



Reuse

Campanha Reuse: o descarte correto é só o começo

A Dow alcançou visibilidade na comunicação da Campanha “Reuse – o descarte correto é só o começo”, por meio da implementação de um projeto-piloto de reaproveitamento de materiais com poliuretano de sofás e colchões descartados, idealizado pela companhia e inédito no Brasil. A iniciativa reforçou o compromisso e o posicionamento da empresa em temas relacionados ao desenvolvimento sustentável e reciclagem inclusiva, e engajou a população da cidade de Hortolândia, sede do projeto, na campanha, que resultou em **mais de 3.500 itens recolhidos** em menos de um semestre. Foram cerca de **80 toneladas** de materiais reciclados, entre poliuretano, madeira, tecidos, borrachas, molas e outros.



DOW[®]



1. Contexto que originou a estratégia

Um dos principais desafios para um futuro mais sustentável diz respeito à transição da economia linear para a circular. Enquanto a primeira, tradicional, não leva em conta a geração e destinação de resíduos pós-consumo, a segunda, ao contrário, preza pela reutilização para estender a vida útil de materiais e produtos e colabora para o uso responsável dos recursos naturais. Uma mudança de paradigma que é possível e realizável quando grandes companhias, como a Dow, se empenham em projetos, campanhas e parcerias colaborativas para impulsionar e inspirar a geração de novos ecossistemas de negócios.

Trajectoria em ESG

Desde sua fundação até hoje, quando a Dow completa **125 anos**, a companhia tem avançado em temas ESG (Environmental, Social and Governance), com base em seus **Valores, Ambição e Metas de Sustentabilidade**. Assim, criamos projetos inovadores focados em dois grandes objetivos: impulsionar o desenvolvimento econômico e o bem-estar e a qualidade de vida das pessoas, em especial nas comunidades no entorno das nossas operações.

Inspiração para a jornada

Presentes em aplicações de colchões, móveis estofados e sistemas de refrigeração, as tecnologias para poliuretano estão entre as principais soluções produzidas pela Dow. E, ao contrário dos plásticos, pouco se sabe

