

Yeşil Badana

Düнден Bugüne

- 1960's First becomes an issue with the growing environmental and anti-nuclear movements
- 1969 Public utilities spend over \$300 million on advertising – over **8x** expenditure on actual anti-pollution work
- 1970 The inaugural Earth day
- 1990 Transnational companies realize that environmental image affects consumer spending habits
- 1999 'Greenwashing' officially enters the English language (Oxford English Dictionary)



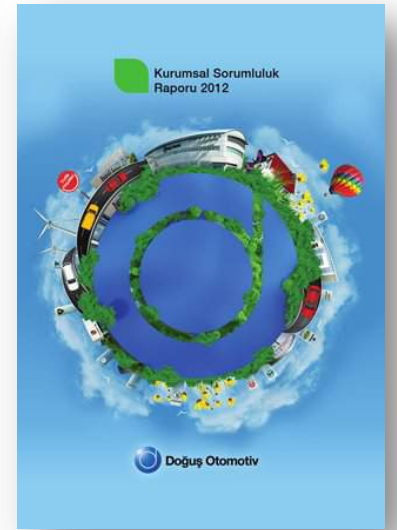
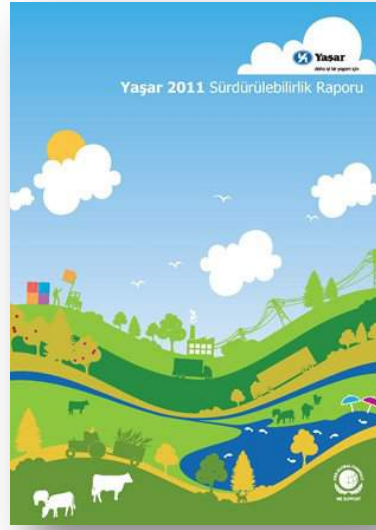
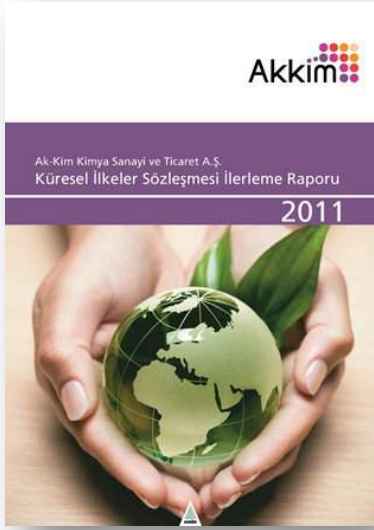
biliyor muydunuz?

1990 yılında piyasaya sunulan aile odaklı ürünlerin yaklaşık dörtte birinin geri dönüştürülebilir, doğada çözünür, ozon dostu ya da kompostlanabilir etiketlerine sahipti.

Türkiye'de ise 90'larla beraber çevreci hareketin ivme kazandığını söyleyebiliriz.







Yeşil Badana

NE DEN YE Œİ L B A D A N A ?



YEŞİL



TÜKETİCİLER

Current Purchasing Decisions Based On:

35%



Know your consumers ...

