



Grønt Punkt Norge

Kommunikasjon - Arve Martinsen



**Alle tar miljøansvar gjennom
Grønt Punkt Norge**

Merket Grønt Punkt®

Europas **mest brukte** merke

Kvittering for at det er **betalt vederlag** for emballasjen

Vederlaget **finansierer** innsamlings og gjenvinningsløsninger



Målgrupper



Produsent og importør



Næringsliv



Forbruker



Kommunikasjon mot medlemmer



Bygge kunnskap mot ledelsen:

Bygge kunnskap om Grønt Punkt Norge og hva tjenesten består av ved å vise hvordan Grønt Punkt Norge hjelper virksomheten til en bærekraftig forretningsdrift; fokus: miljø/ samfunnsansvar/ sirkulær økonomi



Bygge kunnskap mot produsenter

Bygge kunnskap om hva som skjer med emballasjen som samles inn Troverdighet til systemet – forstå hva man betaler for



Bygge lidenskap mot hele bedriftsmarkedet:

Sammen tar vi vare på kloden vår –fordi vi bryr oss. Grønt Punkt Norge hjelper deg å minimere negative effekter emballasjen har på miljøet



SOV GODT med grønn samvittighet



Jaan Ivar Semlitsch
Konsernsjef, Eilklapp

Sov godt
Med grønn samvittighet

Alltid sender Norske bedrifter 500 tonn medullasje til markedet. Bedriftslederne har ansvar for at de hjemsballasjer blir gjenvunnet. Derfor er 6 500 norske bedrifter medlemmer av Grønt Punkt Norge – hele Norges retursystem for emballasje.

Gå inn på grontpunkt.no og lær om hvordan Jaan Ivar Semlitsch og 11 andre toppledere mener det er viktig at deres bedrift er medlem av Grønt Punkt Norge.



Annonse fra Grønt Punkt Norge

TOLV NORSE TOPPLEDERE SOVER GODT MED GRØNN SAMVITTIGHET

Tekst: Heger Agerås – Foto: Herman Dver

Denne høsten stiller 12 næringslivstopper opp i en kampanje for Grønt Punkt Norge, hele Norges retursystem for emballasje. Formålet er å formidle kunnskap om en organisasjon som i over 20 år har jobbet med et stort mål, å finansiere gjenvinning av den enorme mengden emballasje deres medlemmer sender ut på det norske markedet i størst mulig grad.

Annonse fra Grønt Punkt Norge

De utvalgte

Grydlig er nøgen i september dukker den ferske applederen opp i køen der filmen "Sov godt med grønn samvittighet" blir til. Filip Adria, adm. dir. i H&M Norge har med seg stjerner som fremtiders vinerebedrifter, personlige tanker om miljø og system sin. Han skal intervjues og senere filmes mens han sover. «Det har hun ingen problemer med».

Eliassen, H&M Norge, TINE, Cielie K, Den Store Hane, Orla, GLAWAL, Bæltla Norge, Novina, Dr., Oetler og Mills har sendt oss sine beste kvinner og menn. De er invitert med i kraft av sine ledersjanser merke bedrifter. De sine med et stort ansvar, deres ledelse vil på tide ta beslutning om å støtte miljøspesifikke tiltak.

Kalden for å få sendt denne trolege gjennom gikk, overbelegende greit opp. Miljø er noe de ester betyr på agendaen.

Et viktig medlemskap

Norske bedrifter har ansvar for emballasjen, også etter at den er tømt. Som medlem i Grønt Punkt Norge kan bedriftene være trygg på at de sender sitt miljøansvar. Bedrifter som er medlem i Grønt Punkt Norge betaler for den mengden emballasje de sender ut i markedet. Dette finansierer innsamling og gjenvinning over hele



Norske bedrifter går på jobb med å sørge med Grønt Punkt Norge, medlemmer har lov til å gå på jobb medullasje.

landet. Det ligger et stort system bak arbeidet, bygget opp gjennom 20 år. Men hvem er egentlig med?