Valores



Integridade

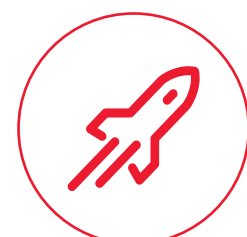


Respeito pelas pessoas



Proteção do planeta

Ambição



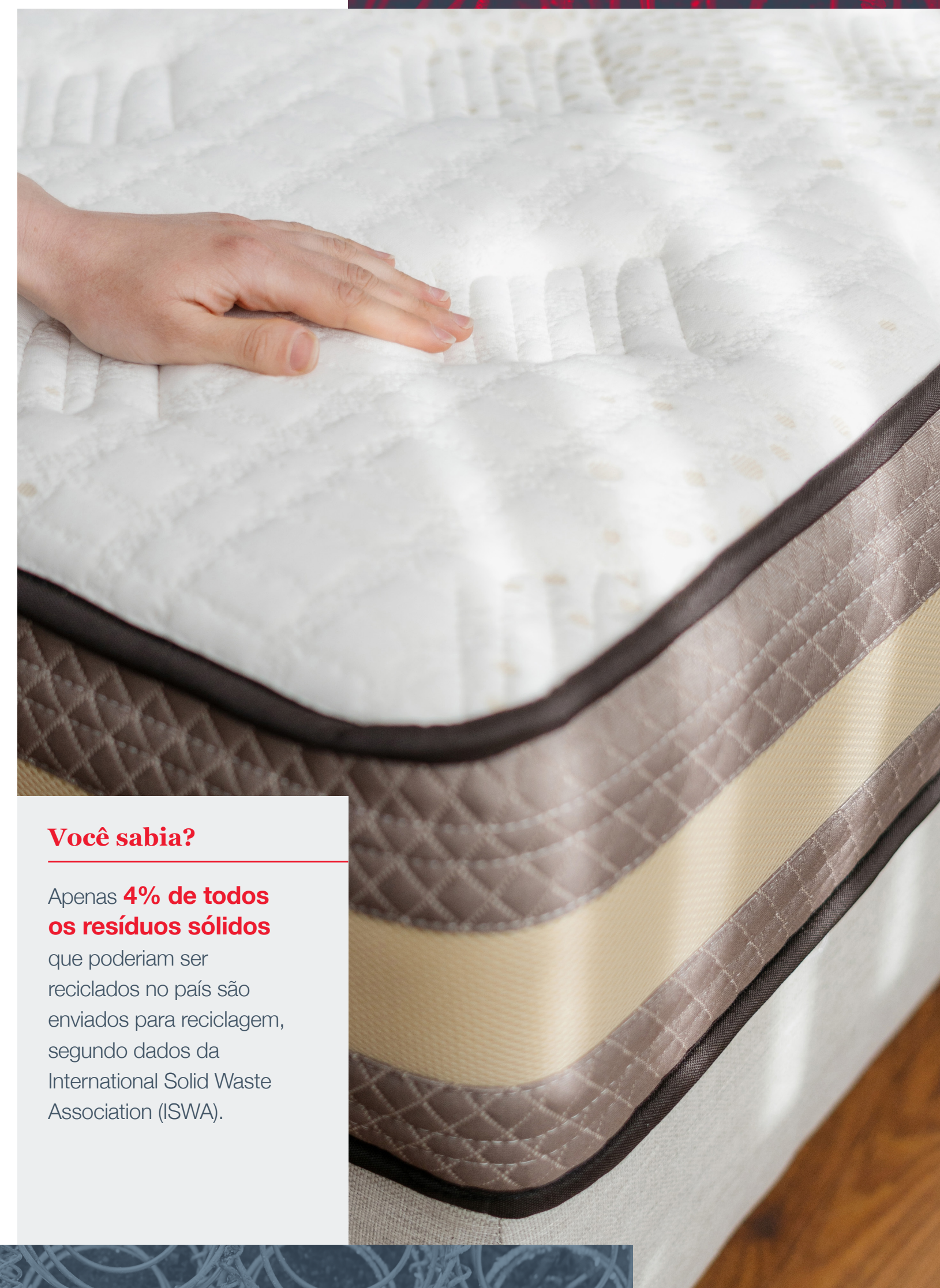
Ser a empresa de ciência dos materiais mais inovadora, centrada no cliente, inclusiva e sustentável do mundo.

ou se percebe, de maneira geral, o quanto é possível reaproveitar e reciclar materiais provenientes de sofás e colchões, como molas, tecidos e as espumas, em um novo ciclo produtivo.

No Brasil, a vida útil de um colchão ainda é longa em comparação com outros países, devido às condições econômicas e o hábito de doações. No entanto, com a compra de um novo colchão, a tendência é que o anterior seja descartado indevidamente no meio ambiente.

Projeto pioneiro

Foi diante desse cenário e contexto que os times da Dow se debruçaram, ao longo de 2021, na implementação de um projeto que pudesse reunir os principais atores da cadeia de reciclagem para a criação de solução conjunta relacionada às espumas de poliuretano. E mais: como engajar e conscientizar a população sobre a importância do descarte correto e da coleta seletiva para que a circularidade aconteça, enfatizando os benefícios ambientais, sociais e econômicos da reciclagem de materiais para as comunidades do entorno. Um projeto absolutamente pioneiro para a indústria e que despertou a atenção de toda a cadeia de valor para o impacto da logística reversa, servindo de piloto para mostrar a viabilidade desse tipo de iniciativa no mercado brasileiro.



Você sabia?

Apenas **4% de todos os resíduos sólidos** que poderiam ser reciclados no país são enviados para reciclagem, segundo dados da International Solid Waste Association (ISWA).

2. Estratégia escolhida

É importante ressaltar que, em tudo o que faz, a Dow tem como premissa **gerar um impacto positivo na sociedade e no planeta**. Nessa construção diária, o engajamento dos funcionários é fundamental. É por meio da expertise de seus times que a Dow consegue desenvolver soluções e materializar seus Valores, Ambição e Metas. Uma das iniciativas desenvolvidas pela Dow e pela Fundação Dow para engajar equipes na construção de projetos inovadores é o Business Impact Fund.

