

---

## PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Proč je tu MILLION plechovek?!

Projekt byl navržen a proveden pro:

Každá plechovka se počítá z.s.

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ewing s. r. o.

### Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.10 Digital & social media – spolupráce s influencery

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

### Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Tereza Gyurjánová

Firma/organizace: Ewing s. r. o.

**Stručné shrnutí projektu:**

Cílem našeho partnera ECC je zvýšit povědomí o hliníku jako o 100 % recyklovatelném materiálu a zvýšit míru recyklace plechovek v Evropě na 100 %. Mnoho lidí si stále neuvědomuje, že stačí jednoduché věci, aby k tomu přispěli. Nedávný průzkum ECC ukázal, že 90 % Čechů by recyklovalo hliníkové plechovky, kdyby věděli, že jsou 100 % recyklovatelné. Díky spolupráci s populárním influencerem Pecou se nám podařilo oslovit mladé lidi na sociálních sítích s tématem recyklace nápojových plechovek.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Every Can Counts (ECC) považuje hliník za klíčový aspekt z hlediska dosažení oběhového hospodářství, a tedy snižování množství spotřebované energie a surovin a také omezování množství produkovaného odpadu. Společně s ECC jsme si dali za cíl poskytnout veřejnosti, zejména mladším generacím, poznatky o procesu recyklace a souvisejících úsporách energie, a dokonce ukázat oblasti, které má běžný člověk příležitost spatřit jen zřídka.

**Strategie:**

Abychom oslovili hlavní cílovou skupinu, konkrétně mladé lidi, rozhodli jsme se pro spolupráci s populárním youtubovým influencerem Petrem Potměšilem alias Pecou (21). Na YouTube působí od roku 2016 a mezi svými více než 101 000 odběrateli je známý svým energickým a pozitivním přístupem k životu. Tento přístup uplatňuje ve svých videích, kterými se snaží diváky vzdělávat a inspirovat. Peca má také přes 39 000 sledujících na Instagramu, což pomůže při propagaci našeho videa. Pro srovnání, český trh čítá zhruba 10 milionů lidí, z nichž polovina je na Facebooku a třetina na Instagramu.

**Nástroje a aktivity**

Společně s Pecou jsme vyrobili video, které vysvětluje, jak se kovový odpad sbírá, třídí a jak se hliník zpracovává na role, z nichž se následně v továrně nedaleko Plzně denně vyrábí miliony plechovek. Představitelé výrobce plechovek a pražských služeb sběru odpadu vysvětlili celý proces od odložení plechovky do sběrné nádoby po její návrat na pulty obchodů za zhruba 60 dní. Zdůraznili také, že recyklace plechovky ušetří 95 % energie ve srovnání s výrobou nové plechovky z primárních surovin.

**Výsledky:**

Pecovo video se v trendech na YouTube dostalo na 17. místo a k 12. únoru 2022 mělo 117 815 zhlédnutí, 11 000 lajků a 498 komentářů, z nichž 90 % je pozitivních v tom smyslu, že takto by měla vypadat spolupráce youtubera a soukromé firmy.

Vídeo bylo podpořeno příspěvkem na Instagramu, který zpočátku oslovil 18 974 fanoušků, získal 6 626 lajků a přibylo k němu 31 komentářů. Vznikly také dvě Instastories, které dále zvyšují návštěvnost videa a šíří naše osvětové poselství o recyklaci hliníku.

Díky Pecově popularitě se nám podařilo předat jednoduché osvětové sdělení mladým lidem, kteří by jen stěží sami hledali informace o recyklaci, zvláště v konkurenci všech ostatních alternativ zábavy. S více než 115 000 zhlédnutími, 11 000 lajky a nesmírně pozitivním přijetím jsme dokázali oslovit naše cílové publikum a představit zdánlivě banální téma zábavným a zajímavým způsobem s jednoduchou a nenápadnou výzvou k akci, která nabízí snadnou cestu k udržitelnějšímu způsobu života.

**Weblinky:**

<https://www.youtube.com/watch?v=mDUBiYI2Z9o>, <https://www.instagram.com/p/CMCxE95naFb>