

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁAŃ PROWADZONYCH PRZEZ FUNDACJĘ PROKARTON W 2020r

W 2020 roku Fundacja zrealizowała szereg projektów, zarówno o lokalnym, jak i ogólnopolskim zasięgu. Adresatami jej działań byli konsumenci, eksperci, branża opakowaniowa, odpadowa i spożywcza oraz media.

Główne obszary działań Fundacji ProKarton w 2020 roku obejmowały:

- działalność edukacyjną: współpraca z organizacjami branżowymi i non-profit oraz mediami,
- działania komunikacyjne i media relations,
- badanie opinii publicznej,
- rzecznictwo interesów.

Poniżej przedstawiamy działania zrealizowane przez Fundację ProKarton w 2020 roku.

DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE

Wychodząc naprzeciw utrudnionej sytuacji komunikacyjnej wynikającej z ograniczeń pandemicznych, większość działań dot. edukacji ekologicznej i promowania kartonów do płynnej żywności realizowana była w internecie. Przygotowano szereg materiałów publikowanych w mediach społecznościowych, gdzie dzięki wzmożonej promocji znacznie zwiększono zasięgi dotarcia z przygotowanymi informacjami. Najważniejszymi działaniami realizowanymi w internecie w 2020 r. były:

- film z okazji Dnia Ziemi, gdzie komunikowano konieczność poszanowania światowych zasobów leśnych i bioróżnorodności, leśne pochodzenie podstawowego surowca kartonów do płynnej żywności, a także funkcjonalność tego typu opakowań i konieczność selektywnej zbiórki powstałych z nich odpadów,
- eko-postanowienia na Międzynarodowy Dzień Środowiska: komunikacja odnosząca się do postanowień środowiskowych konsumentów, w tym m.in. selektywnej zbiórki odpadów, wybierania opakowań przyjaznych środowisku i przeciwdziałania marnowaniu żywności. Komunikacja ta angażowała odbiorców poprzez możliwość interakcji,
- współpraca z blogerką kulinarną: komunikacja w szczególności wskazywała na konieczność przeciwdziałania marnowaniu żywności i segregowania odpadów opakowaniowych,
- komunikacja wakacyjna: seria postów graficznych, w ramach których komunikowano prawidłowe zachowania konsumentów podczas letnich aktywności, w tym prawidłowe gospodarowanie odpadami i konieczność niezaśmiecania środowiska naturalnego.

Fundacja współpracowała także z prasą drukowaną oraz mediami elektronicznymi. Część materiałów przygotowywanych przez Fundację przekazywana była bezpośrednio dziennikarzom w postaci informacji prasowych w celu ich publikacji. Nawiązano także współpracę z gazetą Rzeczpospolita, gdzie w dodatku specjalnym „Walka o klimat” zamieszczone zostało podsumowanie debaty, w której uczestniczył przedstawiciel Fundacji oraz specjalny artykuł mówiący o zasadach oceny cyklu życia produktu i opakowania, zasadach selektywnego zbierania odpadów oraz surowcach odnawialnych w opakowaniach. Fundacja zrealizowała także projekt w gazecie „Przyjaciółka”, gdzie edukowała o zasadach selektywnej zbiórki odpadów opakowaniowych.

Fundacja ProKarton stworzyła także nową stronę internetową, gdzie wszystkie prezentowane informacje zostały przejrane i napisane od nowa. Nowa strona jest źródłem wiedzy o samej Fundacji, jej działaniach oraz o kartonach do płynnej żywności, w tym selektywnej zbiórce odpadów powstałych z tego typu opakowania. Użytkownik może sprawnie przemieszczać się po kolejnych podstronach, wszystkie treści są czytelnie i intuicyjnie rozmieszczone.

Fundacja kontynuowała wysyłkę Newslettera, jako wsparcie komunikacji z dziennikarzami i interesariuszami. Działania te miały na celu przekazanie zarówno treści związanych z działalnością Fundacji, jak i najważniejszych aktualności z zakresu działalności branży opakowaniowej. Szczegółowe informacje nt. działań Fundacji przekazywane były także w aktualnościach na stronie internetowej Fundacji oraz równoległe w postach w mediach społecznościowych.

BADANIE SPOŁECZNE

Fundacja zrealizowała także badanie społeczne pn. „Jak zmienia się wiedza Polaków na temat segregacji odpadów opakowaniowych, w tym kartonów do płynnej żywności”. Badanie pokazało, że w porównaniu z poprzednimi latami zdecydowanie większy procent Polaków selektywnie zbiera w domach odpady opakowaniowe. Wzrósł także poziom wiedzy na temat recyklingu kartonów po płynnej żywności, a ponad połowa badanych Polaków właściwie segreguje ten rodzaj opakowań do żółtego pojemnika. Wyniki badania Fundacja komunikowała w mediach ogólnopolskich oraz branżowych. W komunikacji wykorzystano w dużo większym stopniu media społecznościowe. Przygotowany został krótki film, który w atrakcyjny wizualnie sposób prezentował wyniki badania oraz podstawowe przekazy branży kartonów do płynnej żywności z punktu widzenia zasad selektywnej zbiórki. Opracowane zostały także krótsze wersje filmu, które pozwoliły na dotarcie do odbiorców z konkretnym, szczegółowym przekazem.

RZECZNICTWO INTERESÓW

Fundacja realizowała także działania na polu rzecznictwa interesów. Reprezentowała branżę producentów kartonów do płynnej żywności w pracach legislacyjnych nad zmianami w prawie dot. gospodarki odpadami, aktywnie brała także udział w powyższych działaniach w ramach Związku Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK. Aktywnie uczestniczyła także w kongresach dot. ochrony środowiska ENVICON Environment oraz Mazovia Circular Congress dot. gospodarki o obiegu zamkniętym oraz w debacie prasowej projektu gazety Rzeczpospolita „Walka o klimat”. Równoległe brała udział w pracach międzynarodowej organizacji ACE (The Alliance for Beverage Cartons and the Environment) z siedzibą w Brukseli nad zmianami w unijnym prawie dot. odpadów i opakowań.

Fundacja ProKarton została założona w 2011 r. przez producentów kartonowego materiału opakowaniowego do mleka i soków. Jej celem jest popularyzacja kartonów do płynnej żywności, jako opakowań nowoczesnych i zaawansowanych pod względem ekologicznym, a także działania na rzecz edukacji ekologicznej i promocji opakowań kartonowych do płynnej żywności. Więcej informacji o działaniach Fundacji na stronie: www.prokarton.org