

Green Marketing, quanto "ecologico il tuo Brand?

Descrizione

Il **Green Marketing** deve rientrare nel piano di promozione del tuo brand. Sai perché? **te lo spiego subito.**

La necessità nasce in risposta ad una società egoista, in cui l'uomo sta avendo un effetto nocivo sul pianeta. È necessario quindi affrontare il problema e chi meglio di un brand può contribuire nel ridurre questo impatto!

L'espressione *Green Marketing* fa riferimento ad un'ampia gamma di attività, quali il cambiamento del prodotto o del processo di produzione, l'utilizzo di imballaggi eco-sostenibili, come la modifica della pubblicità.

Se pensi che il Green Marketing sia diventato fondamentale per i brand solo di recente ti sbagli di grosso

Il termine infatti esce già tra la fine degli anni ottanta e l'inizio degli anni novanta. La [American Marketing Association](#) (AMA) tenne il primo laboratorio di "Ecological Marketing" nel 1975.

Negli ultimi anni i problemi ambientali sempre più evidenti causati dall'uomo sono diventati oggetto di dibattito pubblico sensibilizzando i consumatori. Nasce così l'esigenza da parte dei Brand di adattarsi e diventare il più possibile **eco sostenibili** per il bene comune e per i suoi consumatori ormai sempre più propensi a scegliere aziende attente alle questioni ambientali.

Come sviluppare una strategia di "Marketing Verde" efficace

La soluzione più semplice che potrebbe venire in mente è sicuramente quella di sponsorizzare un prodotto ecologico o una linea di prodotti "Green". In realtà non è così semplice. Una buona **strategia** di Green Marketing infatti dovrebbe concentrarsi sull'azienda nel suo complesso, con la creazione di una Brand Identity volta all'impegno nel fare delle **scelte ecologiche**.

Parti educando i tuoi clienti

Sicuramente una buona strategia può partire con l'educazione dei propri clienti ad abitudini di consumo e riciclaggio più sostenibili e meno dannose per l'ambiente. Ovviamente il **Brand** <https://labict.it/brand-activism-i-tuoi-clienti-si-aspettano-che-il-tuo-brand-sia-attivo-in-ambito-sociale/> and deve dare il buon esempio comunicando il suo **impegno** nello smaltimento responsabile dei rifiuti e nell'utilizzare processi produttivi sostenibili se possibile.

Da queste pratiche di base il Brand può poi passare alla **riduzione del consumo di energia** o di carta e poi alla **creazione di prodotti** o di **packaging** fatti con materiali totalmente o parzialmente riciclabili.

Come deve esser fatta la comunicazione per i prodotti Green

Devi tenere a mente questi quattro elementi: prezzo, qualità, basso impatto ambientale e tendenze. Non ci scordiamo che anche le tendenze del momento devono essere seguite altrimenti si rischia comunque di andare fuori strada.

Le campagne pubblicitarie devono sollecitare i clienti ad essere parte attiva del processo eco sostenibile del tuo Brand attraverso l'acquisto di prodotti e packaging "eco-friendly". Molto importante è anche sensibilizzare i consumatori ad un corretto utilizzo dei prodotti acquistati facendo riferimento in particolar modo al riciclaggio dei rispettivi packaging e contenitori.

Il riferimento, dunque, è a prodotti e packaging **riciclabili**, **riutilizzabili** e **biodegradabili**; prodotti formulati con **ingredienti naturali**, che **non inquinano** e che **non vengono testati sugli animali**.

I casi di successo

Le aziende impegnate nel Green sono ormai numerose. Spiccano sicuramente tra tutte Ikea e Nespresso. Ma non solo, anche **Nestlé** sta intensificando il suo impegno nell'eco sostenibile per rendere riciclabile o riutilizzabile il 100% dei suoi imballaggi entro il 2025 e per ridurre di un terzo l'uso di plastica vergine nello stesso periodo di tempo. Comunque l'ottantasette per cento degli imballaggi Nestlé a livello globale è già riciclabile o riutilizzabile.

L'articolo [Green Marketing, quanto è ecologico il tuo Brand?](#) proviene da [Labict Agenzia Web Marketing Roma](#).

Categoria

1. PILLOLE DI MARKETING

Data di creazione

28 Aprile 2021

Autore