O fundo global foi criado para apoiar projetos que representam as prioridades dos negócios Dow em todo o mundo para, sobretudo, atenderem às necessidades mais urgentes que as comunidades dos entornos enfrentam. Foi nesse âmbito, e inspirados no desenvolvimento do Programa RenuvaTM na Europa, que o time brasileiro do **Negócio de Poliuretanos foi contemplado, em 2020, pelo Business Impact Fund**, ao apresentar o projeto que viria a se materializar como Campanha Reuse a partir do ano seguinte.

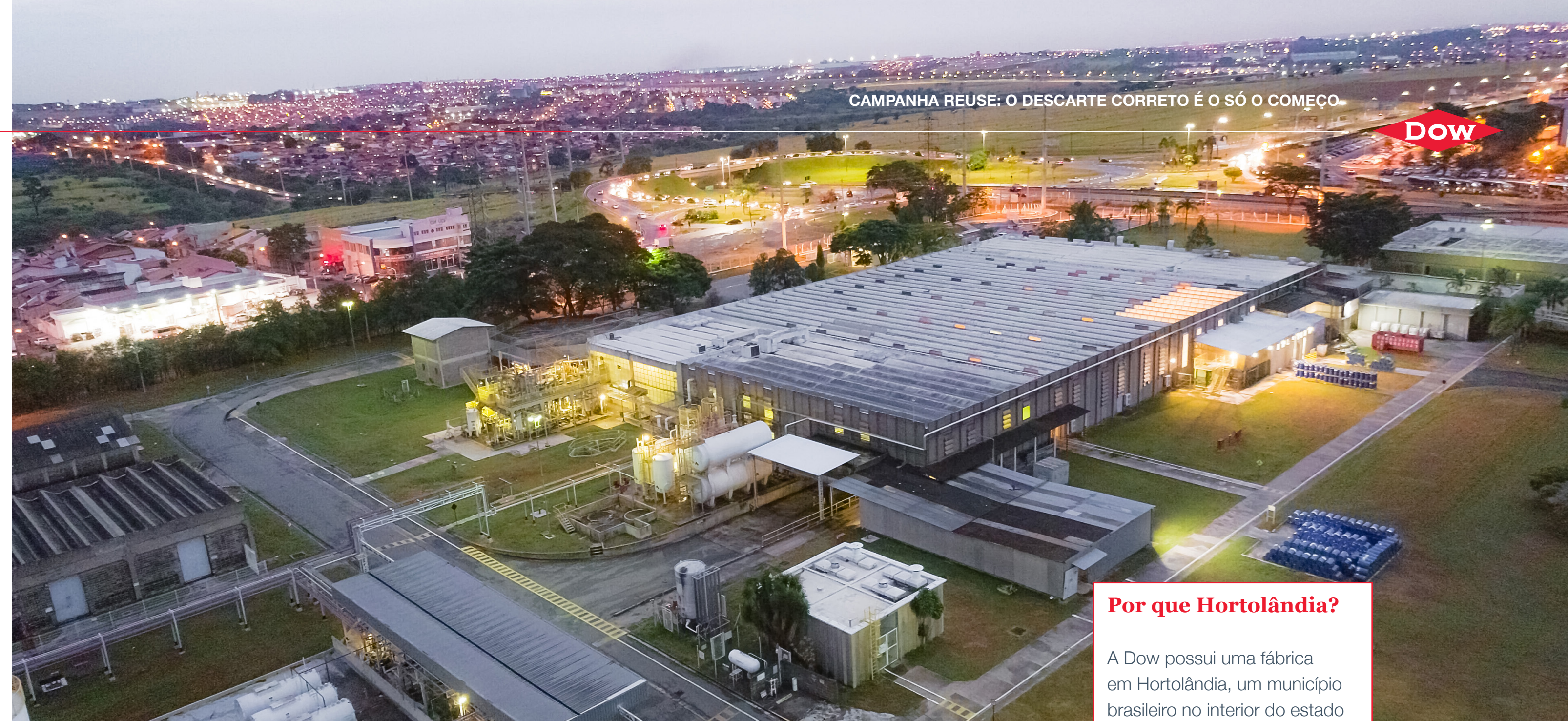
Parcerias colaborativas

O projeto apresentado ao Business Impact Fund teve como objetivo criar um modelo viável e escalável para o mercado de recuperação e reciclagem de materiais, com foco nas **espumas de poliuretano**. Com o projeto contemplado pelo fundo, por sua originalidade e pioneirismo em toda a América Latina, e com aporte de **R\$ 1 milhão**, a Dow trouxe para a realização da campanha parceiros estratégicos e fundamentais. Amplamente reconhecido por sua atuação em políticas e programas relacionados à sustentabilidade e consumo consciente, o [Instituto Akatu](#) foi o escolhido para



Lançado em 2016, esse fundo econômico gera oportunidades para que os negócios Dow sejam usados para endereçar problemas sociais e de sustentabilidade. A iniciativa é aberta para todos os funcionários, que desenvolvem projetos que geram valor para a organização, ao mesmo tempo em que apoiam as comunidades do entorno das unidades Dow em todo o mundo.

Desde o lançamento, o Business Impact Fund destinou cerca de **US\$ 5,8 milhões** para **35 iniciativas**.



CAMPANHA REUSE: O DESCARTE CORRETO É O SÓ O COMEÇO

DOW

viabilizar todas as frentes de ações educacionais e junto à população. A [Ortobom](#), uma das principais fabricantes de colchões no Brasil, foi convidada para apoiar o projeto nas operações de logística reversa. E Hortolândia, cidade no interior do estado de São Paulo e onde a Dow possui uma fábrica de silicones, foi escolhida para sediar a primeira parte do projeto, apoiando as ações por meio da estrutura da prefeitura e das secretarias diretamente envolvidas com o tema: **Educação e Meio Ambiente**.

Foco em geladeiras e freezers

