A black semi-circular frame containing a colorful illustration of various fruits including grapes, lemons, oranges, strawberries, and bananas.

**#SemDesperdício**

faça parte

# RELATÓRIO

2016 - 2017



## A INICIATIVA

Lançada pela Embrapa, o WWF-Brasil e a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura - FAO, a #SemDesperdício é uma iniciativa que nasceu para ampliar a consciência dos consumidores brasileiros sobre o desperdício de alimentos e gerar um impacto positivo na mudança de hábitos de consumo alimentar.



## CONTEXTO

Reduzir o desperdício de alimentos pela metade até o ano de 2030 é um dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável aprovados pelas Nações Unidas em 2015. A Embrapa identificou uma oportunidade de atuar com parceiros para auxiliar no enfrentamento do desperdício de alimentos no final da cadeia. A ideia vai além de apenas envolver os consumidores, também pretende promover a consciência ambiental, social e financeira do público para as consequências das "manias" relacionadas ao desperdício.

**O Brasil ocupa uma posição incômoda quanto às perdas e desperdício de alimentos. As evidências indicam que o País alia características de países subdesenvolvidos no início da cadeia, tais como elevada perda pós-colheita e no escoamento da produção, com hábitos de consumo mais presentes em países ricos, caracterizados por concentrar o desperdício no final da cadeia<sup>1</sup>. Pesquisa mais recente da FAO, focada nos países da América Latina e Caribe, estima que 28% de todas as perdas ocorrem na etapa de produção e outros 28% são perdidos no final da cadeia (varejo e consumo).**

Acreditando que para mudar essa realidade, é preciso dar acesso ao conhecimento disponível, sensibilizar e estimular consumidores a tomarem decisões cada vez mais sustentáveis, a Embrapa, o WWF-Brasil e a FAO lançaram no final de 2016 a campanha #SemDesperdício.

O objetivo da #SemDesperdício é de aproximar o tema desperdício de alimentos à vida dos brasileiros, e gerar um impacto positivo na mudança de hábitos do nosso consumo alimentar. Ao unir os esforços de três instituições comprometidas com o desenvolvimento sustentável do sistema agroalimentar, a campanha obteve capilaridade maior do que se tivesse sido promovida exclusivamente por uma das organizações apenas.

<sup>1</sup> Mesmo com a carência de dados com enfoque específico para a realidade brasileira, o desperdício observado na etapa de consumo é o mais danoso em termos de perdas de recursos financeiros, naturais e mão-de-obra. Além disso, estudo recente da consultoria Deloitte e parceiros (Economic Analysis of Food Waste Solutions) mostra que campanhas para educação de consumidores apresentam o maior potencial de benefício econômico entre todas as soluções analisadas.



# A CAMPANHA

Essa campanha partiu do conceito de que parte dos alimentos que são jogados fora nos lares das pessoas é feito de forma “inconscientemente” como uma mania. Assim, essa mania de desperdício que muitas vezes é perpetuada sem ser percebida ou sem saber o porquê precisava ser evidenciada, entendida e combatida.

MINHA  
gastro  
MANIA

A campanha, chamada “Uma Mania a Menos”, utilizou fortemente os recursos na internet, onde foi dividida em duas etapas no período de 20 de outubro a 21 de novembro. Na primeira etapa, que foi lançada no dia 18 de outubro como parte da comemoração do “Dia Mundial da Alimentação”, celebridades como Bela Gil, Rango do Rafa, entre outros, aderiram à causa compartilhando a hashtag **#MinhaGastromania** e estimularam de forma descontraída seus seguidores nas redes sociais a postarem sobre suas manias na cozinha.

O objetivo dessa fase foi de criar uma aproximação de forma humorada e colaborativa sobre as manias que o usuário tem na cozinha e iniciar o diálogo da campanha. Nesta fase, a campanha não foi assinada por nenhuma das três organizações. Buscou-se gerar identificação espontânea e conseguir chamar atenção dos usuários para a campanha por meio dos influenciadores probono. Desta forma, aumentando o alcance da campanha.



# POSTS PATROCINADOS MINHA GASTROMANIA

Na segunda etapa, a campanha digital deixou então o humor um pouco de lado para falar sério com o seu público sobre a #ManiadeDesperdício e neste momento as três organizações assumiram a autoria da campanha e apresentaram a iniciativa #SemDesperdício. Por meio da página semdesperdicio.org, e dos perfis no Twitter e no Facebook, foram apresentados dados sobre o desperdício de alimento no mundo e lançado o desafio digital chamado "Uma Mania a Menos". Durante 10 dias, os internautas receberam dicas de como adotar hábitos de consumo mais sustentáveis. As vinte primeiras pessoas a completarem o desafio foram premiadas com uma camiseta da iniciativa confeccionada com algodão colorido da Embrapa.



