie na planétu a aké sú s tým spojené problémy a výhody. Jednoduchým spôsobom, ako to urobiť, môžu byť kanály sociálnych médií a rôzne kampane [3]. Vzdelávanie je navyše aj formou, ako budovať lojalitu zákazníkov [4].
3. **Identifikovať jednorazové a nerecyklovateľné plasty** – ako spoločnosť s vyšším ekologickým cieľom by ste sa mali zamyslieť nad vlastnou spotrebou plastov, identifikovať výrobky a materiály, ktoré sa nedajú recyklovať, a nájsť alternatívy alebo spôsoby, ako spracovať plastový odpad a vytvoriť nový výrobok, aby ste išli príkladom [5].

4. **Podporovať udržateľné alternatívy** – ďalším spôsobom, ako informovať o negatívnom vplyve jednorazových plastov, je ukázať zákazníkovi, aké alternatívy zahŕňajú inovatívne riešenia na zhodnotenie plastov a prečo sú šetrnejšie k životnému prostrediu. Snažte sa nájsť riešenia, ktoré sú nielen udržateľné, ale aj ekonomicky efektívnejšie [3].
5. **Podporovať udržateľné podnikanie** - odkazujúc na podporu udržateľných obchodných modelov, ich rast a zároveň znižovanie množstva plastového odpadu a nové spôsoby likvidácie plastov. Podniky môžu takéto podnikanie podporovať a vybraný prístup zavádzať v rámci svojej činnosti. Takéto spoločné správanie by mohlo podporiť postupy udržateľného vykazovania a reportovania [3] akými sú [standardy GRI](#) – ľahko použiteľný modulárny súbor prinášajúci organizáciám (malým/veľkým, verejným/súkromným) prehľad o ich vplyve na životné prostredie, hospodárstvo a ľudí.
6. **Orientovať sa na zákazníka** – nevytvárajte udržateľnú marketingovú stratégiu sami. Spýtajte sa ľudí, čo ich najviac zaujíma - či už je to ekológia, transparentnosť alebo sociálne poslanie. Dovoľte im, aby vám povedali o svojich potrebách, snažte sa im porozumieť a potom podľa toho prispôbte marketing [4].
7. **Zmeniť správanie spotrebiteľov** – to sa nedá urobiť zo dňa na deň. Aj keď ide o dlhodobý cieľ, marketingová stratégia by mala byť zameraná na malé kontinuálne kroky, ktoré budú mať postupom času veľký kumulatívny vplyv na životné prostredie [3].
8. **Používať udržateľné obaly a výrobky** – poskytovanie informácií o tom, ako bol výrobok vyrobený, alebo používanie recyklovaných materiálov na jeho balenie je priamy a účinný spôsob, ako pritaľhnuť pozornosť zákazníkov k výrobkom firmy [3].
9. **Stanovte si cieľ znížiť používanie jednorazových plastov** – môže Vám pomôcť prijať ďalšie opatrenia pri hľadaní alternatívnych spôsobov, ako minimalizovať znečistenie plastmi z nerecyklovateľných, často vyhadzovaných alebo jednorazovo používaných plastových výrobkov [5].

Ako firma, najmä výrobca, ktorý už zaviedol vyššie uvedené opatrenia do svojej činnosti, sa môžete inšpirovať nasledujúcimi krokmi, aby ste pokračovali v minimalizácii znečistenia počas celého životného cyklu plastových výrobkov.

10. **Zvýšiť dostupnosť údajov a vykonávať hodnotenia životného cyklu (Life cycle assessment - LCA)** – jedným z východiskových bodov každej marketingovej stratégie je dostupnosť údajov, ktoré sú potrebné na lepšie pochopenie výroby plastov a jej vplyv počas celej životnosti výrobku. LCA je cenný nástroj, ktorý pomáha určiť hodnotu a externé vplyvy plastových výrobkov - environmentálne, sociálne, zdravotné a ekonomické vplyvy plastových výrobkov od ich výroby až po ukončenie ich používania. Poskytovanie LCA a sprístupňovanie údajov verejnosti a ďalším zainteresovaným stranám má zásadný význam pre rozhodovací proces [5].
11. **Používať udržateľné normy, certifikáty, certifikované označenie ekologických výrobkov a usmernenia pre tvorbu/dizajn**– ide o užitočné nástroje a techniky, ktoré znižujú negatívne vplyvy ľudí na životné prostredie a podporujú princípy cirkulárnej ekonomiky (obehového hospodárstva). Certifikáty alebo certifikované označenia ekologických výrobkov by sa mali uvádzať na výrobkoch alebo ich obaloch, a podporovať tak udržateľnú marketingovú stratégiu spoločnosti [5].
12. **Zlepšiť ekologické (zelené) kritériá nákupu** – vyberajte si obchodných partnerov na základe udržateľných kritérií, ktoré by mohli zahŕňať výrobky s recyklovaným obsahom, opätovne použité výrobky alebo výrobky s certifikátmi. Spoločné úsilie o udržateľnosť a spolupráca

so zainteresovanými stranami majú väčší vplyv a môžu byť cennou súčasťou Vašich marketingových cieľov. Nezabudnite tiež informovať o úspešnej spolupráci prostredníctvom svojich online kanálov [5].