A segunda etapa do projeto está sendo implementada nas regiões de Itu, Itupeva, Cabreúva, Salto, Valinhos, Jundiaí, Campinas, Sorocaba, Mogi das Cruzes, Piracicaba, Limeira e Bragança Paulista, além da Grande São Paulo. Dessa vez, incentivamos o agendamento da coleta gratuita de freezers e geladeiras, oferecendo como recompensa o desconto na compra de um aparelho remanufaturado. A Indústria

Por que Hortolândia?

A Dow possui uma fábrica em Hortolândia, um município brasileiro no interior do estado de São Paulo, distante cerca de 17 km da cidade de Campinas e 110 km da cidade de São Paulo. Com cerca de 220 mil habitantes, Hortolândia faz parte do chamado "**Complexo Metropolitano Expandido**", conjunto de metrópoles localizadas ao redor da Grande São Paulo - a maior região metropolitana do Brasil, com cerca de 21,5 milhões de habitantes, e uma das dez regiões metropolitanas mais populosas do mundo. Por suas características e por possuir uma estrutura de gestão de resíduos mais avançada em relação a cidades do mesmo porte, a localidade foi escolhida para implementação do piloto da Campanha Reuse.



Fox, maior empresa de reciclagem de geladeiras do Brasil, é nossa parceira.

Compromisso com gestão de resíduos e economia circular

Junto aos parceiros e de forma inédita no Brasil, a campanha foi desenhada para apoiar a coleta seletiva, sensibilizar e mobilizar a população em relação ao descarte correto e à reciclagem de resíduos e possibilitar o envio dos materiais coletados à cooperativa de reciclagem. Além de reforçar o compromisso da companhia com a economia circular, a primeira etapa da campanha teve como meta garantir que a espuma de poliuretano e os demais materiais que compõem os colchões e sofás fossem reaproveitados em um novo ciclo de produção, fomentando a circularidade e o desenvolvimento sustentável na região.



3. Comunicação da sustentabilidade

Nos primeiros meses de 2021, as ações educacionais e as negociações para o apoio à logística reversa seguiram em implementação, assim como o planejamento da comunicação interna e externa aos públicos de interesse, coordenadas pelos times de **Marketing do Negócio de Poliuretanos e de Comunicação Corporativa da Dow** junto aos parceiros do projeto.

