

### CÓDIGO DO PROJETO

POSEUR-03-1911-FC-000015

### REGIÃO DE INTERVENÇÃO

Norte, Centro, Área Metropolitana de Lisboa, Alentejo e Algarve.

### ENTIDADES BENEFICIÁRIAS

Algar	9.11%
Amarsul	8.54%
Ersuc	11.90%
Resiestrela	4.51%
Resinorte	12.45%
Resulima	5.16%
Suldouro	5.52%
Valnor	5.12%
Valorlis	5.13%
Valorminho	2.67%
Valorsul	29.89%
Total	100.00%

### DATA DE APROVAÇÃO

20-01-2021

### DATA DE INÍCIO

01-07-2016

### DATA DE CONCLUSÃO

31-03-2021

### CUSTO TOTAL ELEGÍVEL

2.289.194,01€

### APOIO FINANCEIRO DA UNIÃO EUROPEIA

Fundo de Coesão - 1.945.814,91€

### DESIGNAÇÃO DO PROJETO

Comunicação Ambiental Estratégica com vista à valorização de resíduos urbanos

### OBJETIVOS PRINCIPAIS

**Objetivo Temático:** Preservar e proteger o ambiente e promover a eficiência energética

**Objetivos Principais:** A operação pretende sensibilizar e educar os diferentes públicos-alvo para a importância nacional de cumprimento das metas comunitárias com especial enfoque para a meta de retorno de recolha seletiva e para a meta de preparação para reutilização e reciclagem, constantes no PERSU2020, nomeadamente através:

- Da prevenção da produção e perigosidade dos RU (resíduos urbanos);
- Do aumento da preparação para reutilização, da reciclagem e da qualidade dos recicláveis;
- Do aumento da quantidade e qualidade de materiais retomados e valorizados;
- Do aumento da quantidade e melhoria da qualidade dos RUB recolhidos seletivamente.

### OBJETIVOS E ATIVIDADES

Com a implementação da presente operação a VALORSUL enquanto líder de uma Parceria constituída com a ALGAR, AMARSUL, ERSUC, RESIESTRELA, RESINORTE, RESULIMA, SULDOURO, VALNOR, VALORLIS e VALORMINHO, pretende contribuir significativamente para o aumento da preparação para reutilização da reciclagem e da qualidade dos recicláveis através do aumento da quantidade e qualidade dos materiais recolhidos e para o aumento da quantidade e melhoria da qualidade dos RUB recolhidos seletivamente, nomeadamente através da realização das seguintes ações de sensibilização e educação:

- I. **PROGRAMA ECOVALOR:** Consiste em diversas ações de sensibilização a realizar por equipas especialistas nas várias escolas do país, incluindo a distribuição de materiais Informativos e de sensibilização (cartazes, magnéticos e autocolantes), bem como suportes para sacos para recolha dos resíduos valorizáveis que resultam da Implementação da campanha.

Para mais informações:

<http://www.egf.pt/pt/sustentabilidade/educa%C3%A7%C3%A3o-ambiental/ecovalor/>



II. **COMÉRCIO A RECICLAR:** Consiste na intervenção de equipas permanentes de contacto junto do alvo comércio e serviços (hotéis, restaurantes, cafés, lojas), e inclui a distribuição de materiais informativos e de sensibilização.

Para mais informações:

<http://www.egf.pt/pt/sustentabilidade/educa%C3%A7%C3%A3o-ambiental/comercio-a-reciclar/>



III. **ECOEVENTOS :** Consiste na intervenção de equipas especializadas de sensibilização e educação com vista ao aumento da reciclagem em grandes e pequenos eventos, eventos desportivos locais e corridas e maratonas, e inclui o fornecimento de suportes para sacos e estruturas de recolha de resíduos valorizáveis.

Para mais informações:

<http://www.egf.pt/pt/sustentabilidade/educa%C3%A7%C3%A3o-ambiental/ecoeventos/>



IV. **CAMPANHA de sensibilização e comunicação ao nível nacional**

O Futuro do Planeta não é Reciclável: Campanha multimeios, com expressão nacional, implementada em 2020 e que permitiu reforçar o papel do cidadão como GESTOR DE RECURSOS e não como produtor de resíduos. Esta campanha inovadora e inclusiva permanece ativa e em utilização por todas as partes interessadas.

Para mais informações:

<https://www.egf.pt/o-futuro-do-planeta-nao-e-reciclavel/>



## RESULTADOS

A operação ultrapassou largamente todos os indicadores, tanto de operação como de resultado – foram contabilizados mais de **49.9 Milhões de contactos**, com uma população abrangida que atingiu o total da população Portuguesa, para os quais contribuiu de forma muito expressiva a campanha nacional concretizada em 2020.

Estes contactos foram contabilizados por ação e consideraram todos os participantes das ações de sensibilização em escolas e nos estabelecimentos comerciais, participantes em EcoEventos, contactos alcançados pelos media nacionais, ações de relações públicas, ações de influenciadores e das concessionárias nas redes sociais. Apesar de estes serem resultados acima do esperado, não foi possível contabilizar as ações de reforço por parte dos municípios, dos meios regionais e do report de social sensing, que incluía resultados fora de Portugal.