Grudzień 2023 r.

Informacja prasowa

**Więcej ekologii w działaniach marketingowych Twojej firmy. Co warto wdrożyć w 2024 roku?**

**3 na 4 Polaków jest zdania, że firmy powinny podejmować działania na rzecz zrównoważonego rozwoju. W 2024 roku będzie rosła świadomość społeczeństwa w obszarze ESG i CSR. Konsumenci będą wymagać realnie podejmowanych działań przez przedsiębiorców, a także weryfikować, czy nie uprawiają oni zielonego kłamstwa, czyli greenwashingu. Jak zrewidować strategię marketingową, by było w niej więcej ekologii? Eksperci podpowiadają.**

Koniec roku to dobry czas na to, aby przeanalizować działania podejmowane przez naszą firmę. To okres, gdy zmieniane są strategie działań, strategie biznesowe, komunikacyjne, a także marketingowe. Współcześni konsumenci są wymagający i bardziej świadomi. Co to znaczy dla firm? Oczekują między innymi, by przedsiębiorstwa, od których kupują produkty i usługi podejmowały działania z obszarów CSR. Potwierdzają to dane SEC Newgate ESG Monitor. 73 proc. Polaków jest zdania, że firmy powinny podejmować kroki na rzecz zrównoważonego rozwoju, 48 proc. badanych zwraca uwagę na to, czy producent lub usługodawca podejmuje aktywności z obszaru ESG. W jakie działania marketingowe zainwestować, by były one ekologiczne? Podpowiadamy.

**Wybieraj biodegradowalne opakowania i odpowiednich dostawców**

Niezależnie od tego, czym zajmuje się firma warto już dzisiaj przyjrzeć się, z jakich materiałów ona korzysta. W branży FMCG obserwujemy obecnie silny trend w kierunku **biodegradowalnych opakowań produktów**. Te są ekologiczne i mają minimalny wpływ na środowisko naturalne. Warto także odejść od plastiku np. plastikowych kubków do wody czy słomek. W ten sposób firma zbuduje nie tylko dobrą opinię o sobie na zewnątrz, ale i wśród pracowników.

Wiele firm informuje o tym, z jakich **środków transportu korzysta**. Niezależnie od tego, czy często wysyłamy towar, czy sporadycznie potrzebujemy kuriera – warto wybierać firmy, które posiadają ekologiczną flotę pojazdów. Współpracując z odpowiednimi podmiotami, sami jesteśmy postrzegani jako firma eko.

**Należy drukować ekologicznie**

W działaniach marketingowych warto wziąć pod uwagę kwestie związane z drukowaniem materiałów takich, jak banery czy ulotki. I wybierać firmy, które robią to w sposób ekologiczny. Na jakie aspekty zwrócić uwagę?

– *Istotną kwestią jest rodzaj tuszu, który jest wykorzystywany do drukowania. Rekomendujemy korzystanie z tuszów wodnych, niezawierających toksycznych rozpuszczalników, czyli solwentu. To neutralne ekologiczne tusze, które są całkowicie bezpieczne dla zdrowia pracowników drukarni, monterów oraz wszystkich odbiorców reklamy. Warto szukać miejsc, które wykorzystują papier z certyfikatem FSC. Dzięki temu wspieramy zrównoważoną gospodarkę leśną* – wyjaśnia Robert Dąbrowski, CEO Recevent. – *I eliminować wszelkie marnotrawstwo. Dla przykładu ścinki papieru można wykorzystywać do pakowania paczek.*

**Green marketing w kampaniach firm**

Do tematu green marketingu warto podejść szerzej. Wybrane firmy organizują akcje marketingowe, które mają na celu wspieranie zrównoważonego rozwoju. Wybrane przedsiębiorstwa tworzą **fundusze na rzecz ochrony przyrody**. Inne zaś zachęcają swoich partnerów do włączania się w inicjatywy proekologiczne lub podpisywania wspólnych paktów na rzecz ekologii.

Jak w takim razie ułożyć strategię marketingową, by ta była ekologiczna? Przede wszystkim należy mieć na uwadze, jak prowadzona przez nas działalność wpływa na środowisko naturalne. Kolejnym krokiem jest zweryfikowanie oczekiwań odbiorców naszej marki. W tym celu warto przeprowadzić ankiety i zapytać, czego kontrahenci i konsumenci chcą od marki. W ten sposób możemy stworzyć rzetelny dokument, który przełoży się na realne działania.

**Kontakt do mediów:**

**Martyna Stefańska**

**biuro.prasowe@recevent.pl**

Opis firmy:

RECEVENT to agencja reklamy zewnętrznej, która jest pionierem w branży i jednym z największych zleceniobiorców w zakresie outdooru w Polsce.

Realizuje kampanie reklamy zewnętrznej holistycznie – od analizy rynku i potrzeb klientów przez projektowanie komunikacji, produkcję billboardów i poligraficzną po aplikację reklam na nośniki. Realizacja zleceń in house (własna drukarnia wielkoformatowa, sieć monterów reklam, system do zarządzania kampaniami) pozwala sprawnie koordynować prowadzone kampanie oraz proponować klientom atrakcyjne ceny.

W zakres usług RECEVENT wchodzi: planowanie i zarządzanie kampaniami OOH, wynajem nośników, wielkoformatowy druk ekologiczny, wyklejanie tablic reklamowych, budowa sieci nośników outdoorowych, wyklejanie witryn, projektowanie graficzne.