Frivillighet er viktig

Det har i over 20 år vært frivillig å være medlem i Grønt Punkt Norge, men dette endres i disse dager med ny foreslått som innfører plikt for alle til å være medlem i returskapsystemet. Historien startet med myndighetenes krav til næringslivet på midten av 90-tallet om å

Årlig sender norske bedrifter 500 000 tonn emballasje ut på markedet. Derfor er 6 500 norske bedrifter medlem av Grønt Punkt Norge.

nylste opp etter seg. Materialeklappene og de andre Grønt Punkt Norge ble født, et finansieringsorgan for alle bedrifter som sender emballasje vekk ut på det norske markedet. Ordningen har bidratt til at selvsagt i dag faktisk er hele Norges retursystem for emballasje. På neste miljøspesifikke vis, men også kostnadsfritt, drives innsamling og gjenvinning nærmest som en daglig, Ingen skulle tjene på Grønt Punkt Norge, borsent for miljøet.

Annonse fra Grønt Punkt Norge



Så alle de tolv topplederne på grontpunkt.no

Løsningsnett vil åpne døra for miljøvennlige valg

Alle vet at løsningsnett står først i døra når det kommer til driften av et selskap. I Norge bedrifter som vil bli vinnere i fremtiden er ledige adm. dir. i Mills, Knut K. Hege, i nye større grad enn for arbeidsgiverne. De er ikke lenger bare oppgitt av produktivitet, nå måkes det å få valg som føles godt for dem, for sine perspektiv. Og sett i lys av dette blir miljøet for god business, avskatter Knut K. Hege sitt intervju denne sensommerdagen.

Adm. dir. i Den Store Hane, Franki. Stevrum pipelær at forbrukermarkedet er større enn noen gang.

Dokumentasjonen som ligger i bunn for Grønt Punkt Norge er arbeid, og all vekk når all bak var miljøansvar skal på bordet.

Adm. dir. i Grønt Punkt Norge, Juana Roine legger vekt på at systemet og kumulerer Grønt Punkt Norge har som kostnads-effektive løsninger rundt fremtids emballasje og gjenvinning har kostet og koster penger i erverve.

«Vi er helt avhengig av at bedriftene har samvittighet og tar sitt produktansvar på alvor. I dag er 6500 bedrifter medlem hos oss, men vi mangler fortsatt noen. Om lag 85% av all emballasje som går ut på det norske markedet er idag utansvar for grønt Grønt Punkt Norge». Men noen bedrifter sender dessverre emballasje ut i markedet uten å ta produktansvar avhengig. Bedrifter som er usikre på om de

eller bør bli medlem i Grønt Punkt Norge, kan ta kontakt med oss, avskatter Roine.

Design for gjenvinning

I Orla er Ama-Beth Freuchen, konserndirektør, oppgitt av billett miljøspesifikke bedrifter erklærer seg. De jobber kontinuerlig med å optimalisere både produksjon, transport og emballasje. I disse dager lanserer de blant annet et nytt produkt, KLAR, som utelukkende er produsert av resirkulert emballasje.

«Som enkeltpersoner kan vi gjøre mye for å redusere klimapåvirkningen vår, men det trenger lang mer når selskaper tar sitt ansvar. Derfor må vi samarbeide, tilføre kompetens i Norge, Ama Kristian Kolberg.

Enige på ett punkt, Grønt Punkt

Grønt Punkt Norge skal være en viktig og grunn samarbeidspartner for norske bedrifter. Noen går alltid frem og finner de gode løsningene. Når det skjer, er det avgjørende at kunnskap deles, slik at så mange som mulig kan ta etter. Bedrifter i Norge konkurrerer om det samme, men på et punkt er de alle enige om Grønt Punkt, en viktig kommunikasjonsnett Karl-Jill Ljøstad i Grønt Punkt Norge.



Grønt Punkt Norge



Øystein Bu

Adm. dir. Dr. Oetker Norge



Grønt Punkt Norge

LinkedIn som kanal

- Størst på B2B-markedsføring
- 1 145 000 brukere i Norge*
- Vår målgruppe: 60 000 + ledere/beslutningspersoner
- Beslutningstaker 1,8 ganger mer aktive enn gjennomsnittet
- Modus
- Bransjerelaterte nyheter, problemer og løsninger.
- Gir oss verdi profesjonelt
- Bedrifter og organisasjoner vi vil assosiere oss med





STRATEGI

Grønt Punkt Norge på LinkedIn skal gi verdi for beslutningstakeren, gjennom relevant informasjon om bærekraftig drift, aktualiteter og fokus på en sirkulær økonomi.

