

Danone promove campanha de reflorestamento

Categories : [Ano Internacional das Florestas](#)

O sucesso da iniciativa foi tão grande que, durante a promoção, o portal da Danone recebeu mais de 3 milhões de visitas. Foram cinco milhões de bandejas vendidas e 100 mil árvores virtuais plantadas. Em Araporã, interior de Minas Gerais, uma professora resolveu usar o produto para dar aulas de ecologia à sua turma. O resultado foi tão positivo que o IPÊ e a Danone pretendem lançar, neste ano, uma nova versão da campanha com cartilhas que devem ser distribuídas em escolas.

Mas, para os seus idealizadores, esse projeto não teria o mesmo sentido se ele não gerasse um ganho direto para o ambiente. Por isso, cada árvore virtual foi convertida no reflorestamento de 1m² de Mata Atlântica. Esse tipo de vegetação foi escolhida por ser um bioma altamente ameaçado que conserva apenas 8% do seu território original. As mudas estão sendo plantadas no entorno do rio Atibainha, local estratégico para a preservação dos recursos hídricos do reservatório do rio – de onde provém 70% da água que abastece a cidade de São Paulo. Além de patrocinar o plantio, a Danone financiará a manutenção das espécies plantadas – feita pelo IPÊ – até que elas atinjam a maturidade.

“Além de estimular a experiência de plantar no potinho do produto – o que é legal porque tem toda uma interação entre a mãe e a criança no momento de colocar a plantinha lá – e de oferecer um conteúdo ecológico, com essa campanha nós queremos contribuir efetivamente para fazer diferença no mundo em que a criança vai encontrar lá na frente”, afirma André Britto, gerente de marketing da Danone.

A parceria entre essas duas instituições mostra que a união de empresas e ONGs que lutam por causas ambientais pode dar bons resultados. Se, de um lado, a Danone associa sua marca ao conceito de sustentabilidade, aumentando o consumo do seu produto, de outro, o IPÊ, que há 19 anos trabalha pela conservação da biodiversidade em várias regiões do país, recebe recursos gerados pelo aumento das vendas desses produtos e, assim, financia os seus projetos.

“Cada um traz para a mesa o que faz de melhor. Estamos somando forças para contribuir com uma questão maior – a da preservação do planeta. A mensagem que queremos levar para as crianças não é 'consuma mais um produto só por consumir', mas que, com essa compra, ela tem a oportunidade de contribuir com um objetivo maior”, afirma Andrea Peçanha Travassos, Gerente de Desenvolvimento Institucional do IPÊ. *(Luana Caires)*