

# Nestlé Hungária Kft

## Újrahasznosítási Kisokos – Te tudod, hova dobd?



Nestlé®

Jó étellel teljes az élet

Effekt 2030 – A közösség befektetések díja 2020. évi pályázatán  
**Jövő gazdasága** kategóriában **III. helyezést** nyert el.

**A PROGRAM IDŐTARTAMA:** 2019. november – napjainkig

**A PROGRAM ELŐZMÉNYEI:** 2017-ben Európában az egy főre jutó csomagolási hulladék mennyisége 173 kg volt, ami rekordmennyiségnek számít. A hulladékkezelés közös felelősség, hisz hiába használna az élelmiszeripar egyre több újrahasznosítható csomagolóanyagot, ha azt a fogyasztók nem tudják helyesen szelektálni, nem tudják, mely anyagok újrahasznosíthatók, melyek nem. A fogyasztók fejében sok tévhit él a szelektív hulladékgyűjtés kapcsán.

**A PROGRAM CÉLJA:** A projekt céljai:

- szemléletformálása és edukálás 2 millió fogyasztó elérésével
- a Nestlé reputációjának javítása.

## **ILLESZKEDÉS A VÁLLALAT MŰKÖDÉSÉHEZ:**

A cég meggyőződése, hogy csak akkor lehet hosszútávon sikeres, ha nemcsak részvényeseik, de az egész társadalom számára értéket tudnak teremteni. A Nestlé víziója szerint semmilyen csomagolóanyag nem végezheti hulladéklerakóban vagy szemétként, így a világ legnagyobb élelmiszeripari vállalatoként ők is csatlakoztak azon törekvéshez, hogy 2025-re minden csomagolásukat újrafeldolgozhatóvá vagy újrafelhasználhatóvá tegyék. Ennek érdekében a csomagolásfejlesztés mellett kiemelt figyelmet fordítanak dolgozóik, partnereik és fogyasztóik edukációjára is. A kiadvány tökéletesen illeszkedik a Nestlé környezeti fenntarthatósági törekvéseibe és egyben hitelesíti azokat.

## **A PROGRAM LEÍRÁSA:**

A HUMUSZ szakmai támogatásával elkészítették az Újrahasznosítási Kisokost.

Ebben alaposan, közérthetően közelítik meg a témát: részletesen tárgyalják, hogy az egyes hulladékfajtákat hová kell dobni, melyek újrahasznosíthatók, melyek nem, illetve hogyan segítenek ebben a csomagolásokon található jelölések.

A célközönség a fogyasztók, munkavállalók és iskolások voltak.

A célcsoportokat egy 360 fokos tartalomstratégiával szólították meg. A számukra releváns és hiteles médiumokban earned és paid tartalmakkal jelentek meg, Facebook oldalukról a programnak dedikált [nestle.hu/hovadobjam](https://www.nestle.hu/hovadobjam) aloldalra terelték őket, valamint létrehoztak a [hovadobjam.blog.hu](https://www.hovadobjam.blog.hu) blogot, ahol tovább növelték az elköteleződést.

A kiadványt a Nestlé Hungária dolgozóihoz is eljuttatták és elindították a Fenntarthatósági Nagykövet programjukat. Készítettek egy 45 perces tananyagot a témában, mely segítségével nagyköveteik iskolás gyerekeknek tartottak workshopokat az újrahasznosításról.

## KÖZÖSSÉG:

A program során a HUMUSZ Szövetséggel működtek együtt. Az NGO zéró-hulladék életmód területén tett erőfeszítései hitelesítik céljaikat, szakértelmük pedig segített a szakmailag helytálló tartalmak megalkotásában.

A HUMUSZ Szövetség és a Nestlé Hungária Kft. médiapartnerei (HVG Fenntarthatósági kiadvány, Lakáskultúra, Gyereklélek, Test és Lélek) segítettek a program megvalósításában, népszerűsítésében.

Munkavállalóik bevonása a program sikerének egyik kulcstényezője volt. A WoM erejével növelni tudták az Újrahasznosítási Kisokos elérését dolgozóik családjainak körében, nagyköveteik pedig erősítették és hitelesítették üzeneteiket, lehetőséget nyújtottak további célcsoportok (általános iskolás gyermekek) elérésére.

## HATÁS:

A kampánnyal 2,35 millió főt értek el, több mint 16%-kal meghaladva a kitűzött célokat!

Earned PR: 16 megjelenés, 1 850 000 reach (+23% a tervekhez képest). A legfontosabb zöld és gazdasági médiumok foglalkoztak a témával.

Médiaegyüttműködések: 395 000 reach

Saját felületek: nestlé.hu/hovadobjam aloldal: 7880 PL, fizetett ráfordítás nélkül! Az olvasók átlagosan 5:47 percet töltöttek el az oldalon. Hovadobjam.blog.hu: közel 75 000 PL.

Személyes elérés: A nagykövet program részeként 20 munkavállalójuk vett részt fenntarthatósági képzésükön, akik 180 gyereket értek el, a nagykövetek szelektív kukákat is hagytak az osztálytermekben, lehetőséget teremtve a tartós magatartásbeli változásra. A tananyag egy része bekerült az MDOSZ szerencsi Gyermekek Egészsége Programjába, ahol további 700 gyerek tanult a szelektív hulladékgyűjtésről.

Az önkéntesek képzésére igény merült fel a gyáraikban is, ezért a nagykövet képzést máshol is folytatják.

Az Újrahasznosítási Kisokos népszerűségére való tekintettel a kiadvány angol verzióját elérhetővé tették más Nestlé piacok számára is.

## JÖVŐ:

A fenntarthatóság, környezetvédelem és hulladékgazdálkodás a legtöbb vállalat fenntarthatósági programjának részét képezi. A Te tudod, hova dobd? program nem a reputációépítésre, hanem az edukációra fókuszál, hosszútávú platformot kínál. Lehetőséget teremt a tartós magatartás- és szokásbeli változás megteremtésére.

Céljuk, hogy tovább népszerűsítsék a felelős hulladékgazdálkodás és a szelektív hulladékgyűjtés fontosságát, ezért a Kisokos ismertségének növelése, valamint a Fenntarthatósági Nagykövet program folytatódik. Utóbbira már büki gyárunk dolgozói, és a Széchenyi István Egyetem hallgatói is jelentkeztek, így a közeljövőben kiterjesztik a nagykövetek körét.

A tavalyi Kisokos sikerét követően idén ősszel elkészült a kiadvány második része is, ami a tudatos vásárlói magatartás kialakítását célozza. Nem csupán a szelektív hulladékgyűjtéssel, de a csomagolások szerepével, az ételmiszerpazarlás is foglalkozik. Szakmai partnerük idén is a HUMUSZ szövetség volt. Az új kiadvány előállításához a Nestlé kereskedelmi partnere, a SPAR is csatlakozott.



## TOVÁBBI INFORMÁCIÓK:

- <https://www.nestle.hu/hovadobjam>
- <https://hovadobjam.blog.hu/>