Consumer Types

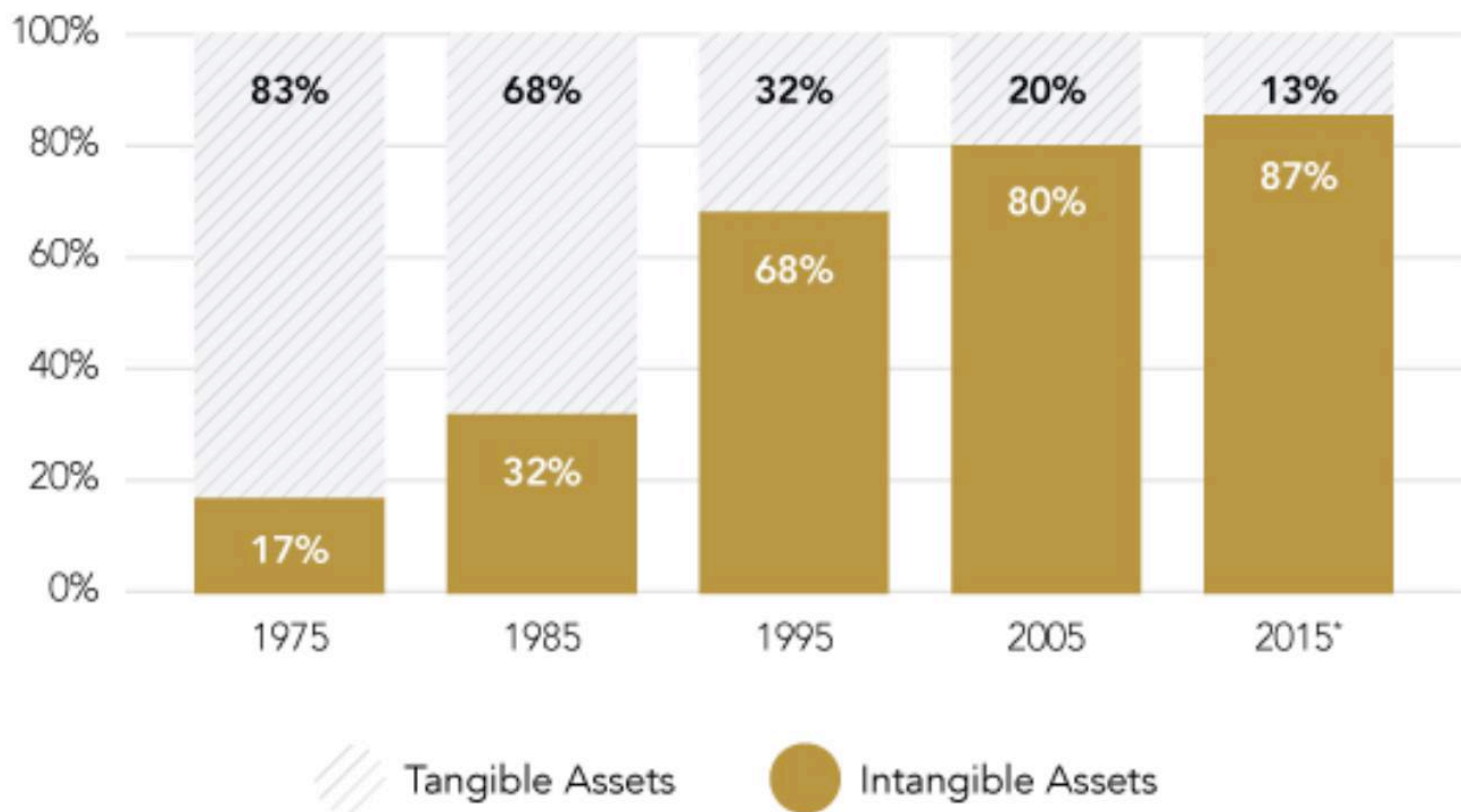


P&G's approach is to drive meaningful improvements in sustainability by targeting mainstream consumers



Data have been stable over time and consistent worldwide (US, Canada, Brazil, Europe, Japan, Indonesia, etc.).

COMPONENTS *of* S&P 500 MARKET VALUE



SOURCE: OCEAN TOMO, LLC



Volkswagen loses more than €14 billion in market value
Shares slump 19% after carmaker admits to cheat on U.S. air pollution tests



VW stock delisted from Dow Jones Sustainability Index





1. Dikkati Başka Yöne Çekme

“Yeşil” olduğunu iddia eden bir ürün ya da şirket öncelikli olan konularında değil de, bambaşka bir konu üzerinden “yeşil” olduğunu söylüyorsa...



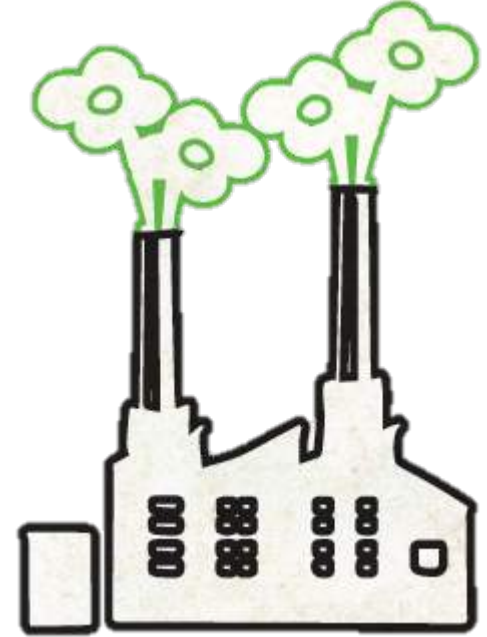
2. Kanıtsız Söylemler

Herhangi bir sertifika,
eko etiket vb ile
belgelenmemiş “yeşil”
iddialarda
bulunuluyorsa...



