



**UNIDOS
CONTRA
DISPARIDADE**





O QUE VAMOS ABORDAR

ENQUADRAMENTO & OBJETIVOS

ÁREAS DE ATUAÇÃO

MARKETING DIGITAL

CAMPANHAS INSTITUCIONAIS

PROJETOS DE COMUNICAÇÃO

USO DA MARCA

FORMAÇÃO

NOTAS FINAIS

O **Movimento Unidos Contra o Desperdício** nasce no dia 29 de Setembro de 2020, designado pelas Nações Unidas como o Dia Internacional da Consciencialização sobre Perdas e Desperdício Alimentar, com o Alto Patrocínio do Presidente da República e com o apoio do Secretário Geral das Nações Unidas.

Tendo por objetivo facilitar o aproveitamento de excedentes, tornando habitual a luta contra o desperdício alimentar, incentivar e facilitar a doação das sobras, bem como promover um consumo responsável, o **Movimento Unidos Contra o Desperdício** foi fundado por várias entidades, congregadas pela Federação Portuguesa dos Bancos Alimentares, sendo um projeto de sensibilização e comunicação com várias vozes e diferentes tons, que une e congrega empresas, instituições, o público e o privado e as várias gerações em torno do objetivo único de lutar contra o desperdício alimentar.

Por forma a assinalar o seu primeiro aniversário em 2021, o **Movimento Unidos Contra o Desperdício** apresentou ao País uma campanha de comunicação que envolveu todos os seus parceiros no reforço da mensagem de compromisso coletivo que todos precisamos de assumir para conseguirmos combater o desperdício alimentar.

No que diz respeito à comunicação social e com o apoio da agência de Relações Públicas **LIFT Consulting**, o Movimento Unidos Contra o Desperdício foi notícia em mais de 100 artigos (Imprensa, Rádio e Televisão), com um Average Advertising Value (AAV) estimado de 1.406.670,60€.

No que concerne à campanha publicitária que o **Movimento** alavancou nos principais grupos de media nacionais, a campanha do Movimento marcou presença em TV, Rádio, Imprensa e Outdoor com uma valorização estimada de 1.883.427,00€.

No universo digital, o **Movimento Unidos Contra o Desperdício** acumula 11.083 seguidores no Facebook, 4.830 no Instagram e 20.150 visitas únicas ao site www.unidoscontraoesperdicio.pt.

No que toca ao número de aderentes, o Movimento conta com mais de 280 empresas/entidades e 2.500 particulares.

Consciencializar a sociedade civil para a temática do desperdício alimentar, requer a construção de um guião consistente e permanente com mensagens claras e desafios à ação concretos, de fácil implementação.

Por essa razão e para 2022 os objetivos do Movimento Unidos Contra o Desperdício mantêm-se aos de 2021.

01. Definir os públicos-alvo prioritários

Envolver os diversos setores empresariais e associativos na construção de conteúdos que sensibilizem o Unidos Contra o Desperdício a sensibilizar o consumidor final, com especial enfoque para os portugueses na faixa etária dos 35 – 55 será em 2022 a grande prioridade, já que é nessa faixa etária que se estima existir a maior fonte de desperdício alimentar.

02. Atuar em 5 linhas distintas que permitam impactar os públicos-alvo

Através do Portal Digital, que como agregador de conteúdos relevantes em torno do tema “desperdício alimentar” precisa de mais tráfego e dinâmica;

Através de Campanhas Institucionais, apresentar mensagens claras e simples que desconstruam mitos e ensinem o consumidor;

Através de Projetos de Comunicação, que com a amplificação dos principais grupos de media nacionais permitirão levar dicas práticas e conteúdos didáticos aos públicos-alvo estabelecidos;

Através do Uso da Marca, que de forma gratuita poderá ser aplicada em comunicação de outras marcas, empresas, eventos que queiram de forma clara desafiar os seus clientes/colaboradores/fornecedores a uma mudança de comportamento no que diz respeito ao desperdício alimentar.

Através da Formação, desenvolver Kits e workshops que permitam dotar quem está no terreno das ferramentas necessárias para um combate eficaz ao desperdício de alimentos

03. Consolidar a notoriedade da marca UNIDOS CONTRA O DESPERDÍCIO

O Movimento acredita no poder da comunicação para consciencializar e mudar comportamentos. É esse poder de influência positiva que o Unidos Contra o Desperdício pretende exercer sobre a sociedade em geral, sendo por isso essencial que a marca seja notória e cada vez mais se posicione no sentido de tornar na referência principal no que diz respeito ao combate ao desperdício alimentar.

As campanhas em causa são criadas e financiadas pelo orçamento do Movimento Unidos Contra o Desperdício e em 2022 prevêem-se da seguinte forma:

Unidos Contra o Desperdício, nos Municípios

Envolver as autarquias no combate ao desperdício alimentar será uma das prioridades do Movimento Unidos Contra o Desperdício, que desenvolverá um Kit de comunicação que cada cidade poderá declinar e adaptar à sua realidade, por forma a impactar diretamente as comunidades locais.

