



Enquadramento Campanhas de Comunicação Resíduos Urbanos

Entre as 10 maiores empresas que comunicam habitualmente nesta área são 5 as que se salientam pelo **maior esforço de comunicação**:

Ponto Verde, ValorSul, Valormed, Ecopilhas e Amb 3E.

O **investimento publicitário** é realizado em **mais do que um meio e ao longo do ano.**

A **Televisão** é o **meio privilegiado** nesta área de mercado.

A força do líder Ponto Verde neste meio, é arrasadora. Esta marca dá provas, com os resultados obtidos na efectivação da separação do lixo, que muito já foi conseguido nesta área, mas o seu **contínuo investimento e pressão anual**, prova simultaneamente que ainda **há muito a fazer que gradualmente se vai conseguindo.**



Objectivos comuns na Comunicação de Resíduos Urbanos



A temática de fundo será sempre a mesma, **apelo à colaboração** das pessoas.



N
e
c
e
s
s
i
d
a
d
e

Dados de alguma forma já interiorizados:



mas... insuficientes para levar à acção.

Alcance destes objectivos através:

Criatividade e Tom da Comunicação | Meios/Formatos Utilizar

sumo

Dificuldades comuns na Comunicação Resíduos Urbanos

Reciclar dá trabalho!

Cidadão não vê benefícios directos que o leve com maior frequência à acção;

Canal de distribuição/recolha muitas vezes não “visível”, não “próximo”, logo não eficaz;

sumo



ECOPILHAS

- Entidade sem fins lucrativos
- constituída pelos principais produtores e importadores de pilhas e acumuladores que operam no mercado português;
- responsável pela gestão do sistema integrado que assegura a recolha selectiva, triagem e reciclagem de pilhas e baterias usadas.

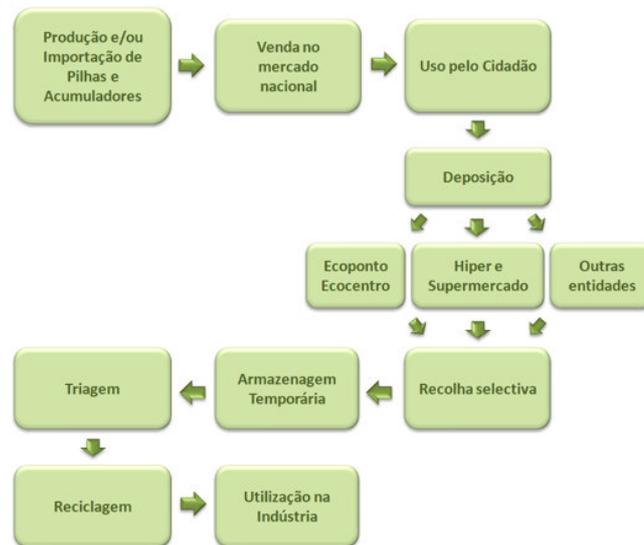
São sócios fundadores, as empresas Cegasa - Comércio de Pilhas, Lda., Energizer, S.A., Procter & Gamble Portugal, Produtos de Consumo, Higiene e Saúde, S.A., Sony Portugal, Lda., Varta Geratebatterie GmbH e a AGEFE (Associação Empresarial dos Sectores Eléctrico, Electrodoméstico, Fotográfico e Electrónico).



Tratar as Pilhas e Baterias para Proteger o Ambiente!



ECOPIHAS – Processo



sumo

ECOPIHAS

A reciclagem de pilhas e baterias usadas tem essencialmente duas vantagens:

1. Só se poder reciclar aquilo que é recolhido selectivamente.

Logo, ao incentivar-se a recolha selectiva estamos a diminuir significativamente o risco de deposição descontrolada das pilhas e baterias usadas, e a prevenir a possível poluição que daí pode advir.

2. Sustentabilidade.

Reciclar significa recapturar materiais (no caso das pilhas o Manganês, o Zinco, o Aço e o Carbono), que voltam a ser usados em processos produtivos, sem que seja necessário retirá-los da natureza (diminuindo por exemplo a necessidade de recorrer à exploração mineira para a obtenção dos mesmos).

Na prática, reciclar significa não gastar tão depressa as reservas daquilo que é um bem precioso.

sumo

ECOPILHAS

Todos os anos entram no mercado mais de 100 milhões de pilhas e baterias.