MÉDIA DIÁRIA DE ALCANCE DURANTE A  
CAMPAÑA: **33 MIL PESSOAS**;



OS DOIS VÍDEOS PRODUZIDOS FORAM VISUALIZADOS 162 MIL  
VEZES NO PERÍODO E A PÁGINA DA CAMPAÑA NO FACEBOOK  
FOI CURTIDA POR **9.300 PESSOAS**.

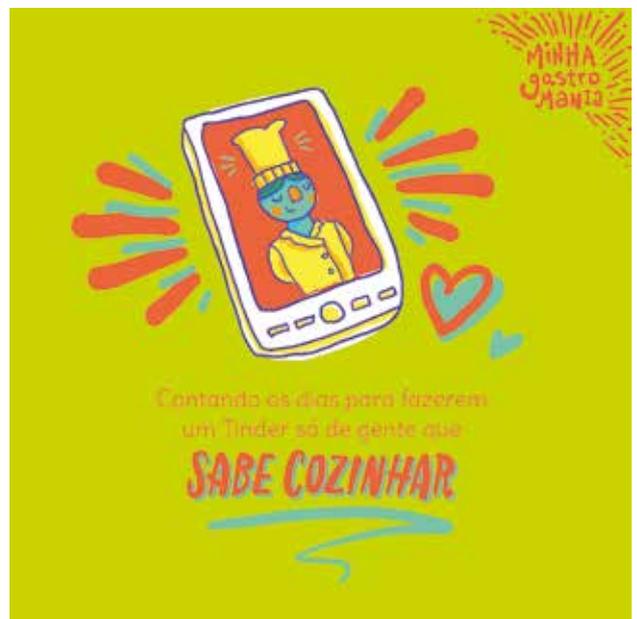


MAIS DE **900 MIL PESSOAS** ENVOLVIDAS DE  
OUTUBRO A NOVEMBRO (2016);



O VALOR ECONOMIZADO EM CAMPANHAS PAGAS,  
MEDIDO PELA CENTIMETRAGEM DA ACESSORIA  
DE COMUNICAÇÃO FOI DE **R\$550 MIL**.

	USUÁRIOS
RIO DE JANEIRO - RJ	133.000
SÃO PAULO - SP	84.500
BRASÍLIA - DF	50.600
MANAUS - AM	31.100
FORTALEZA - CE	26.600
SALVADOR - BA	26.200
BELO HORIZONTE - MG	25.300
RECIFE PE	20.000
BELÉM - PA	19.500
CURITIBA - PR	18.500



A partir de dezembro de 2016, a campanha então se unificou na identidade #SemDesperdício e desde então, toda comunicação, eventos e projetos foram realizadas por meio dela.

Desde então a iniciativa continua ativa em seus canais digitais, mantendo a comunicação para acessar cada vez mais um número maior de consumidores, por meio do compartilhamento de posts com dados e informações relevantes do tema, dicas como reduzir o desperdício além de vídeos e infográficos que auxiliam no entendimento e na sensibilização para a redução do desperdício.

## YOUTUBE

### O DESPERDÍCIO DO PLANETA



O Desperdício do Planeta

1.853 visualizações

👍 👎 🔄 COMPARTILHAR



o vídeo em inglês foi visualizado no EUA, Portugal, Reino Unido e França

**+ DE 2000** visualizações em inglês e português

## FACEBOOK #SEMDESPERDÍCIO 2017

42 PUBLICAÇÕES

**+680** NOVOS SEGUIDORES

**69.833** PESSOAS ALCANÇADAS

**2.383** INTERAÇÕES

Valor total de curtidas, comentários e compartilhamentos



# f ENGAJAMENTO #10KSEMDESPERDÍCIO

Trata-se de uma campanha no Facebook no final do ano de 2017 que abordou as festas de fim de ano para falar sobre desperdício, resoluções para um novo ano e conscientização. O objetivo era gerar mais engajamento na página e aumentar o número de seguidores da página para 10.000.



**QUATRO** PUBLICAÇÕES PATROCINADAS

**300** interações

**+ DE 8000** pessoas alcançadas

## f PERFIL DOS SEGUIDORES DA #SEMDESPERDÍCIO

### QUEM SÃO?

### ONDE ESTÃO?



- 1° São Paulo
- 2° Brasília
- 3° Rio de Janeiro

**84%**



MULHERES

53% tem entre 25 e 34 anos  
21% tem entre 35 e 44 anos

**16%**



HOMENS

9% tem entre 25 e 34 anos  
4% tem entre 35 e 44 anos



SITE

**+ DE 35 MIL**

TOTAL DE ACESSOS

o total de acessos representa a quantidade de acessos no site desde o seu início.

