

Nestlé Hungária Kft.

A világon elsőként papíralapú csomagolást kapott a hazai Nescafé 3in1 Classic



Effekt 2030 – A közösségi befektetések díj 2021. évi pályázatán a **Zöld egyensúly** kategóriában **III. helyezést** nyert el.

A PROGRAM IDŐTARTAMA: 2021. május – 2022. szeptember

A PROGRAM ELŐZMÉNYEI: Egy átlagos fogyasztó az Európai Unióban évente 4,8 tonna hulladékot termel, amelyből 2017-ben az egy főre jutó csomagolási hulladék mennyisége 173 kg volt, amely rekordmennyiségnek számít. **A Nestlé a világ legnagyobb élelmiszeripari vállalataként hatalmas felelősséggel rendelkezik, ezért folyamatosan dolgozik csomagolóanyagai fejlesztésén, hogy azok 2025-re újrahasznosíthatók vagy újrafelhasználhatók legyenek.**

A PROGRAM CÉLJA: A Nestlé célja, hogy csomagolóanyagait ne a hulladéklerakókban – vagy, ami még rosszabb, a környezetben – végezzék, hanem azokat a fogyasztók közreműködésével folyamatos körforgásban tartsa.

A Nescafé 3in1 termék kiszereléséből fakadóan a cég kis méretű, komplex csomagolóanyagokat használ. A vállalat célja egy olyan csomagolás megalkotása volt, amelynek segítségével az alapanyagok beszerzésétől kezdve a gyártáson és a csomagoláson át a felelős kávéfogyasztásig (a teljes ellátási lánc során) fenntartható alternatívát nyújthat. Olyan megoldást kellett megálmodniuk, ami figyelembe veszi a hazai környezetet, de adaptálható más piacokra is.

ILLESZKEDÉS A VÁLLALAT MŰKÖDÉSÉHEZ:

A Nescafé több mint 80 év tapasztalatát és munkáját fektette fenntarthatósági törekvéseinek és folyamatainak fejlesztésébe. A márka a *Grown Respectfully* program keretében 2010 óta világszerte több mint 700 000 termelőt támogatott egészségesebb, ellenállóbb, és jobb minőségű kávé előállításában, s ezáltal életminőségük javításában. **Az újfajta csomagolási megoldások fejlesztése a termék fenntarthatósági törekvéseinek egy újabb lépése.**

A PROGRAM LEÍRÁSA:

A világon először Magyarországon tesztelték **az új, papíralapú Nescafé 3in1 csomagolást, ami szelektíven, a papírhulladékkal együtt gyűjthető, széles körben újrahasznosítható.** A termékcsalád csomagolása a minőségbiztosítás és a szavatosság idő miatt is kihívást jelent, hiszen a Nescafé 3in1 termék érzékeny a nedvességre, így a csomagolásnak védenie kell az italport a környezettől. A papíralapú csomagolás tesztelésének egyik fő célja az volt, hogy a Nescafé 3in1 szavatossági idejét megvizsgálják papíralapú csomagolásban a további fejlesztésekhez.

2021 áprilisától limitált szériás termékként a készlet erejéig hozták forgalomba. Hogy a fogyasztók a megfelelő módon kezelhessék az újfajta csomagolást, **erőteljes edukációs kampányt folytatott a cég:** a sajtóközlemény és SM tartalmak mellett wobblerekkel, padlómatricákkal, bevásárlókocsikra helyezett információs anyagokkal hívta fel a figyelmet a megújult csomagolásra. A terméktesztet egy nyereményjátékkal is összekötötték, ami a fogyasztói visszajelzések gyűjtését is szolgálta: a kódfeltöltés után arra kérték a vásárlókat, hogy osszák meg velük véleményüket az új csomagolásról.



KÖZÖSSÉG:

A teszt megtervezésekor kiemelten fontos volt, hogy olyan üzletekben jelenjen meg a cég, amelyek széles fogyasztói rétegeket érnek el, magas forgalommal rendelkeznek, és ahol lehetőség van a tudatos fogyasztói magatartás kialakításához szükséges POS kommunikációs anyagok kihelyezésére. **A limitált szériás, újfajta csomagolással rendelkező termékeket ezért a cég egyik legnagyobb partnere, a SPAR és az INTERSPAR üzleteiben tette elérhetővé.**

HATÁS:

A megújult csomagolás kiemelkedően **pozitív fogadtatásra talált mind a fogyasztók, mind a kereskedelmi partnerek és a sajtó körében is.** A promócióban 1150 fogyasztó vett részt, akik többször is a megújult csomagolás mellett tették le voksukat. **Összesen közel 3000 termékkódot töltöttek fel, és 80%-uk a véleményét is megosztotta a céggel a fogyasztói kérdőív kitöltésével. A válaszadók jelentős része preferálta a papírcsomagolást az eddig megszokott csomagoláshoz képest.** A preferencia még magasabb volt azok körében, akik a papíralapú csomagolásban elérhető Nescafé 3in1 terméket vásárolták, így arra következtet a vállalat, hogy a használat is pozitív élményt nyújtott. **Az újravásárlási hajlandóság is magas a papírcsomagolást választó vásárlók között.**

A program során kérdéses, hogy az újrafeldolgozás valóban megtörténik-e. Az ugyanis nagyban az adott ország újrahasznosítási infrastruktúrájának, szelektív gyűjtési, válogatási és újrafeldolgozási folyamatain múlik. A Nescafé 3in1 csomagolásának újraalkotásakor ezért olyan megoldást találtak, amely figyelembe veszi a helyi sajátosságokat, ugyanakkor más országokban is adaptálható. **Így az új, papíralapú Nescafé 3in1 csomagolásról szerzett tapasztalatok, a begyűjtött fogyasztói és partneri visszajelzések nemzetközi szinten is támogatni tudják a fenntartható gazdaságot.**

Az új csomagolás és az ahhoz kötődő kampány egyértelműen pozitív hatást gyakorolt a Nestlé reputációjára, a fogyasztói és partneri visszajelzések alapján. Az online hirdetésekkel 1,5 milliós elérést generáltak, valamint a közösségi médiában 4,9 milliós megjelenést értek el. Ráadásul a széles körű fogyasztói elérés is lehetőséget adott arra – online felületekről 1844-szer, Facebook oldalról 3397-szer kattintottak át a cég weboldalára –, hogy a vásárlókat a csomagolások újrahasznosíthatóságával kapcsolatban edukálják.

JÖVŐ:

A vállalat a hulladékcsökkentés érdekében vállalta, hogy a következő négy évben minden terméke csomagolását újrahasznosíthatóvá vagy újrafelhasználhatóvá teszi. A vállalat hosszú távú terve, hogy csomagolásaikat a körforgásban tartsák. A Nestlé fenntarthatósági stratégiája 5 pillérré épül: (1) a felhasznált csomagolóanyag mennyiségének csökkentésére; (2) az újrahasználat, újratölthető rendszerek széles körben történő alkalmazására; (3) alternatív csomagolóanyagok fejlesztésére (lebomló, komposztálható verziók, illetve papír-alapú megoldások); (4) helyi hulladékgazdálkodási infrastruktúra fejlesztésének támogatására; (5) fogyasztói edukációra.



TOVÁBBI INFORMÁCIÓK:

- <https://www.nestle.hu/media/nescafe-papircsomagolas>