

Roste společenská odpovědnost. Firmy preferují udržitelné dárky

Asociace společenské odpovědnosti (ASO) spustila vloni e-shop s udržitelnými dárky Nakup na Dobro.

JIŘÍ MACEK

Jde o společný projekt ASO a sociálního podniku Ergotep. Unikátní společensky odpovědný e-shop nabízí na jednom místě originální udržitelné produkty a dárky.

„Vše na Nakup na Dobro zákazníci pořídí pro dobro svoje, planety, a hlavně stovky lokálních výrobců, sociálních podniků a dobročinných projektů řady neziskových organizací,“ říká Lucie Mádlová, zakladatelka a výkonná ředitelka ASO.

E-shop s udržitelnými reklamními předměty a dárky Nakup na Dobro spustila ASO před pár měsíci, nicméně v ASO jednájí se svými firemními členy dlouhodobě a postupný zájem právě o udržitelné produkty vnímají rovněž delší dobu.

„V nabídce a především poptávce po udržitelných reklamních dárcích je obrovský potenciál a prostor pro společenský dopad, který se snažíme naplnit. Udržitelný dárek udělá radost obdaro-

VÝHODY UDRŽITELNÝCH DÁRKŮ



Ochrana životního prostředí



Podpora sociálních podniků a dobročinných projektů



Podpora lokálních výrobců



Společenská odpovědnost firem a jedinců

vanému, tomu, kdo ho daroval, ale především tomu, kdo ho zodpovědně vyrobil. A je jedno, zda se teď skloňuje udržitelnost všemi pády a může se to zdát jako klišé. Nahrává nám i to, že je o udržitelné dárky ve společnosti rostoucí zájem, jak to dokládá aktuální výzkum, který pro nás provedla agentura Ipsos. Při výběru dáreků zohledňují udržitelnost čtyři z deseti Čechů, a dokonce každá druhá žena. Více než polovina Čechů deklaruje, že jsou při výběru produktů a služeb ovlivněni mírou společenské odpovědnosti firem a jsou ochotni si za ni připlatit. To vše nahrává tomu, že náš e-shop s udržitel-

nými produkty a dárky má v oblasti e-commerce smysl, a věříme, že ho čeká slibná budoucnost,“ vysvětluje Lucie Mádlová.

ZÁJEM O UDRŽITELNÉ DÁRKY ROSTE

V loňském roce v závěru vánoční sezony v Nakup na Dobro zpracovali desítky firemních zakázek od firem jako například T-Mobile, Tchibo, EXPOBank či Flixbus. Například společnost Google nakoupila dárkové vouchery na Nakup na Dobro pro své partnery. Výběr dobra tak nechala na nich. „Vouchery jsou oblíbenou položkou v košíku Nakup na Dobro. Nenabízíme je online i v pa-

pirové podobě na rostoucím papíru, ze kterého vám po zasazení, samozřejmě až po nákupu, vyroste louka plná kvítí,“ říká s úsměvem ředitelka Mádlová.

Zájem o dárky s vlastním brandingem roste, což Lucie Mádlová potvrzuje. „V Nakup na Dobro nabízíme produkty, které si každý může vyladit podle svých vlastních představ. Na zakázku dokážeme obrandovat vybrané produkty nebo je firmám připravit zcela na míru. Obrandované produkty se rázem promění v personalizované dárky, které udělají větší radost. A nemusí zůstat jen u loga na obalech produktů. Vybrat si lze vlastní potisky na látku s osobním či originálním, vzkazem,“ říká ředitelka. V Nakup na Dobro tak vznikají unikátní etikety, osobní štítky na produktech a třeba i gravírovaná loga na obalovém materiálu. V nabídce mají i několik speciálních produktů a limitovaných dáreků s vizí Nakup na Dobro. „Například svačtinové kapsy z dílny sociálního podniku, kávu z pražské kavárny s neslyšící obsluhou nebo třeba diáře v obalu z recyklovaných látek,“ připomíná Lucie Mádlová.