Vytváranie udržateľnej budúcnosti zahŕňa dlhodobú víziu, či už ide o zabehnutú firmu, alebo o nového podnikateľa na trhu. Cieľom obehového hospodárstva je dostať materiály a výrobky späť do hospodárstva v štádiu ich "konca životnosti", ktoré v obehovom pohľade neexistuje. Kľúčové úvahy Vašej marketingovej stratégie by sa mali zamerať na pochopenie zákazníkov, poskytovanie jednoduchých riešení a viacero prístupov pre individuálne a kultúrne situácie [2]. Rozprávanie príbehu (storytelling) alebo vizuálne pomôcky, ako sú videá alebo infografiky, môžu tiež podporiť pozitívne marketingové aktivity.

Účel udržateľných marketingových stratégií je komplexný a nejde len o zarábanie peňazí. Mnohé spoločnosti sa však riadia [praktikami greenwashingu](#), ktoré poskytujú zákazníkom nepravdivé informácie o svojich výrobkoch a službách. Uvedomte si, že udržateľná budúcnosť je celkovým cieľom hospodárskej, environmentálnej a sociálnej prosperity..

4. Prípadové štúdie & príklady

Každý deň sa na svete kúpi až 15 miliárd cigariet. Ohorky, ktoré vznikajú po ich vyfajčení, sú pre prírodu veľkou záťažou a ich rozklad trvá štyri až dvanásť rokov. Projekt EcoButt sa zameriava na riešenie odpadu z cigariet, ktorý sa vo svete produkuje v obrovských množstvách. Konkrétne sa projekt venuje zberu a následnej recyklácii cigaretových filtrov.

Podľa jeho autora je myšlienka recyklácie cigaretových filtrov vedecky podložená viacerými štúdiami, ktorých výsledky sú veľmi priaznivé. Cigaretové filtre predstavujú vážnu hrozbu pre životné prostredie. Viac ako polovica predaného množstva cigariet končí na zemi. Filter v cigarete slúži na absorpciu, preto ohorky obsahujú viac ako 6 000 toxických a karcinogénnych látok, ktoré kontaminujú v dôsledku dažďa pôdu (kde pestujeme naše plodiny), vodu (ktorú všetci pijeme), a ekosystém (ktorý je domovom pre zvieratá, rastliny a ľudí).

Výskum ukázal, že jeden cigaretový filter kontaminuje až 5 litrov vody do podmienok nezlučiteľných so životom pre organizmus. Počas štúdie na univerzite RMIT v Austrálii sa zistilo, že zapracovaním cigaretových filtrov do asfaltovej zmesi sa znižuje efekt tepelného ostrova, čo znamená, že počas horúcich letných dní je sálajúce teplo z asfaltu absorbované práve cigaretovými filtermi, a tak teplota v mestách klesá o dva až tri stupne.

V súčasnosti realizátori projektu prechádzajú akceleračnou fázou, v ktorej sa sústreďujú na výber vhodných klientov a firiem, ktoré im pomôžu s týmto nebezpečným odpadom a urobia naše okolie krajším a čistejším.

Ako spoločnosť implementovala proces/koncepciu/stratégiu?

Spoločnosť Ecobutt je vynikajúcim príkladom kreatívneho a aktuálneho marketingu pre zhodnocovanie plastov. Výberom kontroverzného, ale významného a škodlivého znečisťovateľa -



cigaretových ohorkov, zakladateľ svojou charizmou a jedinečným príbehom predáva svoju technológiu širokej verejnosti.

Koho by nezaujímalo čistenie verejných priestranstiev od všadeprítomných cigariet a ohorkov? Robiť to ekologicky a vrátiť cenné materiály späť do technických cyklov a výroby je geniálny nápad!

Ktoré údaje, detaily alebo výsledky možno považovať za dobrý príklad? Množstvo recyklovaných použitých toxických ohorkov v tonách za rok. [6].



5. Zdroje

Odkazy:

- [1] <https://www.socialinnovationacademy.eu/re-valuing-plastic-social-innovation-means-reduce-revalue-plastics/>
- [2] <https://www.sustainability.com/thinking/engaging-consumers-to-reduce-and-recycle/>
- [3] <https://zerowasteoutlet.com/blogs/zero-waste-dad-blog/the-role-of-marketing-in-tackling-the-plastic-problem>
- [4] <https://blog.hubspot.com/marketing/sustainable-marketing>
- [5] [https://www.epa.gov/system/files/documents/2023-04/Draft National Strategy to Prevent Plastic Pollution.pdf](https://www.epa.gov/system/files/documents/2023-04/Draft%20National%20Strategy%20to%20Prevent%20Plastic%20Pollution.pdf)
- [6] <https://ecobutt.com/>