- LinkedIn B2B nav
- **Oppmerksomhet:** Seriøs, trygg og stor – med fokus på hvordan din bedrift kan gjøre en forskjell!
- **Læring:** Smalere målgrupper og spisset innhold
- Målgruppekjøp
- CRM





Vi konkurrerer om å lage den beste rekesalaten,
men på ett punkt er vi enige.

Grønt Punkt.

Grønt Punkt Norge er en nonprofitt medlemsorganisasjon. Alle bedrifter som sender varer ut på markedet skal ta ansvar for at emballasjen blir samlet inn og gjenvunnet. Gjennom et medlemskap i Grønt Punkt er dette ansvaret trygt ivaretatt.

Sjekk om bedriften du jobber i er medlem på grontpunkt.no



Vi konkurrerer om å lage det beste pålegget,
men på ett punkt er vi enige.

Grønt Punkt.

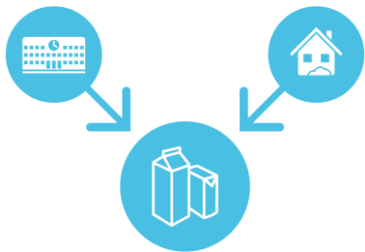
Grønt Punkt Norge er en nonprofitt medlemsorganisasjon. Alle bedrifter som sender varer ut på markedet skal ta ansvar for at emballasjen blir samlet inn og gjenvunnet. Gjennom et medlemskap i Grønt Punkt er dette ansvaret trygt ivaretatt.

Sjekk om bedriften du jobber i er medlem på grontpunkt.no



Grønt Punkt Norge

Ansvarsområder



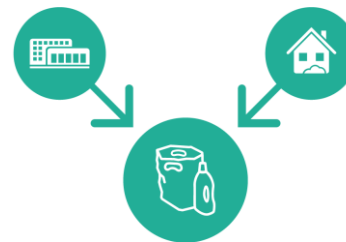
Drikkekartong

Fra skoler/barnehager og husholdning



Emballasjekartong

Primært fra husholdning



Plastemballasje

Fra næringsliv og husholdning

Hvordan øke returgraden?

Avfall må inn i riktig kretsloop

Forbrukere og næringsliv må motiveres til å kildesortere mer. Holdningsskapende påvirkning i 20 år

Oppmerksomhet - Kjennskap – Kunnskap - Handling

- Nasjonale kampanjer
- Lokal informasjon
- Ubetalt kommunikasjon og fortjente medier

Forpliktelse nedfelt i bransjeavtalene og i avtaler med kommuner/IKS



Plastemballasje fra næringsliv

Utfordringen: å få flere bedrifter til å kildesortere sin plastemballasje

1. Næringslivsplast består primært av transportemballasje
2. Derfor er denne relativt ensartet og ren
3. Godt egnet til gjenvinning

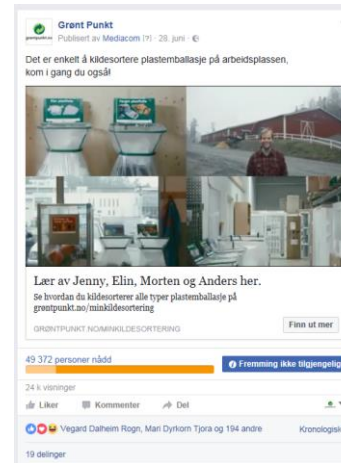


Annonser i tidsskrifter som motiverer til kildesortering (næringslivsplast)

En kampanje med videosnutter og annonser som hjelper folk i gang med kildesortering på arbeidsplassen.

Den startet 10/6 i bransjetidsskrifter og lederaviser som Dagens Næringsliv o.l.

<https://www.grontpunkt.no/minkildesortering>



Kom i gang!

- Fjern ut hva slags emballasje som skal kildesorteres. Er du usikker, se grontpunkt.no/minkildesortering
- Lag en enkel og oversiktlig plassert løsning for sorteringen.
- Kildesortér og la din avfallshåndterer ordne resten.

