

CASE STUDY: OKULARY PRZECIWSŁONECZNE YUMA LABS: ODPADY NIE SĄ ODPADAMI DOPÓKI NIE SPISZEMY ICH NA STRATY (IT'S NOT WASTE UNTIL IT'S NOT WASTED)

AUTOR: SDT

TEMAT: GOSPODARKA OBIEGU ZAMKNIĘTEGO (PROJEKTOWANIE I PRODUKCJA, KONSUMPCJA, ODZYSK I GOSPODARKA ODPADAMI)

Opis case study:

Yuma Labs jest belgijskim start-upem, który produkuje zrównoważone akcesoria optyczne pod własną marką we współpracy z domami mody z całego świata zgodnie z zasadami gospodarki obiegu zamkniętego.

10 milionów ton plastiku, które ludzie wyrzucają do oceanu każdego roku, jest dobrze udokumentowane, ale to, jak wyspy polimeru wielkości boiska piłkarskiego dryfujące po Atlantyku i Pacyfiku są utrzymywane razem przez plastikowe sieci z trawlerów rybackich, jest mniej zrozumiałe. Około 640 000 ton starych sieci jest traconych lub wyrzucanych rocznie.

Firmowe okulary przeciwsłoneczne są całkowicie wytwarzane z plastiku pozyskiwanego z morza – szczególnie ze starych butelek i sieci. Dzięki wykorzystaniu odpadów, Yuma Labs maksymalizuje wysiłek do stworzenia obwodu zamkniętego, gdzie produkt traci jak najmniej ze swojej wartości. Jeśli okulary zużyją się po latach korzystania, klient może zwrócić je za darmo. Następnie, zostaną one poddane ponownemu recyklingowi, tak aby nie trafiły na wysypisko śmieci. Yuma Labs chce przekazać jasny komunikat zrównoważonego rozwoju. Kiedy klient skończy z parą okularów przeciwsłonecznych, bezbolesny proces zwrotu pozwala mu odesłać je do Yuma Labs w celu demontażu i recyklingu.

Na koniec, dla klienta to niewielki wysiłek i opłata pocztowa. A dla Yuma Labs oznacza to ciągłe dostawy surowca i szansę na zaangażowanie klientów, utrzymując ich lojalność poprzez wielokrotne powtarzanie zakupów.

De Neubourg, z wykształcenia inżynier chemik, założył Yuma Labs po latach pracy jako konsultant ds. gospodarki obiegu zamkniętego w dużych korporacjach. Była to praca marzeń dla świeżo upieczonego absolwenta, całkowicie zgodna z jego wartościami. W końcu zmęczyło go niekończące się „gadanie” o zrównoważonym rozwoju bez dostrzegania konkretnych działań ze strony firm.

Dzięki jego doświadczeniu w inżynierii cyrkularnej procesów biznesowych, finansowaniu z Kickstartera i technologii cyfrowego modelowania Autodesk, narodziło się Yuma Labs. W ciągu pięciu lat firma przeszła drogę od początkującego start-upu z mikrofabryką druku 3D do szybko rozwijającego się przedsiębiorstwa wykorzystującego formowanie wtryskowe do produkcji wielkoseryjnej.

„Chciałem uciec od skojarzeń z drzewami, które wielu ludzi wciąż ma w odniesieniu do zielonej marki”, mówi założyciel firmy Sebastiaan De Neubourg. Jego zdaniem, aby przekonać ludzi do zrównoważonego rozwoju, musi on stać się aspiracyjny - innymi słowy, fajny. Jaki jest więc lepszy sposób na budowanie cyrkularnego biznesu niż za pomocą najlepszego wyposażenia?

„Przyszło mi do głowy, że okulary przeciwsłoneczne byłyby idealnym narzędziem do tego, aby ludzie z entuzjazmem podchodzili do gospodarki obiegu zamkniętego” - mówi.

„Chciałem pokazać, że może to być łatwe, przystępne i wygodne. Jest bardziej



prawdopodobne, że w takim momencie ludzie powiedzą: „Dobra, rozumiem. Tak właśnie wygląda gospodarka obiegu zamkniętego.”

Środowiskowe i/lub społeczne efekty:

- Nadmiar i szybka konsumpcja vs. odpowiedzialna konsumpcja i produkcja
- Zanieczyszczenie oceanów plastikiem, zarządzanie odpadami i recykling
- Projektowanie i produkcja zgodnie z zasadami gospodarki obiegu zamkniętego

Podsumowanie:

Z jasną misją i poczuciem celu, Yuma Labs ma nadzieję rozbudzić dyskusję o gospodarce obiegu zamkniętego i zaoferować alternatywę, z dala od nadmiernej i szybkiej konsumpcji.

Pytania do dyskusji:

1. Jaka jest sytuacja problemowa, którą przedsiębiorstwo społeczne próbuje rozwiązać? (problem)
2. Dlaczego postanowili ją rozwiązać? Co nimi kieruje? (cel)
3. Na czym polegają działania przedsiębiorstwa społecznego? Co robią, aby go/ją rozwiązać? Jakie inne kroki podjęlibyście, aby rozwiązać ten problem? (rozwiązanie)
4. Jaka jest ich grupa docelowa? Kim są ich klienci? (segmenty klientów)
5. Jak działania przedsiębiorstwa społecznego zmieniają świat lub sytuację na lepsze? (wpływ)
6. Skąd będą wiedzieć, że to osiągnęli? (kluczowe dane statystyczne)
7. Co przedsiębiorstwo społeczne robi inaczej? Co ich klienci postrzegają jako największą wartość? (unikalna propozycja wartości)
8. W jaki sposób dostarczają swoje produkty lub usługi? (kanały)
9. Jakie są ich główne koszty i co jest głównym źródłem ich przychodów? (przychody)

INTERESARIUSZE: (1) KONSUMENCI, (2) PROJEKTANCI, (3) FASHION HOUSES, (4) RETAILERS, (5) GOVERNMENTS

ZAGADNIENIA ETYCZNE W KONTEKŚCIE CASE STUDY: (1) RESPONSIBLE CONSUMPTION, (2) CIRCULAR DESIGN AND MANUFACTURING, (3) WASTE MANAGEMENT, (4) CLIMATE CHANGE, (5) OCEAN PLASTIC POLLUTION

ZIELONE KOMPETENCJE: DESIGN SKILLS, LEADERSHIP SKILLS, MANAGEMENT SKILLS, FINANCIAL SKILLS, PROCUREMENT SKILLS, WASTE MANAGEMENT SKILLS, COMMUNICATION SKILLS

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU: CEL 9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE, CEL 12: RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION, CEL 13: CLIMATE ACTION, CEL 14: LIFE BELOW WATER, CEL 17: PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

