

Μην καίτε τα «πράσινα χαρτιά» σας!

Πλησιάζει η 5η Ιουνίου, ημέρα που έχει οριστεί ως **Παγκόσμια Ημέρα Περιβάλλοντος**, και με αφορμή την οποία υπενθυμίζεται η σημασία της προστασίας του περιβάλλοντος για την επιβίωση της τρέχουσας αλλά και των μελλοντικών γενεών.

Σημαντικό και ενεργό ρόλο προς την κατεύθυνση αυτή αναλαμβάνει και ο επιχειρηματικός κόσμος. Όλο και συχνότερα, όλο και εντονότερα, είτε για λόγους εταιρικής κουλτούρας είτε για λόγους marketing είτε επειδή το ίδιο το «πράσινο προϊόν» τούς το επιβάλλει, οι εταιρείες εφαρμόζουν πρακτικές, μέσω των οποίων αποδεικνύεται και επικοινωνείται στο κοινό-στόχο τους το πόσο ευαισθητοποιημένες είναι στο θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος. Παράλληλα, οι πελάτες αισθάνονται καλύτερα όταν συνεργάζονται με περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένες εταιρείες, και όλοι μαζί τελικά έχουν πιο ήσυχη τη συνείδησή τους, πιστεύοντας ότι συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος.

Είναι όμως έτσι τα πράγματα; Οι καλές περιβαλλοντικές πρακτικές που επικοινωνούν οι marketers είναι όντως προσανατολισμένες προς την κατεύθυνση της προστασίας του περιβάλλοντος ή μήπως κάποιες φορές, και συνήθως εν αγνοία τους, οι εταιρείες επικοινωνούν πράσινες πρωτοβουλίες που όμως δεν εφαρμόζονται με τον ορθό τρόπο;

Η εταιρεία γραφικών τεχνών και εκτυπώσεων PressiousArvanitidis είναι η πρώτη και παραμένει η μοναδική στον τομέα της επίπεδης εκτύπωσης, που, από το 2010 και έχοντας πιστοποιηθεί από το FSC® (Forest Stewardship Council – Συμβούλιο Διαχείρισης των Δασών), μπορεί να προσφέρει **πιστοποιημένα κατά FSC® προϊόντα εκτύπωσης**, τα οποία είναι **αποδεδειγμένα φιλικά προς το περιβάλλον**. Βασικό χαρακτηριστικό του πιστοποιημένου κατά FSC® έντυπου υλικού είναι η τήρηση της αλυσίδας πιστοποιημένων προμηθευτών, η οποία αποδεικνύεται με την ειδική σήμανση της πιστοποίησης κατά FSC® με τον μοναδικό κωδικό που αντιστοιχεί στον κάτοχο του πιστοποιητικού.

Γνωρίζοντας λοιπόν πολύ καλά τους κανόνες βάσει των οποίων ένα έντυπο είναι πιστοποιημένο κατά FSC®, επισημαίνουμε ότι συχνά γίνεται μη ορθή χρήση της FSC® σήμανσης, κάτι το οποίο ακόμα κι αν δεν το αντιληφθεί ο τελικός αποδέκτης του εντύπου, σε κάθε περίπτωση μειώνει την αξιοπιστία του και την αξιοπιστία της εταιρείας την οποία αντιπροσωπεύει.

Έτσι, ως marketers οφείλουμε να έχουμε αναζητήσει την ουσία και να έχουμε επιβεβαιώσει ότι κάθε πρωτοβουλία της εταιρείας μας εφαρμόζεται με το σωστό τρόπο. **Το να μένουμε στο «φαίνεσθαι» και όχι στο «είναι» αργά ή γρήγορα θα αποκαλυφθεί, με δυσμενείς τελικά συνέπειες για το brand, αλλά και την ίδια την εταιρεία μας.**

Εύη Σταυροπούλου
Υπεύθυνη Τμήματος Marketing