Pilares da comunicação do projeto

O primeiro passo consistiu no alinhamento dos três pilares norteadores da campanha - **Educação, Melhoria da Gestão de Resíduos e Comunicação** - e das principais ações do projeto.



EDUCAÇÃO ▷



MELHORIA DA GESTÃO DE RESÍDUOS ▷



COMUNICAÇÃO ▷



Educar para multiplicar

Na área educacional, uma série de ações coordenadas pelo **Instituto Akatu** foram direcionadas a professores e alunos da rede municipal, com capacitações e atividades pedagógicas sobre consumo consciente e gestão de resíduos. Em paralelo, encontros foram realizados com líderes comunitários com o objetivo de capacitar multiplicadores da campanha e enfatizar a importância do descarte correto e destinação adequada de materiais para reciclagem.



Estruturas para fechar o ciclo

Um programa de coleta em domicílio foi organizado para impulsionar o descarte correto. Além da estrutura montada, com a criação de um hotsite e um número de WhatsApp dedicado ao agendamento de coletas, a campanha investiu na adequação de seis **PEVs – Postos de Entrega Voluntária** –, localizados em pontos estratégicos de Hortolândia. O sistema logístico também foi programado para enviar os produtos descartados dos PEVs à cooperativa responsável pela recuperação de materiais.



Comunicação: posicionamento e marco pioneiro

Com as primeiras ações em andamento e todos os pontos e etapas do projeto alinhados, o time de Marketing do Negócio de Poliuretanos e de Comunicação Corporativa, ao lado da Oribá, agência de Comunicação da Dow, desenharam o **Plano de Comunicação da Campanha Reuse**. O objetivo: consolidar a imagem reputacional da companhia e reforçar o compromisso com a economia circular, além de destacar a campanha como um marco pioneiro para esse mercado.

Nome e identidade local com apelo global

Optamos por um nome simples, porém de apelo local e global: **Reuse**. A assinatura do projeto também deu sentido ao objetivo da campanha: **“o descarte correto é só o começo”**. E a identidade, reunindo traços da linha visual da Dow e que remetem à circularidade, deu o toque final ao sentido da campanha.

Com a identidade definida, os times da Dow, Instituto Akatu e Oribá desenvolveram uma estratégia de comunicação 360°, com amplas iniciativas digitais, de influência, offline e de imprensa, com um **hotsite** para agendamento da retirada de sofás e colchões e uma grande campanha de live marketing direcionada à população.





Comunicação em fases para reforço de imagem e de mensagens-chave

FASE 1	FASE 2	FASE 3
<p>Lançamento do Reuse (Posicionamento)</p> <p>Escopo: posicionar a Dow e seu papel de liderança em ações e iniciativas ESG e na criação de ecossistemas de negócios que impulsionem a economia circular em parceria com o Instituto Akatu e a Prefeitura Municipal de Hortolândia.</p>	<p>Integração de parceiros (Fortalecimento)</p> <p>Escopo: anunciar o ingresso da Orto-bom como parceira da campanha para reforçar o compromisso da Dow com o desenvolvimento sustentável por meio de parcerias colaborativas e estratégicas com seus clientes, beneficiando toda a cadeia de valor.</p>	<p>Sustentação (Consolidação) e Guia de Boas Práticas (Aprendizado)</p> <p>Escopo: consolidar o papel da Dow como agente facilitador na busca de soluções compartilhadas em prol da proteção do meio ambiente e do bem-estar das comunidades em que a companhia está inserida.</p>