Verão sem desperdício.

Com o regresso dos festivais de verão após um longo período pandémico, o Movimento pretende celebrar parcerias com os promotores dos principais festivais de música, no sentido de se criarem ativações que impactem os públicos mais jovens e que os interpelem a uma maior responsabilidade cívica perante este tema.

Unidos Contra o Desperdício, nas Escolas

Porque de pequenino se torce o pepino, o Unidos Contra o Desperdício prente chegar às Escolas portuguesas em 2022, com um Kit que permita dotar os professores com as ferramentas necessárias para impactarem os seus alunos com a importância de, também eles, serem embaixadores ativos na luta contra o desperdício de alimentos.

Unidos Contra o Desperdício, há 2 anos.

Por forma a assinalar o 2º ano do Movimento Unidos Contra o Desperdício, reforçaremos a realização do evento e o lançamento da campanha multi-meios que voltará a desafiar todos os parceiros do Movimento.

Relativamente ao evento e não descurando a componente institucional do mesmo, será objetivo principal alargá-lo, abrindo-o ao grande público.

Relativamente à campanha multi-meios, o objetivo será manter os resultados alcançados na edição de 2021.

Um Natal Unido Contra o Desperdício

Porque Natal é época de tradições e porque nem todas as tradições são boas, o Unidos Contra o Desperdício voltará com uma forte campanha de sensibilização na altura do Natal, por forma a garantir que as inúmeras sobras das Ceias de Natal são reaproveitadas e transformadas em novas refeições.

Ações de comunicação patrocinadas pelas marcas e empresas que tenham interesse em potenciar e amplificar as suas intervenções no combate ao desperdício alimentar.

Projetos de comunicação desenvolvidos em linha direta com os principais grupos de media nacionais e com o objetivo claro de desafiar diferentes públicos-alvo a agir de forma simples e concreta contra o desperdício alimentar.

Os projetos que prevemos implementar em 2022 são:

O BEST OF DO COMBATE AO DESPERDÍCIO

Prémio Nacional que elegerá e premiará as melhores ideias/práticas no combate ao desperdício alimentar nos diversos setores de atividade económica: agricultura, indústria, distribuição, logística, restauração, hotelaria, ensino, etc.

O parceiro de media previsto é o Grupo IMPRESA.

MENOS DESPERDÍCIO, MAIS ALIMENTO

Com o target específico do setor empresarial, a Conferência Menos Desperdício Mais Alimento pretende realizar um encontro entre os diversos setores de atividade económica que podem assumir um papel relevante no combate ao desperdício alimentar.

A cedência gratuita do uso da marca Unidos Contra o Desperdício em todas as iniciativas de comunicação e sensibilização que, de uma forma séria e ativa, tragam mais relevância ao combate do desperdício alimentar torna-se fundamental para que o **Movimento** seja verdadeiramente inclusivo, agregador e congregador.

Através desta linha de atuação o **Movimento** incentiva empresas, associações privadas e públicas bem como todos os particulares a levar a mensagem mais longe, emprestando a credibilidade da sua marca para as iniciativas que cada um dos agentes promove, sendo condição única a adesão prévia (também gratuita) ao Movimento.

Rádio e Televisão), com um Average Advertising Value (AAV) estimado de 1.406.670,60€.

No que concerne à campanha publicitária que o **Movimento** alavancou nos principais grupos de media nacionais, a campanha do Movimento marcou presença em TV, Rádio, Imprensa e Outdoor com uma valorização estimada de 1.883.427,00€.

No universo digital, o Movimento Unidos Contra o Desperdício acumula 11.083 seguidores no Facebook, 4.830 no Instagram e 20.150 visitas únicas ao site www.unidoscontraoesperdicio.pt.

