

NÁZEV PŘÍPADOVÉ STUDIE: SLUNEČNÍ BRÝLE YUMA LABS: DOKUD SE NEPROMARNÍ, NENÍ TO ODPAD

AUTOR: MGR: **SDT**

TÉMA: CIRKULÁRNÍ EKONOMIKA (DESIGN A VÝROBA, SPOTŘEBA, VYUŽITÍ A NAKLÁDÁNÍ S ODPADY).

Popis případové studie:

Yuma Labs je belgický start-up, který vyrábí udržitelné brýle pod vlastní značkou a ve spolupráci s módními domy po celém světě podle zásady cirkulárnosti.

Deset milionů tun plastů, které lidé každoročně vypustí do oceánu, je dobře zdokumentováno, ale méně je známo, jak jsou ostrovy polymerů o velikosti fotbalového hřiště, které se pohupují kolem Atlantiku a Tichého oceánu, drženy pohromadě plastovými sítěmi z rybářských trawlerů. Ročně se ztratí nebo vyhodí přibližně 640 000 tun starých sítí.

Sluneční brýle této společnosti jsou vyrobeny výhradně z plastů získaných z moře – konkrétně z lahví a sítí. Díky využití odpadu se společnost Yuma Labs maximálně snaží vytvořit uzavřený cyklus, v němž výrobek ztrácí co nejmenší hodnotu. Pokud se sluneční brýle po letech užívání opotřebují, může je zákazník bezplatně vrátit. Poté budou opět recyklovány a zůstanou mimo skládky. Společnost Yuma Labs chce vyslat jasnou zprávu o udržitelnosti. Když zákaznice se slunečními brýlemi skončí, bezbolestný proces vrácení jí umožní poslat je zpět do společnosti Yuma Labs k demontáži a recyklaci.

Pro koncového zákazníka je to nenáročná a poštovné je placené. Pro společnost Yuma Labs to znamená nepřetržitý přísun surovin a možnost udržet si kontakt se zákazníky a zachovat si jejich věrnost díky opakovaným nákupům.

De Neubourg je vystudovaný chemický inženýr a společnost Yuma Labs založil poté, co dlouhá léta pracoval jako konzultant pro velké společnosti v oblasti cirkulární ekonomiky. Pro čerstvého absolventa to byla práce snů, která se zcela shodovala s jeho hodnotami. Nakonec byl unavený z nekonečného "mluvení" o udržitelnosti, aniž by viděl, že společnosti přijímají konkrétní opatření.

Díky jeho zkušenostem s inženýrstvím cirkulárních obchodních procesů, financování z Kickstarteru a technologii digitálního modelování od společnosti Autodesk se zrodila společnost Yuma Labs. Za pět let se z rozjetého startupu s mikrotovárnou na 3D tisk stala rychle rostoucí firma využívající vstřikování plastů pro velkosériovou výrobu.

"Chtěl jsem se oprostít od asociací objímání stromů, které si mnoho lidí stále spojuje se zelenou značkou," říká zakladatel společnosti Sebastiaan De Neubourg. Aby se lidé stali příznivci udržitelného rozvoje, musí se podle něj stát atraktivním – jinými slovy cool. Jaký je tedy lepší způsob, jak vybudovat kruhový byznys, než s nejlepším cool doplňkem?

"Napadlo mě, že sluneční brýle by byly ideálním prostředkem, jak nadchnout lidi pro téma cirkulární ekonomiky," říká. "Chtěl jsem ukázat, že to může být snadné, dostupné a pohodlné. To spíše vyvolá okamžik, kdy si lidé řeknou: 'Dobře, už to chápu. Takhle vypadá cirkulární ekonomika.'"

Environmentální a/nebo sociální dopady:

Následující faktory představují důležité environmentální a sociální vlivy ve vztahu k tomuto případu:

- Nadměrná a rychlá spotřeba versus odpovědná spotřeba a výroba



- Znečištění oceánů plasty, nakládání s odpady a recyklace
- Kruhový design a výroba

Závěr:

Společnost Yuma Labs s jasným posláním a smyslem pro věc doufá, že se jí podaří podnítit konverzaci o oběhovém hospodářství a nabídnout alternativu, která je daleko od nadbytku a rychlé spotřeby.

Otázky k diskusi:

Jakou problematickou situaci se společnost Yuma Labs snaží vyřešit? (problém)

Proč se jí rozhodli vyřešit? Co je k tomu vede? (účel)

Jaké jsou aktivity společnosti Yuma Labs? Co dělají pro její/jejich řešení? Jaké další kroky byste podnikli k vyřešení problému? (řešení)

Jaká je jejich cílová skupina? Kdo jsou jejich klienti? Kdo jsou jejich zákazníci? (segmenty zákazníků)

Jak změni aktivity společnosti Yuma Labs svět nebo situaci k lepšímu? (dopad)

A jak poznají, že toho dosáhli? (klíčové ukazatele)

Co tedy společnost Yuma Labs dělá jinak? Co vnímají jejich zákazníci jako největší hodnotu? (jedinečná nabídka hodnoty)

Jakými způsoby dodávají své produkty nebo služby (kanály).

Jaké jsou jejich hlavní náklady a jaký je hlavní zdroj jejich příjmů? (příjmy)

ZAJÍMAJÍCÍ STRANY: (1) SPOTŘEBITELÉ, (2) NÁVRHÁŘI, (3) MÓDNÍ DOMY, (4) MALOOBCHODNÍCI, (5) VLÁDY.

ETICKÉ OTÁZKY (POZITIVNÍ, NEGATIVNÍ) VE VZTAHU KE SCÉNÁŘI: (1) ODPOVĚDNÁ SPOTŘEBA, (2) KRHOVÝ DESIGN A VÝROBA, (3) NAKLÁDÁNÍ S ODPADY, (4) ZMĚNA KLIMATU, (5) ZNEČIŠTĚNÍ OCEÁNŮ PLASTY.

EKOLOGICKÉ DOVEDNOSTI: PROJEKTOVÉ DOVEDNOSTI, VEDOUČÍ DOVEDNOSTI, MANAŽERSKÉ DOVEDNOSTI, FINANČNÍ DOVEDNOSTI, DOVEDNOSTI V OBLASTI ZADÁVÁNÍ VEŘEJNÝCH ZAKÁZEK, DOVEDNOSTI V OBLASTI NAKLÁDÁNÍ S ODPADY, KOMUNIKAČNÍ DOVEDNOSTI.

CÍL 9: PRŮMYSL, INOVACE A INFRASTRUKTURA, CÍL 12: ODPOVĚDNÁ SPOTŘEBA A VÝROBA, CÍL 13: OPATŘENÍ V OBLASTI KLIMATU, CÍL 14: ŽIVOT POD VODOU, CÍL 17: PARTNERSTVÍ PRO CÍLE