**+ DE 31 MIL**

TOTAL DE USUÁRIOS

o total de usuários representa o número de usuários individuais que entraram no site uma ou mais vezes.

# DESDOBRAMENTOS

## Parceria com a Comissão da União Europeia (Projeto via Diálogos Setoriais)

Devido à repercussão positiva da campanha #SemDesperdício, surgiu a oportunidade de realização de ações conjuntas junto à União Europeia para a realização das seguintes atividades:

“SEMINÁRIO SEM DESPERDÍCIO: DIÁLOGOS BRASIL – UNIÃO EUROPEIA”, OCORRIDO EM 31 DE OUTUBRO DE 2017, NO MUSEU DE ARTE DO RIO DE JANEIRO.

O evento contou com o apoio de diversas embaixadas, tais como Dinamarca, Espanha, Holanda, França e Suécia que enviaram representantes e pesquisadores para explanarem sobre a temática, visando o fortalecimento e a troca de experiência entre os países. Estiveram representadas no Seminário em torno de 40 instituições, do setor privado, de órgãos internacionais, academia, sociedade civil dentre outras. O Seminário foi acompanhado in loco por 108 participantes, capacidade máxima do auditório, e os vídeos das transmissões online atingiram aproximadamente 20 mil pessoas.



## MISSÃO TÉCNICA PARA TROCA DE EXPERIÊNCIAS. DEZEMBRO DE 2017

Um grupo formado por especialistas da Embrapa, Ministério do Desenvolvimento Social, WWF-Brasil e Delegação da UE no Brasil, participou de missão técnica à Bélgica, Dinamarca, Holanda, Inglaterra e França para conhecer campanhas de comunicação, iniciativas e outras experiências exitosas de combate ao desperdício de alimentos, tais como bancos de alimentos e supermercados sociais. Além do aprendizado e troca de experiências, a missão permitiu aproximar a Sem Desperdício à diversas instituições (Ex: Wageningen UR, ministérios europeus e WRAP) para a identificação de sinergias com o Brasil e para desenhar futuras parcerias.

## ESTUDO QUANTITATIVO SOBRE O DESPERDÍCIO COM CONSUMIDORES URBANOS

O projeto prevê ainda para 2018 a divulgação de um estudo quantitativo com consumidores urbanos com a captação e análise de dados sobre desperdício no final da cadeia agroalimentar, para colaborar com mais informações sobre o tema, sendo a disponibilidade desses dados para tomada de decisão estratégica, uma lacuna identificada no Brasil.

## **EMBRAPA | Empresa brasileira de pesquisa agropecuária**

Vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, é uma empresa de inovação tecnológica focada na geração de conhecimento e tecnologia para a agropecuária brasileira. A instituição busca desenvolver, em conjunto com os parceiros do Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária (SNPA), um modelo de agricultura e pecuária tropical genuinamente brasileiro, superando as barreiras que limitavam a produção de alimentos, fibras e energia no nosso País.

## **FAO Brasil | Organização das Nações Unidas para a alimentação e a agricultura**

Por meio dos projetos e ações busca alcançar a segurança alimentar para todos e assegurar que as pessoas tenham acesso regular a alimentos suficientes de alta qualidade. Entre os objetivos principais estão: a erradicação da fome, a insegurança alimentar e a má nutrição; a eliminação da pobreza e impulsionar o progresso econômico e social; gestão e utilização sustentáveis dos recursos naturais em benefício das gerações presentes e futuras

## **WWF-BRASIL | Há mais de 20 anos conservando a natureza**

O WWF-Brasil é uma organização não-governamental brasileira que há mais de 20 anos se dedica à conservação da natureza com os objetivos de harmonizar a atividade humana com a proteção da biodiversidade e de promover o uso racional dos recursos naturais em benefício dos cidadãos de hoje e das futuras gerações. O WWF-Brasil desenvolve projetos em todas as regiões do país e integra a Rede WWF, uma das maiores e mais experientes organizações ambientais independentes, com uma atuação global ativa em mais de 100 países.

# CLIQUE E CONHEÇA MAIS A INICIATIVA:

 [www.semdesperdicio.org](http://www.semdesperdicio.org)

 [/SemDesperdicioBrasil](https://www.facebook.com/SemDesperdicioBrasil)

 [#SemDesperdicio Brasil](https://www.youtube.com/hashtag/SemDesperdicioBrasil)