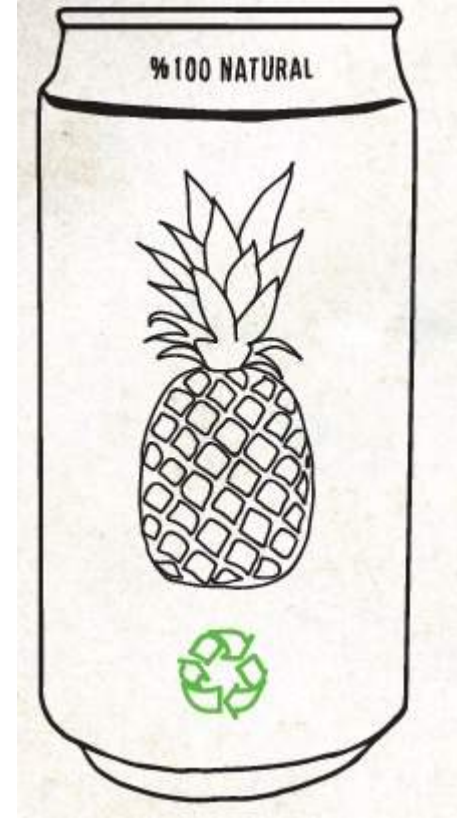
3. Aldatıcı Görseller

Gerçeęi yansıtmayan,
aldatmaya dayalı görsel
kullanılıyorsa...



4. Aldatıcı İfadeler

Tanımlanmamış ve gerçek anlamıyla yanlış anlaşılmaya yol açabilen kelimeler kullanılıyorsa...



5. Teknik İfadeler

Anlamını ve doğruluğunu sadece bilim adamlarının bilebileceği teknik jargon kullanılıyorsa...



6. İçi Boş Sytlemler

Bir iddia ortaya atılıyor
ve doğruluğunu
kanıtlayacak belge
sunulmuyorsa...



7. Aklama alışmaları

Çevreye olan etkisi birincil öncelikte olan bir ürün ve/ veya hizmetin, etkileri az gösterilmeye çalışılıyorsa hatta yararlıymış gibi gösteriliyorsa...



8. Yersiz İddialar

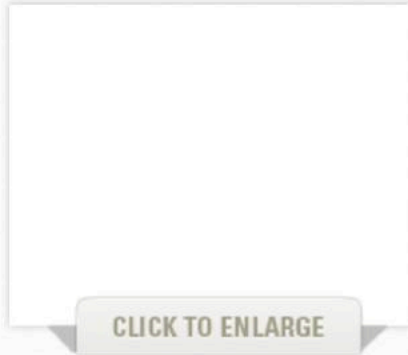
Kullanımı çeşitli düzenleme mekanizmalarıyla hali hazırda yasak olan maddelerin kullanılmadığının altı çizilmiş ya da olağan şeyler bir pazarlama aracı gibi sunulmuşsa...



9. Gereğinden Fazla Önem ve Abartı

Şirketler, KSS Projelerinin iletişimine, projenin yatırım maliyetinden fazla bütçe ayırıyorsa...





GREEN-WORKS

Submitted by: *lm1286* on April 8, 2010

3.4

AVERAGE
RATING

RATE THIS AD

GREENWASHING INDEX RATING SCALE

Check out the [Greenwashing Index Scoring Criteria](#)



Description:

Clorox is making a huge attempt to "go green" with their new line of cleaning products called green-works. Although the ingredients that they are using are much less harmful to the environment and biodegradable, the bottles themselves are composed of 100% plastic. I think that the "green" cleaning products will be popular among consumers since so many people these days are doing what they can to reduce their foot-print on the earth. Some examples of "green-washing" in Clorox's green-works clean products are: the physical packaging of the product, the claim to be "almost" 100% natural, the fact that it is sold in a plastic bottle, and the argument of whether or not the product actually works. Clorox, according to their website, is trying to persuade people that by using their "green" cleaning products, they will lead a more balanced, natural life and live in a healthier home, just by using this ONE cleaning product! How can the product possibly be as effective as a normal cleaning product without the harmful ingredients that kill bacteria? And will a consumer

Categories

- Agriculture
- Automotive
- Basic Materials
- Communications
- Consumer Goods
- Energy/Utilities
- Food/Beverage
- Government
- Healthcare
- Industrial Manufacturing
- Other
- Detail

ipuçları

- Sürdürülebilirliđi günlük yařamla iliřkilendirmek
- Toplumla ortak deđer yaratmak
- Pozitif, kapsayıcı, çift taraflı bir şekilde iletişim yapmak
- Duygulara dokunan hikayelere odaklanmak
- Ve en önemlisi dürüst ve řeffaf iletiřim kurgulamak

Teşekkürler!

Aslı Kurtuluş

Kıdemli Yönetici

Strateji ve Gayri Maddi Varlık Yönetimi

asli.kurtulus@s360.com.tr