Warszawa, 09.06.2020

**Nałęczowianka rusza z kampanią popularyzującą recykling**

**Marka naturalnej wody mineralnej Nałęczowianka inicjuje kampanię „Uwierz w recykling”. W poniedziałek 8 czerwca ruszyła emisja spotów w telewizji, w kolejnym etapie – komunikacja w kanałach Digital.**

Kampania „Uwierz w recykling” ma charakter edukacyjny: jej celem jest zaangażowanie konsumentów do intensywniejszych działań na rzecz przetwarzania butelek PET. Marka uświadamia, że butelki PET to nie odpad, a cenny surowiec, który można w pełni przetworzyć i wykorzystać w ponownej produkcji różnego rodzaju przedmiotów oraz opakowań.

*- Recykling nie może się odbyć bez udziału konsumentów: pierwszym krokiem jest bowiem wyrzucenie przez nich butelki PET do odpowiedniego, żółtego kosza*. – mówi Katarzyna Sternowska, brand manager marki Nałęczowianka – *W kampanii „Uwierz w recykling” rolę główną grają dwa wyjątkowe produkty w naszym portfolio – Nałęczowianka w butelkach wykonanych w 50% z rPET: o pojemności 1 litra oraz właśnie wprowadzona na rynek pojemność 1,5 litra. Koncept kreatywny polega na tym, że nasze butelki zastanawiają się, jaką formę przyjmą po recyklingu, czym zostaną w kolejnym „wcieleniu” – słuchawkami, kurtką, butami, a może ponownie butelką? Wykorzystaliśmy przedmioty doskonale znane konsumentom i codziennie przez nich używane, które, co ważne, zostały naprawdę wykonane z udziałem PET z recyklingu (rPET). Chcemy pokazać, że surowce wtórne mogą znaleźć szereg różnych zastosowań, jednak nie byłoby to możliwe bez wsparcia konsumentów. Dlatego bardzo im dziękujemy za każdą poprawnie wyrzuconą butelkę! –* podkreśla Katarzyna Sternowska.

Kampania „Uwierz w recykling” to kolejna odsłona działań edukacyjnych Nestlé Waters, producenta marki Nałęczowianka, popularyzujących recykling. W ich ramach firma różnymi metodami uświadamia, jak ważna jest prawidłowa segregacja odpadów oraz w jaki sposób odbywa się ich powtórne przetwarzanie. Służą temu m.in. filmy pokazujące proces recyklingu butelek PET krok po kroku oraz broszura informacyjna pt. „Wszystko, co musisz wiedzieć o plastikowych butelkach PET”, wyjaśniająca m.in. pojęcie gospodarki o obiegu zamkniętym – materiały są dostępne na stronie [nestle.pl/butelki-pet-cenny-surowiec](https://www.nestle.pl/butelki-pet-cenny-surowiec). Zarazem producent konsekwentnie zwiększa zastosowanie rPET w swoich opakowaniach: firma zobowiązała się, że do 2025 roku, w skali globalnej, co najmniej 35% PET w butelkach będzie pochodzić właśnie z recyklingu.

„Uwierz w recykling” jest inicjatywą zrealizowaną lokalnie, dedykowaną marce Nałęczowianka. Kampania obejmie telewizję i digital, VOD, YouTube, media społecznościowe i aplikacje mobilne. W ramach kampanii powstały dynamiczne filmy, a bohaterem każdego z nich stały się przedmioty faktycznie wykonane z wykorzystaniem rPET:

[youtube.com/watch?v=ebgzrkUtQCc](https://www.youtube.com/watch?v=ebgzrkUtQCc)

[youtube.com/watch?v=WR6S4UMqstI](https://www.youtube.com/watch?v=WR6S4UMqstI)

Projekt przygotowały agencje: Przestrzeń (kreacja i strategia), Artcore (produkcja), Chimney Group (postprodukcja), dom mediowy UM Thrive (planowanie i zakup mediów).

W celu uzyskania dodatkowych informacji prosimy o kontakt:

|  |  |
| --- | --- |
| Joanna PurzyckaKoordynator ds. PR Nestlé WatersEmail: joanna.purzycka@waters.nestle.comMobile: +48 600 040 402 |  |

**O Nestlé**

Nestlé w Polsce jest wiodącą firmą w obszarze żywienia, zdrowia i dobrego samopoczucia z portfolio blisko 1600 produktów i prawie 70 marek, w tym m.in.: NESCAFĒ, WINIARY, GERBER, PRINCESSA, KIT KAT, LION, NESQUIK, NAŁĘCZOWIANKA oraz PURINA. Nestlé działa na polskim rynku od ponad 25 lat. Firma zatrudnia aktualnie 5500 pracowników w 8 lokalizacjach.

**O Nestlé Waters**

Numer 1 na świecie w produkcji wody butelkowanej. Firma prowadzi swoją działalność produkcyjną w 30 krajach, posiada 87 zakładów i zatrudnia blisko 28 tys. pracowników. W portfolio Nestlé Waters znajduje się 48 unikatowych marek (od naturalnych wód mineralnych po wody stołowe), włączając w to markę Nestlé Pure Life, Acqua Panna, Perrier i S.Pellegrino oraz rozlewaną w Polsce Nałęczowiankę. Poprzez te marki Nestlé Waters zachęca całe rodziny do picia większej ilości wody oraz napojów na bazie naturalnych składników, współpracuje z lokalnymi społecznościami, by chronić wspólne zasoby wodne, a także opracowuje kompleksowe rozwiązania w zakresie opakowań z tworzyw sztucznych, w celu zmniejszenia wpływu na środowisko.