**GABARITO CASE Inpev**

**OBJETIVO DO EVENTO**

* Conscientizar crianças, jovens, agricultores, trabalhadores rurais e seus familiares e comunidades sobre a importância de promover a preservação ambiental por meio da destinação correta de embalagens vazias de defensivos agrícolas.

*Tornar conhecida a importância da preservação ambiental a crianças, jovens, agricultores, trabalhadores rurais e seus familiares e comunidades.*

**META DO EVENTO**

* Alcançar ampla veiculação de mensagens sobre a importância da preservação do meio ambiente e da manutenção do campo limpo.

*Ampliar em 5% o número de participantes do evento em relação à edição anterior.*

*Aumentar a quantidade de embalagens arrecadadas pelas centrais de recebimento em 10% em relação ao ano anterior.*

*Ampliar em 5% o número de parceiros (patrocinadores e centrais) do evento em relação à edição anterior.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **OBJETIVO** | **META** | **INDICADORES** | **MÉTRICAS** |
| *Tornar conhecida a importância de promover a preservação ambiental a crianças, jovens, agricultores, trabalhadores rurais e seus familiares e comunidades.* | *Ampliar em 5% o número de participantes do evento em relação à edição anterior.**Aumentar a quantidade de embalagens arrecadadas pelas centrais de recebimento em 10% em relação ao ano anterior.**Ampliar em 5% o número de parceiros do evento em relação à edição anterior.* | *Output*: - Presença do público nas atividades realizadas.- Visibilidade alcançada pela divulgação do evento. | - Número de participantes das atividades realizadas- Número de inscritos nos concursos- Número de matérias veiculadas- Número de acessos ao hotsite- Número de embalagens recolhidas |
| *Outtake*: - Veiculação de notícias alinhadas ao conteúdo divulgado.- Conteúdo das redações e desenhos inscritos nos concursos adequados à temática. | - Análise de clipping- Análise de conteúdo das redações- Avaliação dos desenhos |
| *Outcome*: - Mudança de opinião – considerar importante a preservação do meio ambiente; adesão de novos parceiros.- Mudança de comportamento –destinação correta de embalagens. | Contagem do número de embalagens coletadas |
| *Outflow*: - Mudança de comportamento: – destinação correta de embalagens; adesão de novas centrais e patrocinadores. | Contagem do número de embalagens coletadas x número de participantes no evento |

**ESTRATÉGIAS**

* Concentrar em uma única data (Dia do Campo Limpo), grandes ações de mobilização de todos os envolvidos no programa de destinação final de embalagens vazias.
* Demonstrar a parceria de sucesso entre todos os elos da cadeia produtiva agrícola, em benefício da preservação do meio ambiente.

**AÇÕES**

* Ações de relacionamento com a imprensa.
* Veiculação de anúncios publicitários em mídia especializada.
* Utilização do boletim “Informativo Inpev”.
* Uso de *hotsite* específico do evento.
* Atividades promovidas pelas centrais de recebimento no Dia do Campo Limpo que mostram todas as etapas do sistema de destinação final de embalagens vazias de defensivos agrícolas e enfatizar a importância da conformidade desse procedimento para proteção ao meio ambiente e à saúde humana.
* Inserções publicitárias em rádios.
* Encarte na edição de agosto da revista Panorama Rural.
* Realização do evento em estádios municipais, auditórios de empresas ou outros espaços públicos como programação optativa.
* Concursos para crianças (desenho) e jovens (redação) durante o Dia do Campo Limpo.
* Realização de sessões solenes nas câmaras e/ou prefeituras municipais em reconhecimento dos envolvidos com o sistema de descarte de embalagens.