Din lokale avfallshåndterer hjelper deg med ått du luter på om sortering og levering. Her du like en avfallshåndterer, finner du din nærmeste på grontpunkt.no/minkildesortering. **Takk for at du kildesorterer!**

Innstikk i bondebladet mai og september



Se hvordan Anders kildesorterer landbruksplast på grøntpunkt.no/landbruk



SLIK KILDESORTERER DU LANDBRUKSPLAST

HARD PLASTEMBALLASJE

- Kommer benne og dryppene uten fukt
- Plynnebrønn (bar stabiles)
- Plynne-bocline
- Kasse
- Plastpuffer

Emballasje merket med:

FIBERDUK OG SOLFANGERFOLIE

Hva skal med

- Fibreduk
- Solfangerfolie
- Planskotte

Hva skal ikke med

- Produktrester
- Jord, sand
- Annet plast
- Innvasker med oppstilling

SPSEKK

Hva skal med

- Stønstaker
- Gjødofølger
- Sårormstaker

Hva skal ikke med

- Produktrester
- Jord, sand
- Annet plast

RUNDBALLEFOLIE

Hva skal med

- Rundballerfolie - hvit
- Rundballerfolie - farget (bar holde akkryl)

Hva skal ikke med

- Produktrester
- Jord, sand
- Annet plast
- Rundballerett

ENKELT Å SORTERE LANDBRUKSPLAST.

røktplast på gården? unders kildesorterer den Åt.no/landbruk

AMER DU I GANG!

slags plastemballasje som skal ut i naturen og som vanligvis plassert i søppel og i de avfallsbøtterne ordne rosten.

Sortering skjer av seg selv

etter som nærdele varer ut på markeder er pålagt å ta i seg emballasje når den blir tatt ut av søppel.

gjør en 2-motveie bedrifter, ansette og private til mering over hele landet, ut legger også til rette for alle som gjennomfører. Dette gjelder også landbruksbransjen på planteverdianser og Grønt Punkt medlemmer, og det er viktig å på bakgrunn av dette å utarbeide din egen ordning.

IKK FOR AT DU KILDESORTERER!

KSL viser deg det enkelte måten hva stoffene i plastemballasje leverer av avfallsforhold på din gård.

Henting kan som regel gjøres med din innvasker (vasker med biodegradabel)

OVERSETT OVER DIN MILJØFØLESELSE
WWW.GRØNTPUNKT.NO

Har du spørsmål om dette kan du kontakte oss på telefon 0212 0100

Grønt Punkt AS
Postboks 91 Skøyen, 0212 Oslo
tlf: 0212 0100
post@grøntpunkt.no
www.grøntpunkt.no



Visste du at:

Det finnes rundt 1000 ulike typer landbruksplast. Det er viktig å sortere på bakgrunn av dette for å sikre at plasten blir behandlet riktig.

Viktig melding!

Spikk lakunen fra din plastemballasje. Det er viktig å sortere på bakgrunn av dette for å sikre at plasten blir behandlet riktig.

Bruk en avfallsbøttere som er anerkjent av Grønt Punkt, da er du sikret en miljøvennlig ordning.



Grønt Punkt Norge

annonser som motiverer til kildesortering

Gartneryrket
Bondebladet
Nationen
Buskap
Norsk Landbruk
Bondevennen
Sosiale medier



Når du kildesorterer emballasjen blir den gjenvunnet til nye produkter. Slik tar du miljøansvar og sørger for at bedriften din Bye! seg. Finn den nærmeste avfallshåndterer på www.grøntpunkt.no og avtal et godt returssystem med din innsamler.

Alle bedrifter som sender varer ut på markedet skal ta ansvar for at emballasjen blir samlet inn og gjenvunnet. Gjennom Grønt Punkt Norge blir dette trygt ivare tatt.



grøntpunkt.no



grøntpunkt.no

Ideosortering

via en avfallshåndterer.

