SPV quer mobilizar Portugal para a reciclagem com campanha inovadora

4 de Outubro, 2019

A Sociedade Ponto Verde (SPV) lançou recentemente um nova campanha que pretende sensibilizar os portugueses para a importância de todos participarem no processo de reciclagem. Processo esse que segundo a SPV, só no primeiro semestre de 2019 “permitiu reciclar embalagens com o peso equivalente a 450 aviões”.

Sob o mote: “É só desta vez…” a nova campanha tem como objetivo “transformar a reciclagem num ato de cidadania, num tom mais provocador e desconcertante”, desafiando “os portugueses a encarar a separação das embalagens com a seriedade que o planeta e o ambiente exigem”, refere a SPV em comunicado.

O filme publicitário da campanha usa comportamentos socialmente incorretos para provar que uma vez são sempre “vezes a mais”. Criada pela agência “O Escritório”, a campanha estará presente em todo o país em diversos suportes de comunicação e é uma forma de a SPV cumprir o seu compromisso de mobilizar toda a sociedade para a necessidade da reciclagem.

“Separar todo o tipo de embalagens e em todos os contextos é o único comportamento que efetivamente se traduz num impacto positivo para o ambiente. Através desta campanha, a Sociedade Ponto Verde pretende destruir a ideia de que separar de vez em quando já representa uma preocupação ambiental suficiente. Esta campanha insere-se na nossa estratégia “Recicle, sempre”. E é isso que queremos que os portugueses façam: reciclem todas as embalagens, todos os dias e em todos os lugares.”, afirma Ana Isabel Trigo Morais, CEO da SPV.

Face a um cenário em que 7 em cada 10 lares portugueses fazem a separação das embalagens, “é preciso incentivar o comportamento das pessoas para a separação total e não de forma parcial”, ou seja, “separam apenas algumas embalagens e não todas”, alerta a SPV. Confrontados com metas europeias cada vez mais exigentes, é urgente mudar comportamentos e reforçar a ideia de que todas as embalagens contam.

Entre outubro e dezembro a campanha estará presente em televisão, rádio, imprensa, cinema, no digital e em suportes publicitários.