

Rusza kampania edukacyjna Fundacji ProKarton – „Karton, naturalnie!”



19 marca br. w Warszawie odbyła się konferencja prasowa Fundacji ProKarton rozpoczynająca kampanię edukacyjną „Karton, naturalnie!”, której celem jest promocja zalet kartoników do żywności płynnej. Konferencja miała na celu udzielenie odpowiedzi na pytania: czy i dlaczego Polacy wybierają produkty



Pan Kartonik

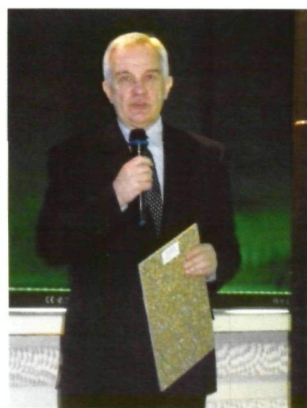


Rodzina Kartoników

organizatorzy będą przypominać Polakom, jakie zalety mają opakowania na mleko, soki i inne produkty: że są wygodne, bezpieczne i ekologiczne, a wybierając je, rzeczywiście robimy przyjazny gest w stronę natury.



Magdalena Stuzińska



Michał Rosa

w kartonikach? co można w nie zapakować? czy konsumenci postrzegają zużyte kartoniki jako cenny surowiec?

Fundacja ProKarton, założona została w lipcu 2011 r. przez trzech największych producentów opakowań do żywności płynnej, tj. Tetra Pak, SIG Combibloc i Elopak. Jej celem jest popularyzacja kartonów do płynnej żywności, jako nowoczesnych i przyjaznych środowisku opakowań, a także działanie na rzecz edukacji ekologicznej.

W ramach prowadzonych działań



Od lewej: Władysław Janikowski, Sylwia Jurys, Jan Jasiński, Piotr Leowski



Od lewej: Sławomir Brzózka, Radosław Rozmierski

Kampanię wspierają ambasadorka Magdalena Stuzińska, aktorka i mama oraz Sławomir Brzózka, prezes Fundacji Nasza Ziemia.

W konferencji udział wzięli również Sylwia Jurys z firmy SIG Combibloc, Jan Jasiński z firmy Tetra Pak, Piotr Leowski z firmy Elopak, Władysław Janikowski dyrektor Programu Rekarton, Radosław Rozmierski – kierownik ds. zapewnienia jakości w firmie Tetra Pak i ekspert Fundacji oraz Michał Rosa – prezes Fundacji ProKarton.

Obok ambasadorki i ekspertów organizatorzy zaprosili też do współpracy Bognę Srokę-Muchę, absolwentkę Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie, specjalizującą się w ilustracji prasowej, plakacie i grafice wydawniczej, która stworzyła maskotkę kampanii – Pana Kartonika z rodziną.

W kolejnych tygodniach kampanii wystartuje na Facebooku profil maskotki i kampania informacyjna w blogosferze. Na wiosnę zaplanowano spotkanie rodzinne dla warszawiaków.