Forbrukerkampanjer:

Utfordring:

Få flere til å kildesortere plast og kartong hjemme

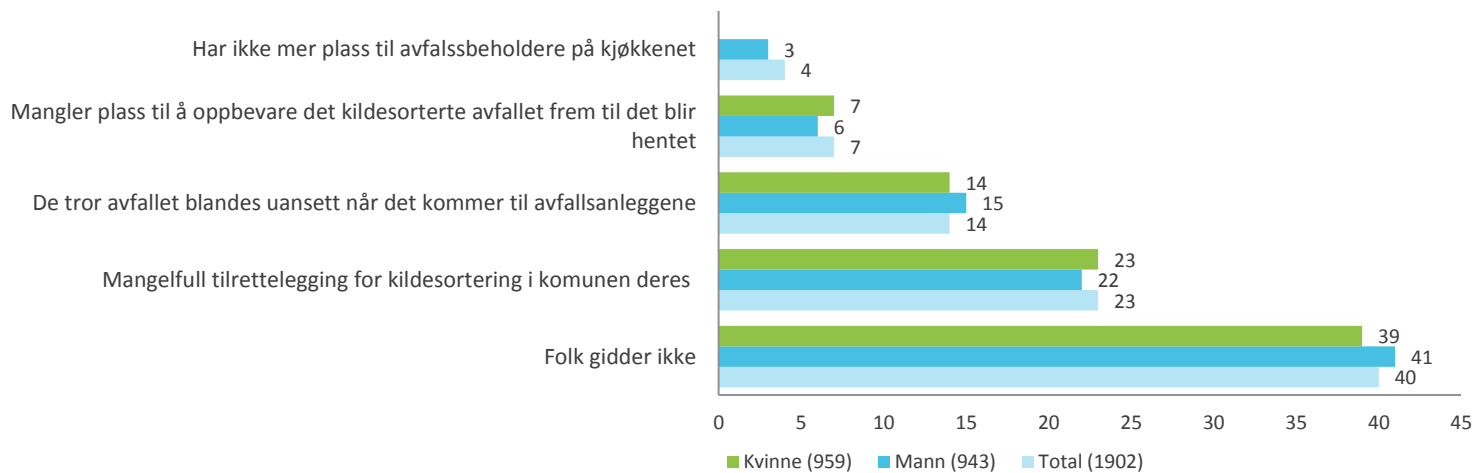
Målgrupper defineres iht. målinger;

Unge litt slappere enn voksne, menn litt slappere enn kvinner etc.

Incentiv i 20 år: returkartonglotteri
Øremerket fokus på skolemelk



«Grunnen er vel at du ikke gidder»



Årets resirkuleringsnerd

På en humoristisk måte og i et mikroperspektiv forklare hvordan kartong og plast faktisk blir gjenvunnet industrielt, samtidig gjøre litt narr av det segmentet som drar miljøengasjement litt for langt.

Målgruppe:

Alle – ekstra fokus på voksne menn

12 forskjellige lange og korte filmer til alle flater
4 pulser gjennom 2017.

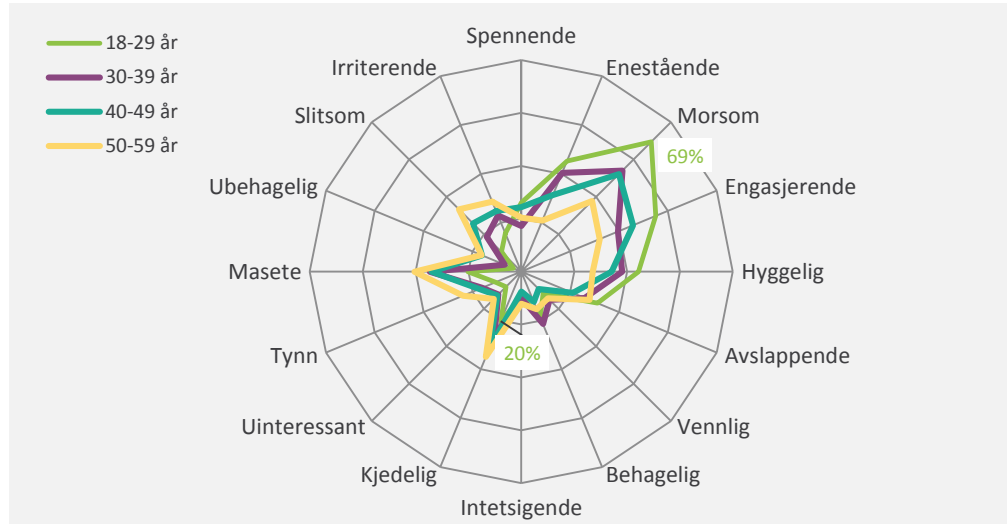
TV, digitalt, regionale bannerannonser, sosiale medier,



Involveringsprofil

De yngste blir klart mest positivt involvert, og de eldste minst.