No ano de **2004**, altura em que arrancou a distribuição de **Pilhões**, a Ecopilhas recolheu cerca de **8 milhões** de pilhas e baterias usadas.



Mas logo no ano seguinte conseguiu atingir os **17 milhões de unidades**, um valor igualado em 2006.

Em 2007 a Ecopilhas recolheu 19 milhões de unidades deste tipo de resíduos. Um valor que representa um crescimento de mais 10 por cento face a 2006.

Ou seja, nos primeiros quatro anos de actividade, a Ecopilhas conseguiu recolher um total de 61 milhões de unidades de pilhas e baterias.

sumo



O Projecto Mega Pilhão

Durante o ano de **2008**, a Ecopilhas teve como objectivo atingir e/ou ultrapassar os **20 milhões de pilhas e baterias recolhidas para reciclagem**.

Objectivos:

- Criar o Hábito (que as pessoas entreguem as suas pilhas e baterias no Pilhão);
- Divulgar a recolha de pilhas e baterias;
- Comunicar pedagogicamente;
- Promover a Imagem da Ecopilhas como Empresa Ambientalmente e Socialmente Responsável;
- Aumentar notoriedade da Ecopilhas e do Pilhão.



sumo



O Projecto Mega Pilhão



Durante **doze dias**, montou-se um Pilhão gigante na **Praça da Figueira** em Lisboa – o Mega Pilhão - uma **iniciativa inédita no País e no Mundo** para sensibilizar os Portugueses para a importância de reciclarem as pilhas e baterias.

sumo



Spot Tv

“Dê energia a esta ideia”

sumo



Capa Metro

PILHAS E BATERIAS USADAS É NO

metro

Ecopilhas com Mega Pilhão na Praça da Figueira.

Mega acção que premia quem entrega pilhas ou baterias usadas.

A Ecopilhas e os Portugueses são parceiros para o futuro do planeta.

Oferta de uma unidade de transporte de sangue ao IPS

MEGA Pilhão

AS PILHAS OU BATERIAS USADAS QUE TEM EM SUA CASA AINDA SERVEM.

Para se habilitar a ganhar uma Segway

Praça da Figueira

Entregue 10 pilhas ou baterias usadas no Mega Pilhão na Praça da Figueira e habilite-se a ganhar um Segway.

Basta entregar uma frase que inclui as palavras Ambiente, Ecopilhas e Portugal. Se a sua frase for eleita como a melhor, você será o vencedor do Segway.

Para se habilitar a ganhar um Segway

Oferta de uma unidade de transporte de sangue ao IPS

PILHA A PILHA DÊ ENERGIA A ESTA IDEIA.

Entregue as pilhas ou baterias usadas no Mega Pilhão

Oferta de uma unidade de transporte de sangue ao IPS



Capa Metro – final da acção

PILHAS E BATERIAS USADAS É NO

metro

Oferta de uma unidade de transporte de sangue ao IPS

Já temos vencedor para esta oferta de Segway

Obrigado!

A Ecopilhas agradece em nome do Instituto Português do Sangue, a participação de todos na Mega acção de recolha de pilhas e baterias usadas que decorreu entre os dias 29 de Outubro e 9 de Novembro em todo o país. Só com o contributo de todos foi possível à Ecopilhas em parceria com a Volkswagen Veículos Comerciais, oferecer uma unidade móvel de transporte de sangue ao IPS.

Escolas dão contributo fundamental.

Para os vários alunos que participaram nesta acção, mais do que isso, nós, o grupo de monitor desta ideia. A escola EB 24 da 1.ª de Setembro e o colégio de alunos da escola EB 24 da 1.ª de Setembro.

Mega Pilhão na Praça da Figueira foi um verdadeiro sucesso.

A acção de recolha de pilhas e baterias em 29 de Outubro e 9 de Novembro revelou-se um verdadeiro sucesso com a recolha de mais de 3000 pilhas e baterias usadas em mais de 100 pontos de recolha e a entrega de mais de 100 pilhas e baterias usadas no total. Uma acção que teve como resultado, muito obrigado a todos os que participaram.

Acto ecológico premiado com oferta de Segway

Já é conhecida a grande vencedora do Segway, a 1.ª de Setembro venceu com a frase "Mais energia a ambiente em Portugal Continental e nos ilhas, hoje sempre recarregamos, colaboramos com a Ecopilhas". Parabéns aos que criaram e ganharam esta oferta de uma unidade de transporte de sangue ao IPS. Parabéns pela sua imaginação e ao Instituto Português do Sangue pela sua consideração e vontade de proteger o ambiente.