Frentes de comunicação

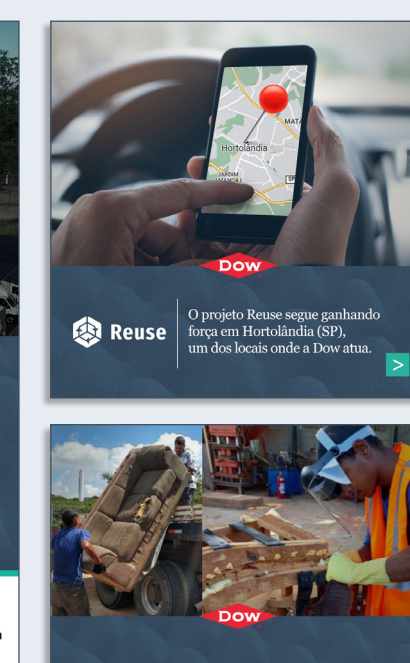
MÍDIA DIGITAL

O trabalho em mídia digital teve como objetivo a divulgação massiva com link para o [hotsite](#) da Campanha Reuse, usando os canais da Dow, do Instituto Akatu e da Prefeitura de Hortolândia nas redes sociais para alcançar a população local e os principais stakeholders relacionados ao tema “coleta seletiva e reciclagem”.



Em cada etapa, as ações foram distribuídas em **ações 360°** para alcançar os públicos-alvo pretendidos:

PÚBLICO EXTERNO	Mídia e canais	PÚBLICO INTERNO
<p>Parceiros</p> <ul style="list-style-type: none"> Reconhecimento e visibilidade da liderança Dow em parcerias colaborativas de economia circular e geração de valor compartilhado. <p>Associações e governo</p> <ul style="list-style-type: none"> Visibilidade do projeto-piloto implantado, com agendas secundárias de crescimento e escalabilidade. 	<ul style="list-style-type: none"> Reforço do posicionamento da Dow como companhia líder em temas ESG e comprometida com iniciativas de fomento à economia circular. Sociedade <ul style="list-style-type: none"> Reconhecimento da Dow como companhia comprometida com o bem-estar das comunidades em que está inserida e a construção de um futuro mais sustentável. 	<p>Liderança global</p> <ul style="list-style-type: none"> Reconhecimento e engajamento. <p>Liderança da América Latina e Brasil</p> <ul style="list-style-type: none"> Embaixadores. <p>Funcionários no Brasil</p> <ul style="list-style-type: none"> #OrgulhodeserDow <p>Funcionários em Hortolândia</p> <ul style="list-style-type: none"> Engajamento e conscientização.





LIVE MARKETING

Outdoors – três outdoors posicionados estrategicamente em pontos de grande fluxo e circulação, proporcionando impacto direto em pedestres, ciclistas e motoristas, devido à sua grande visibilidade.



Carro de som – dois veículos, equipados com um aparelho de som acoplado para reproduzir o áudio informativo de 40” em looping, potencializaram a comunicação e mensagem da campanha. Além disso, os carros foram personalizados e rodaram em dias e pontos estratégicos previamente estudados e programados.

Frontlight – um grande frontlight (12 m x 6 m) posicionado estrategicamente na principal rodovia de acesso à cidade. Proporcionou impacto direto em pedestres, ciclistas e motoristas, devido à sua grande visibilidade e posição.

Reuse

Tem um sofá ou colchão para jogar fora e não sabe o que fazer?

Participe da Campanha Reuse: leve ao PEV mais próximo ou deixa que a gente retire e encaminha para a reciclagem.

Agende uma coleta gratuita:

0800 555 1717 (19) 99908-9747

bit.ly/reuse-hortolandia

CAMPANHA REUSE: O DESCARTE CORRETO É SÓ O COMEÇO.

Realização: Dow, Akatu, Apoio: Prefeitura de Hortolândia, Ortobom

Cartazes – para a ação, 40 lojas específicas de comércio foram mapeadas de forma estratégica para a campanha. Além de lojas de móveis e colchões, foram incluídos pontos como supermercados e padarias de grande fluxo. Em cada loja, foram veiculados, por 30 dias, até quatro cartazes com a comunicação da campanha.

Exclusiva de imprensa

A estratégia adotada para gerar impacto no público interno e externo foi a negociação de pauta exclusiva sobre o lançamento da Campanha Reuse no Brasil. Em 11/10/21, por meio de entrevista concedida ao jornal Valor Econômico por **Javier Constante, presidente da Dow** para o Brasil e América Latina, e **Leonardo Censoni, diretor comercial do Negócio de Poliuretanos** para a América Latina, a Dow anunciava a Campanha Reuse.