Men 30- og 40 åringene har en klart positiv profil.



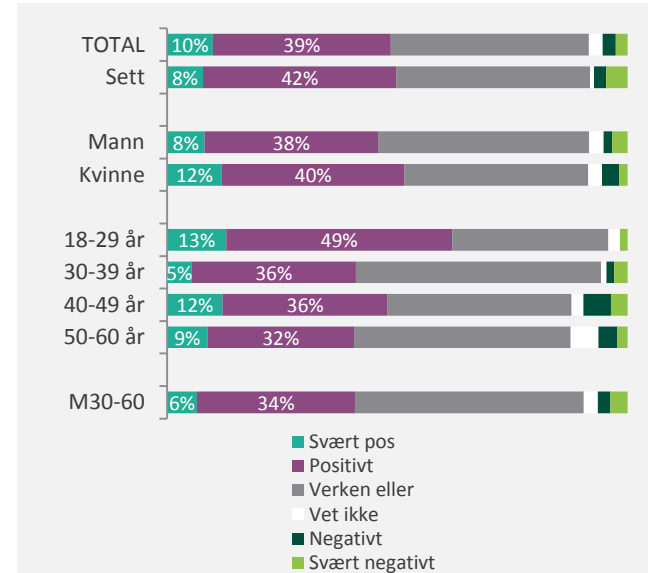
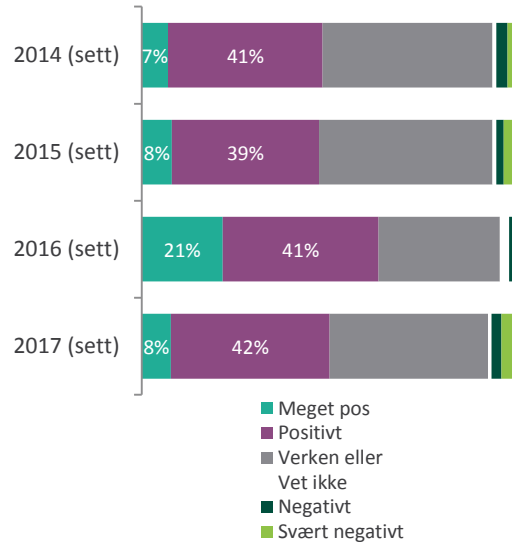
Påvirket holdning

Hvordan påvirker denne kampanjen som helhet din generelle holdning til gjenvinning / resirkulering?

Påvirkningen til «Odda»-kampanjen på 50% ligger et godt stykke under kampanjen i fjor, men på nivå med kampanjene fra 2014 og 2015.

Men merk spesielt at det er svært få som er negative til kampanjen; dette er noe folk mener er viktig, og bryr seg om.

Igjen er det de yngre (under 29 år), som i stadig større grad har vokst opp med denne problemstillingen) som drar snittet opp.



Returkartonglotteri

Eksistert i 20 år

Mål:

incentiv for å kildesortere, litt mer egennyttig motivasjon, talsrør, god pressedekning

Nylansering:

Hver kartong er et lodd

Kan vinne 10.000 kroner på enkeltkartonger
/ 100.000 på kubber

Facebook og influencers

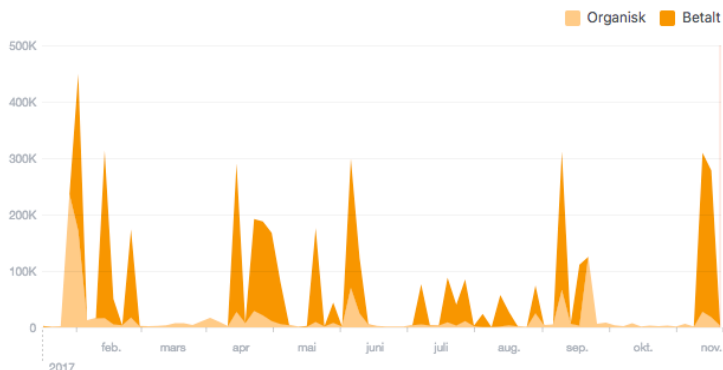


Dekning

	TV	Digital TV
GRP	1489	927
Nettodekning i %	92 %	77 %
Antall eksponert	3 755 818	3 142 857
Bruttoeksponeringer	61 049 000	38 000 000
Frekvens	16	12

Rekkevidde for innlegg

Antallet personer innleggene dine har blitt vist til.