PILHA A PILHA FOI VOCÊ QUE DEU ENERGIA A ESTA IDEIA.

A Ecopilhas em parceria com a Volkswagen Veículos Comerciais ofereceu uma unidade móvel de transporte de sangue ao Instituto Português do Sangue. Para isso grande capacidade, capacidade e capacidade de transporte, mobilidade ecológica, a Nova VW Caddy. Assim como um excelente lugar para onde não há necessidade de energia que não seja a energia do ambiente. Caddy recebeu uma grande importância na oferta de IPS. Nunca será demais lembrar a importância de todas as acções que se entregam e que ajudam a melhorar o ambiente e a saúde de todos. Parabéns a todos os que participaram nesta oferta de uma unidade de transporte de sangue ao IPS.

Oferta de uma unidade de transporte de sangue ao IPS

NOVA Unidade de Transporte de Sangue

Presente de entrega de uma unidade de transporte de sangue ao IPS

CAMPANHA INSTITUCIONAL 2008/2009

sumo



Problema e solução

Problema principal detectado:

Reciclagem de pilhas no Pihão está assimilado mas de Baterias não.
Necessário passar claramente esta mensagem.

Solução:

- Abordagem diferenciadora
- Utilização de prescritores altamente reconhecidos
- Fortes ancoras de memorização
- Utilização do Humor
- Linguagem fácil, simples e acima de tudo popular

sumo



FILME TV

Spot 1 - "[Carrinhos](#) de Choque"

Spot 2 - "[Carrossel](#)"

sumo



Resultados:

Após esta campanha, que esteve no ar em Fevereiro e Junho deste ano verificou-se que:

A notoriedade publicitária aproximou-se dos 60%.

As descrições do anúncio são várias, destacando-se as referências aos actores da campanha Ecopilhas, recordados por mais de metade da amostra (53%).

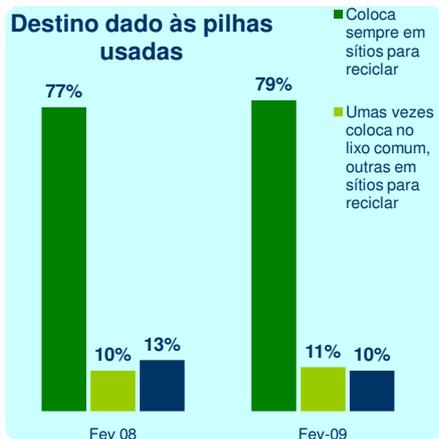
Verificou-se um aumento da notoriedade total da Ecopilhas, destacando-se ainda os resultados em que o Pilhão é referido por 88% dos inquiridos, atingindo o valor mais alto desde Fevereiro de 2007 (86%);

sumo



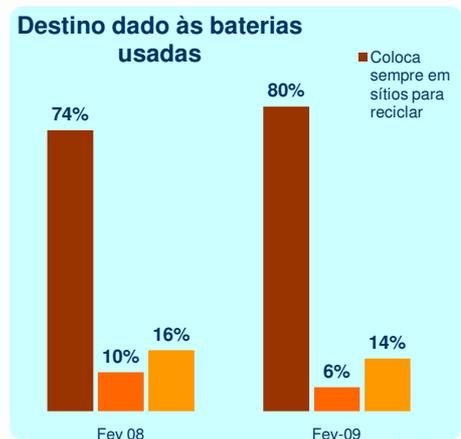
Resultados:

Q1. O que faz habitualmente com as pilhas usadas?



Base: Total (225)

Q2. E com as baterias de computadores, telemóveis, máquinas fotográficas, câmaras de vídeo, etc



Base: Total (225)

sumo



Valormed – Análise Swot

PONTOS FORTES

- 10 anos de actividade
- sistema perfeitamente funcional – início da triagem e reciclagem
- novos contentores – público coloca directamente no contentor
- 703 toneladas recolhidas em 2008 – crescimento previsto para 2009
- reconhecimento público da missão da Valormed
- 2.749 Farmácias aderentes (pontos de recolha)

PONTOS FRACOS

- falta de notoriedade da marca Valormed
- falta de âncoras de memorização – na forma e no conteúdo
- marca/serviço fria e distante – pouco emocional

sumo



Valormed – Análise Swot

OPORTUNIDADES

- aposta numa campanha capaz de criar recordação através de uma âncora de memorização forte e impactante;
- crescimento da consciência ambiental.