Com grande repercussão interna e externa, a matéria gerou grande número de contatos por parte de clientes ao Negócio de Poliuretanos. Após o lançamento, a divulgação seguiu na imprensa nacional e regional, ganhando destaque em outros veículos relevantes, como a revista Exame e os principais veículos do trade relacionados aos fabricantes de colchões e espumas especiais.

Comunicação interna com repercussão global

A Campanha Reuse teve amplo destaque nos canais internos por meio do **Dow Connect**, um hub digital que reúne diferentes canais de comunicação interna. O lançamento de Reuse também foi comunicado por meio de newsletter quinzenal, produzida pelo time de Comunicação/Sustentabilidade da Dow.

Dow inova na AL e aposta em coleta e reciclagem de colchão e sofá no Brasil

Petroquímica

Stella Fontes
De São Paulo

Em uma iniciativa pioneira na América Latina, a americana Dow, maior fornecedora de poliuretano (PU) no Brasil, lançou no Brasil um projeto dedicado à circularidade de colchões e sofás – cujo principal componente é a espuma produzida com o poliuretano. Batizado Reuse, o projeto consiste em viabilizar a coleta e o reaproveitamento dos materiais usados na confecção desses artigos, em particular o PU, abrindo mais uma frente de atuação para cooperativas e recicladores.

A primeira fase do projeto, que vai confirmar se o modelo é economicamente viável, está em operação em Hortolândia, município do interior paulista onde a Dow tem unidade industrial. Com investimento inicial de mais de R\$ 1 milhão, o programa já possibilita a coleta de 1 mil colchões, que são destinados a uma cooperativa local. A expectativa é que esse número suba a 2,5 mil, incluindo sofás, até o fim do ano.

De acordo com o presidente da Dow na América Latina, Javier Constante, a proposta é expandir o projeto ao longo do tempo, replicando-o em outras localidades. “Vamos dar um passo por vez, mas a ideia é ter escala”, afirma. “Destino de sustentabilidade pegada de carbono e circularidade são dois grandes temas para a Dow. Queremos criar uma cultura de reaproveitamento dos materiais na manufatura”.

Idealizado pela companhia no país, o Reuse nasceu com apoio e envolvimento de parceiros de peso, como Instituto Este e a tradicional marca de colchões Ortobom. Em Hortolândia, o programa está sendo implementado pelo Instituto Akatu em parceria com a prefeitura.

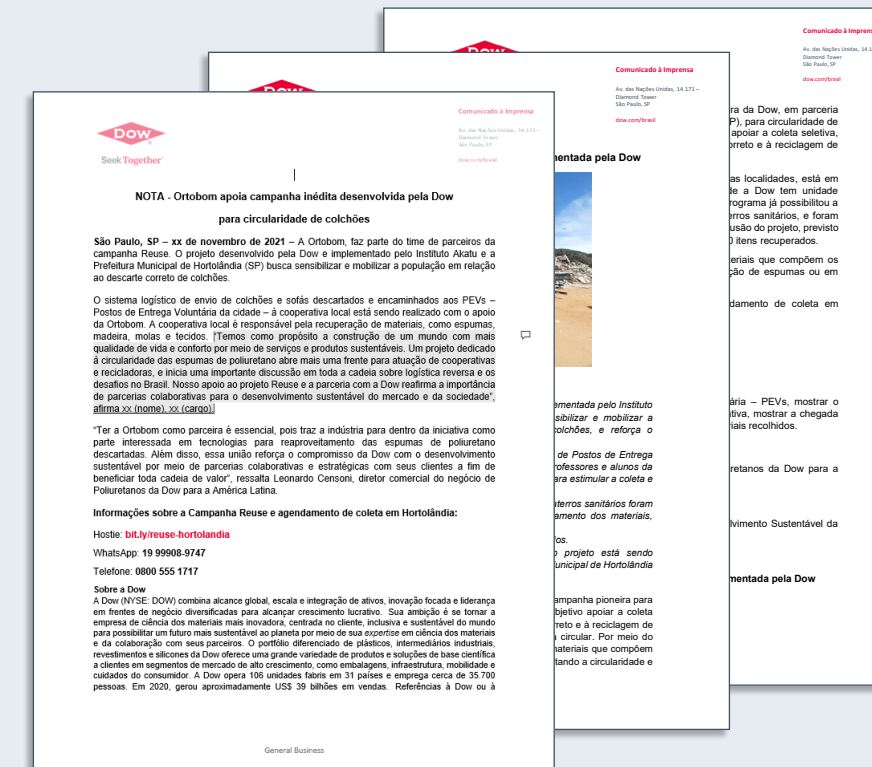
Um dos maiores desafios à reciclagem de colchões e sofás é logístico. Por isso, além do trabalho com conscientização e educação acerca da correta gestão de resíduos, foi preciso investir na coleta domiciliar e transporte das peças à cooperativa e na estrutura de armazenamento – molhado, por exemplo, o colchão não pode ser reaproveitado. Pontos de entrega voluntária também foram adequados ao recebimento de colchões e sofás de reciclagem do poliuretano ainda de baixa. A estimativa é que mais de 90% da espuma que é descartada no país tenha como destino o aterro sanitário e não a reciclagem mecânica – já há iniciativas de reciclagem química do poliuretano, inclusive da Dow, fora do Brasil.