Grønt Punkt Norge
Publisert av Mediacom [?] · 10. januar · €

Returkartonglotteriet presenterer Edels sparetips

og ikke få det blyoddet på tæra, for det er vonnøt

2 812 798 Organisk 1 725 176 Betalt 1 087 623 Frem innlegg

1,6 mill. visninger

Liker Kommenter Del

Veronica Jensen, Sanne Døssing og 8,7 k andre Kronologisk ▾

10 102 delinger

Grønt Punkt Norge
Publisert av Mediacom [?] · 31. mars · €

Kan alt gjøres innenfor husets fire vegger?

Når dette er rulla ut og tørka, har du ett hundre prosent resirkulert toalettpapir.

732 814 per Organisk 138 491 Betalt 594 323 Frem innlegg

376 k visninger

Pressesaker

Jevnlig utsendelse av pressemeldinger som motiverer til kildesortering, forklarer miljø-besparelser, tips, kopling til merkedag mm.

Best på kildesortering

10.03.2014 kl. 08:00

Nordmenn er i verdensspen når det gjelder kildesortering. Flere steder i den lille nasjon vil sortere plastemballasje som aldri før. Foto: Margrethe Myhren, Gunn Pura/ANS Vi er verdensledere i kildesortering.

Foto: Margrethe Myhren, Gunn Pura/ANS

Plast er det som har fått plastemballasje som leverer til gjenvinning sparer vi miljøet for mellom 1,3 og 2,3 kilo CO₂-utslipp sammenlignet med en plasten skulle bli energiavfall. I 2013 ble det nemlig hentet inn mer enn 30 000 tonn med plastemballasje. Det er 60 prosent av dette ble sortert til materialgjenvinning. Ved utgangen av 2013 kunne omkring 90 prosent av den norske kildesorteringen bli sortert til gjenvinning og 10 prosent til gjenvinning gjennom kommunale etninger. Det gir det som er mest for plastemballasje. Nå kildesortering resulter i å bli i plasten sin.

Sånn nordmenn startet med kildesortering har kommuner for gjenvinning av plast bare gått en vei oppover.

I 2004 var det bare halvparten av oss som kildesorterte plastemballasje.

Av de vil 90 prosent som nå har dette tilbudet i sin kommune, hadde bare 77 prosent, var en ny studie Miljøundersøkelsen.

Har eneste person som kildesortering, går miljøet en god del, og vi kan være stolt av



Vant i Returkartonglotteriet

10.03.2014 kl. 08:00

Drinksforbruger kan være godt bakte for såle miljø og økonomi. Gratulerer til Christian Bjørndal Omdannelse som vant 10 000 kroner i Returkartonglotteriet. Du kan være like heldig.

Bli gjør du: Det betyr at du får en gave i tillegg til å sortere. Dette utgjør en annerledes. For å bli en del av lotteriet, må du sortere på rullebånd og opp den i returkartonger. Du kan vinne mellom 1000 og 10 000 kroner og tre år i besparelse på miljø og økonomi. Dette er en fantastisk måte å bidra på miljø og økonomi.

Flinkest til å sortere

10.03.2014 kl. 08:00

Det er viktig å sortere avfall riktig. Dette utgjør en annerledes. For å bli en del av lotteriet, må du sortere på rullebånd og opp den i returkartonger. Du kan vinne mellom 1000 og 10 000 kroner og tre år i besparelse på miljø og økonomi. Dette er en fantastisk måte å bidra på miljø og økonomi.

REN KLARFØRDE UANSETT FØRE KAMPANJE. GRØNNE FOR KUN 105 950,-

Best på kildesortering

10.03.2014 kl. 08:00

Det er viktig å sortere avfall riktig. Dette utgjør en annerledes. For å bli en del av lotteriet, må du sortere på rullebånd og opp den i returkartonger. Du kan vinne mellom 1000 og 10 000 kroner og tre år i besparelse på miljø og økonomi. Dette er en fantastisk måte å bidra på miljø og økonomi.

te regninger

Basert på 17. mai!

**ASK MORE
QUESTIONS**