AMEAÇAS

- comodismo da População

sumo



Principais conclusões do estudo de notoriedade:

- 67% não sabe/não responde relativamente a empresas/entidades que se dedicam à recolha de embalagens e resíduos. Ninguém refere Valormed.
- 51,9% da amostra (quando estimulada) refere que já ouviu falar da Valormed.
- 37% teve conhecimento deste sistema através da TV.
- 29,7% teve conhecimento nas Farmácias.
- 46,2% do total da Amostra já usou o sistema.
- os que utilizam o sistema estes fazem-no mais do que uma vez, tendo 45,8% utilizado o sistema cerca de 4 vezes ou mais.
- o que entregam na Farmácia é sobretudo:
 - embalagens com medicamentos - 96%
 - medicamentos fora de prazo - 88%

sumo



Principais conclusões do estudo de notoriedade:

- ✓65,4% considera que o papel do Farmacêutico fica aquém no que respeita ao aconselhamento e esclarecimento do sistema.
- ✓86,5% concorda que o Farmacêutico deve ter um papel aconselhador/esclarecedor.
- ✓46% não sabe ou não se lembra do destino final das embalagens e medicamentos apesar de usar o sistema.
- ✓relativamente aos não utilizadores, não existe um freio que possa constituir uma real barreira à adesão do sistema, as respostas passam por falta de conhecimento ou de oportunidade



Partindo do pressuposto que a comunicação da Valormed se caracterizava numa comunicação pouco emocional, a nossa proposta visou projectar a marca para uma comunicação mais atractiva, integrada, coerente e eficaz.

sumo



Objectivos estratégicos:

- Conferir notoriedade e visibilidade à Valormed
- Crescer 20% ao ano em peso de recolha
- Fomentar uma estratégia de comunicação global durante todo o ano
- Comunicar os valores da Valormed – protecção da saúde e do ambiente
- Reforçar a promessa e missão – os medicamentos fora de uso também têm remédio
- Envolver a sociedade civil (empresas)

sumo



De que forma?

➔ Através de uma Autoridade EMOCIONAL

Autoridade = legitimidade/credibilidade

+

Emocional = sensibilização/envolvimento

sumo



Fátima Lopes



A Fátima Lopes tem na sua simplicidade e descrição o seu enorme potencial. São as suas características inatas que a transformam num “fenómeno televisivo” e consequentemente um fenómeno de comunicação.

A forma como se dirige às pessoas estabelecendo de imediato uma relação de empatia, confere às suas palavras um carácter de seriedade e relevância dificilmente igualável. A sua liderança, nas audiências dos programas da manhã constitui prova, disso mesmo.

A Fátima Lopes é uma autoridade isenta, capaz, credível, que pela sua sensibilidade e envolvimento vai mais além, estabelecendo-se como uma autoridade emocional junto do público em geral.

sumo



Campanha

Spot Tv Fátima Lopes/Valormed

sumo



Imprensa

www.valormed.pt

HABITUE-SE A ESTA IDEIA

ENTREGUE AS EMBALAGENS E OS MEDICAMENTOS FORA DE USO NA FARMÁCIA.

PELO AMBIENTE E SAÚDE DE TODOS NÓS.

Entregar as embalagens e medicamentos fora de uso na farmácia tem de ser um hábito de todos. Assim, não se vão acumular a poluir a nossa terra e o nosso água. Este hábito é tão importante para mim, como deve ser para todos vocês. Pratique e divulgue-o para melhorar a vida de todos.

Fátima Lopes - Apresentadora



sumo

Mupi

www.valormed.pt

HABITUE-SE A ESTA IDEIA

ENTREGUE AS EMBALAGENS E OS MEDICAMENTOS FORA DE USO NA FARMÁCIA.

PELO AMBIENTE E SAÚDE DE TODOS NÓS.



sumo

Conclusão

Nos últimos 10 anos são evidentes as alterações de mentalidade dos portugueses. É o 1º passo mas não é de todo suficiente para falarmos em sustentabilidade. Logo, é fundamental e essencial continuar com um intenso esforço de comunicação, de forma criativa, para que se torne habito/rotina da população, a separação e reciclagem de resíduos urbanos e não algo que implique na mente dos mesmos, um esforço.

 sumo



sumo
comunicação 100% natural

Maria João Valente - mariavalente@sumoportugal.com

 sumo

