

“É Tempo de Regenerar!” é o apelo que a Nestlé faz em nova campanha

16 de Fevereiro, 2022

A Nestlé acaba de lançar uma nova campanha de ponto de venda através da qual apela aos consumidores para adotarem práticas mais regenerativas do meio ambiente, no seu dia-a-dia. Este apelo faz parte do compromisso da marca – “Generation-Regeneration”- , que visa fazer avançar sistemas regenerativos em grande escala e em toda a cadeia de valor da empresa.

Esta que é a quarta campanha temática da Nestlé em ponto de venda estará presente, em duas vagas (janeiro/fevereiro e em junho), nos hipers e supers de todas as insígnias a operar no país (continente e ilhas), sob o mote “É Tempo de Regenerar!”. Esta campanha, tal como explica a marca, procura explicar aos clientes destas várias insígnias de retalho o conceito da Regeneração e por que razão é necessário mudar de uma abordagem de “não fazer mal ao planeta” para deixar melhor todas as fontes de recursos de que necessitamos e utilizamos.

A urgência deste compromisso, assumido globalmente pela Nestlé em setembro de 2021, e perfeitamente alinhado com o compromisso da ONU de travar o aumento da temperatura média anual nos 1,5 °C, deve-se à crescente ameaça que as alterações climáticas e ambientais, a degradação das florestas, do solo e das águas, estão a colocar aos agricultores e às comunidades. “Uma ameaça que coloca em risco as condições de vida dos agricultores, prejudicando a acessibilidade e a disponibilidade de alimentos de qualidade”, lê-se no mesmo comunicado.

E porque este não é um caminho que se faça sozinho, a Nestlé lançou a campanha – “É Tempo de Regenerar!” – para precisamente sensibilizar os consumidores para o facto de que também no final da cadeia de valor, onde se encontram, há muitas ações que cada indivíduo pode tomar para proteger, renovar e restaurar o ambiente que o rodeia, ou seja, para regenerar.

Juntamente com o anúncio do compromisso com a Regeneração, a Nestlé anunciou também a aplicação de um pacote de investimentos de 1,2 mil milhões de francos suíços, para, nos próximos cinco anos, estimular práticas de agricultura regenerativa em toda a cadeia de fornecimento da companhia. Além destas, outras iniciativas incluem ainda a promoção da biodiversidade, a conservação do solo, a regeneração dos ciclos da água e a integração da pecuária.