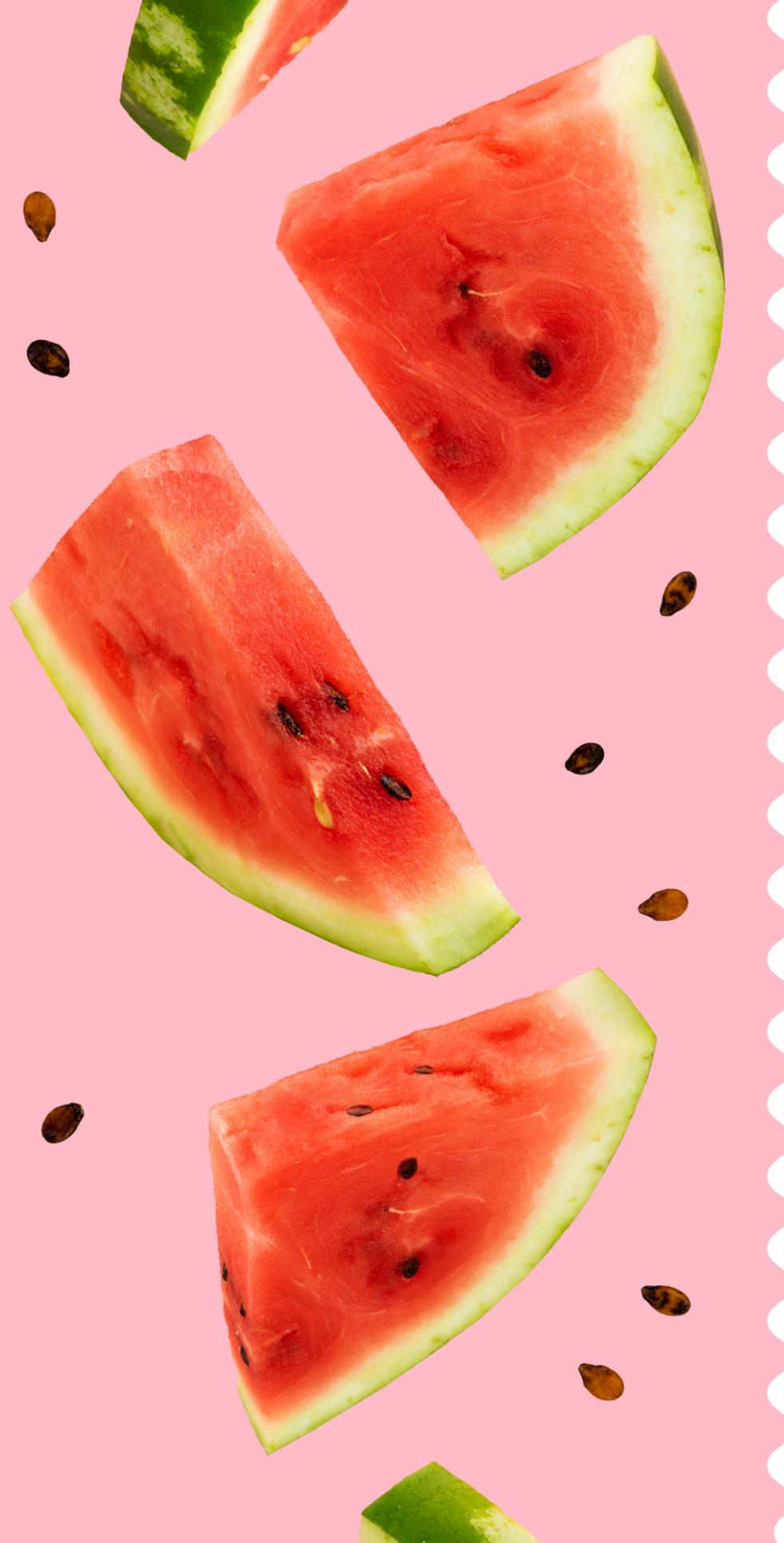
No que toca ao número de aderentes, o Movimento conta com mais de 280 empresas/entidades e 2.500 particulares.

Seguem alguns exemplos:

- Sonae Sierra desenvolve Chefs do Desperdício;
- Luís Simões decora integralmente os seus camiões com a mensagem de combate ao desperdício;
- Santos & Vale coloca o selo UCD em 40 veículos da sua frota;
- Gelpeixe estuda a possibilidade de colocar selo UCD em algumas das suas embalagens;

FORMAÇÃO

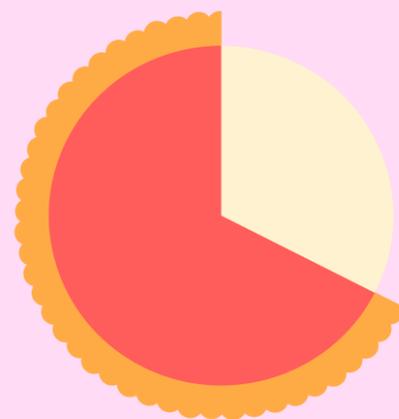
Reforçada a parte da consciencialização, é necessário avançar para o plano da prática, em que se entregam ferramentas a quem combate o desperdício. A formação torna-se por isso uma linha de atuação vital para que a missão do Movimento seja bem sucedida. Ao longo de 2022 incidiremos sobre a construção de um programa de formação integralmente direcionado para as cadeias de distribuição alimentar.



O desperdício alimentar é uma realidade com valores tão elevados que surpreendem e chocam qualquer pessoa: todos os anos um terço da produção alimentar é desperdiçada no mundo, segundo os dados da Organização das Nações Unidas Para a Alimentação e a Agricultura (FAO).

Lutar contra este flagelo com enormes impactos económicos, sociais e ambientais é uma missão que precisa de todos e é nesse sentido que se apresenta este Plano de Ação para aquele que será o primeiro ano completo de um Movimento que resulta da união de empresas, associações, entidades públicas e particulares e que com todos eles conta para esta que é uma luta comum: acabar com o desperdício alimentar.

Com a convicção de que ao longo do ano de 2022 continuaremos a ter muitas oportunidades e iniciativas espontâneas a acrescentar às ações propostas neste plano, a equipa do Movimento conta com o imprescindível apoio e participação de todos os parceiros fundadores por forma a assegurar aquele que é o principal objetivo do projeto: consciencializar para mudar comportamentos.



**UNIDOS
CONTRA
DISTRICCIÓN**

OBRIGADO