

PŘÍPADOVÁ STUDIE
-
RECYKLÁTOR

RECYKLÁTOR



*“Poslání člověka leží tam, kde se jeho talent protíná s potřebami světa.”
(Aristoteles)*

1) Obsah

Stát výkonu podnikání: Česká republika

Průmysl / odvětví (architektura, umění a kultura, řemesla, design a výtvarné umění, média, reklama, multimédia, online hry, zábava, tisk a vydávání, hudební a divadelní umění, film & tv a rádio)

Ekologický design technikou „upcyclingu“:

- Oděvní průmysl,
- tvorba a prodej šitých módních a bytových doplňků.

Cíl

Každý den je masivně vyráběno ohromné množství nových textilií, tyto textilie se po krátkém čase stávají odpadem. Příležitost čelit této situaci je výroba módních a bytových doplňků technikou *upcycling*. Kreativní podnikatelka, nazývaná recyklátor, používá ke své tvorbě košile, záclony, ložní prádlo a další bavlněné a lněné textilie. Ekologickou aktivitu podporuje i minimálním využitím nových materiálů. V produkci používá opotřebované textilie, příze na papírových špulkách, recyklovaný papír, organické prací prostředky, ručně psané propagační materiály a recyklované papírové sáčky. Zákazník si může také donést vlastní kus oblečení, který už nenosí, aby mu dal nový účel a udržel si tak vzpomínky.

Služby / výrobky

Šití technikou *upcycling*:

- Tašky pro bezodpadové nakupování,
- plátěné tašky a batohy,
- Polštáře a jiné výrobky na míru.



Cíloví zákazníci

Současnost je doprovázena péčí o životní prostředí a s ní související recyklací. Jedním ze způsobů, jak recyklovat použité materiály, je také opětovné použití tkanin a odhozených oděvů. Zákazníkem Recyklátorky je zodpovědná osoba, která vědomě žije a zajímá se o vliv své činnosti na životní prostředí a na ostatní obyvatele planety. Pomocí produktů vytvořených metodou *upcycling* zákazníci snižují svou environmentální stopu, myslí globálně a podporují místní produkci. Pomáhají také společnosti svou nezištností a usilují o vyšší smyslové a duchovní hodnoty. Zákazníkovi je nabídnut originální ruční výrobek, který se liší od ostatních výrobků svou ochranou životního prostředí.

Obchodní model / inovace

Metody prodeje:

- přímý osobní prodej
- stánkový prodej - jednorázové akce v rámci České republiky
- prostřednictvím jiných obchodníků pro komisionní prodej - obchody, pekárny
- Weby pro autorskou tvorbu - Fler, Etsy
- Propagace na sociálních sítích – Facebook
- Recyklační obchod je zveřejněn na profilu Facebooku: RecyklatorCZ, oblíbené destinace pro uživatele komunitního odpadu.

Součástí prodeje Recyklátorky je také podpora neziskové organizace Arnika a to 10% z každého prodaného kusu.

Financování / typy financování

- Podnikání je financováno z vlastních zdrojů.
- Zákazníci mají možnost donést vlastní materiály ke zpracování.

Plán příjmů a výdajů v prvních šesti měsících podnikání:

Měsíc	1	2	3	4	5	6
Příjem (CZK)	1 890	4 710	3 353	3 151	10 198	4 575
Výdej (CZK)	1 301	4 351	3 069	1 910	1 858	989

Krátký popis případu:

Jak vznikla myšlenka a motivace k založení podniku, jak dlouho trvala realizace nápadu, vnější prostředí a ovlivňující faktory (např. Externí podpůrné programy, krize, změny v legislativě, geografické umístění, poptávka, originalita nápadu atd.)

Petra pracovala 9 let v sociálních službách, kde pomáhala druhým dostat novou šanci na lepší život. Vyčerpalo ji to natolik, že změnila svou práci, živila se ve finančních službách, aby zjistila, že její cesta vede úplně jiným směrem. Změnou myšlení a uvědomění si vlastních hodnot dospěla k udržitelnému stylu života. Pomalými krůčky jde po cestě minimalizmu, zero waste, laskavosti, vděčnosti, spolupráce, osvěty. Jejím cílem je žít tady a teď v harmonii se sebou a okolím tak, aby svým konáním neubližovala planetě, jiným lidem, tvorům a ani sama sobě. To vše jí nasměrovalo i ke způsobu, kterým vytváří své výrobky. Upcyclaci. Dává teď nový život starým věcem.

2) Dopad

Výzvy (obavy, perspektivy)

Problémy, které podnikatelka se svými zákazníky řeší:

Jak....

- snížit ekologickou stopu?
- nepoužívat plastové sáčky a jiné výrobky z plastu?
- nakupovat bez obalu?
- udržet chléb čerstvý?
- být odlišný a originální?
- být hrdý na svou odlišnost?
- být hrdý na to, že jste jiný zákazník než ostatní?
- podporovat místní výrobce a obchodníky?
- neprodukovat odpad?
- snížit spotřebu?
- nepodporovat rychlou módu?
- nepodporovat využívání zemí třetího světa (špatné pracovní podmínky, dětská práce a ničení přírody)?
- být nezávislý na obchodních gigantech?
- být příkladem pro ostatní?

Jak jsou zákazníci identifikováni (kreativní techniky používané podnikatelským PR / marketingové strategie).

Cílovým zákazníkem je osoba, která je zodpovědná, vědomě žije, osoba, která se zajímá o vliv své činnosti na její okolí, na životní prostředí, osoba, která se snaží co nejvíce snížit svou ekologickou stopu. Osoba, která globálně myslí v kontextech, podporuje místní produkci a usiluje o vyšší smysl. 100% zákazníků obtěžují plastové sáčky a pytle, vzhledem k tomu, že plastový odpad je velkým problémem.

Sociální dopad (pokud je relevantní)

Podnikání je založeno na ochraně životního prostředí, ochraně lidských práv a na snížení spotřeby formou *upcyclace* použitých textilií. Tím se snižuje dopad na životní prostředí, neboť se touto cestou zaručí minimální spotřeba nových materiálů, ale využijí se stávající materiály, které by se staly odpadem. Starý kus takto získá nový účel.

3) Řešení

Ponaučení

Jsou různé lepší alternativy, a proto je důležité se informovat.



Řešení

Pořídít si látkové pytlíky na pečivo, zeleninu a ovoce a omezit spotřebu plastů.

Doporučení

Například i plastové PET lahve se dají nahradit skleněnou. Recyklujme vše co jde.

(Délka: max 3 strany, zahrnující fotky)



Erasmus+

This project has been funded with support from the European Commission.

This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.