“Com a estruturação dessa cadeia de coleta e reciclagem, será possível reaproveitar muitos materiais que têm valor financeiro, incluindo o poliuretano”, explica. Além do poliuretano, colchões e sofás lesam madeira, aço e tecidos. Reciclado, o PU pode ser aproveitado novamente na produção de espumas ou em outras aplicações, como piso de quadras esportivas.

Segundo Constante, o programa idealizado pelo time brasileiro da Dow ficou, no ano passado, entre os dez melhores projetos do Instituto Dow, que apoia programas de cultura e sustentabilidade e impacto social. Os projetos com foco em reciclagem e reaproveitamento de materiais fazem parte das iniciativas da multinacional para cumprimento de metas de sustentabilidade até 2050.



Javier Constante, presidente da AL. Meta: criar cultura de reaproveitamento





4. Período do projeto

2021						2022
JANEIRO A MAIO	JUNHO A AGOSTO	AGOSTO A SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	JANEIRO A MARÇO
EDUCAÇÃO						
Planejamento de ações	Ações com professores, alunos e comunidades	Ações com professores, alunos e comunidades	Ações com professores, alunos e comunidades	Ações com professores, alunos e comunidades	Encerramento das atividades educacionais	Fechamento de dados e entrega de relatório final
MELHORIA DA GESTÃO DE RESÍDUOS						
Planejamento de ações	Primeiras adequações dos PEVs Primeiras retiradas de sofás e colchões acumulados em locais de descarte	Retirada de sofás e colchões acumulados em locais de descarte	Retirada de sofás e colchões acumulados em locais de descarte	Retirada de sofás e colchões acumulados em locais de descarte e em domicílio	Retirada de sofás e colchões acumulados em locais de descarte e em domicílio	Fechamento de dados e entrega de relatório final
COMUNICAÇÃO						
MÍDIA ONLINE						
	Planejamento e orçamento de produção	Produção e preparação das peças	Publicação do vídeo Fase 1 – repost de parceiros e nas redes dos embaixadores Dow	Manutenção da campanha da fase 1, iniciada em outubro	Publicação do vídeo Fase 2 – repost de parceiros e nas redes dos embaixadores Dow	Publicação do vídeo Fase 3 – repost de parceiros e nas redes dos embaixadores Dow, com resultados da campanha
LIVE MARKETING						
	Planejamento e orçamento de produção	Produção e preparação das peças	Início das ações de live marketing: carros de som, outdoors, frontlight e cartazes	Ações de live marketing: carros de som, outdoors, frontlight e cartazes	Finalização e encerramento das ações de live marketing: carros de som, outdoors, frontlight e cartazes	Publicação do vídeo Fase 3 – repost de parceiros e nas redes dos embaixadores Dow, com resultados da campanha
IMPRENSA						
	Produção de peças de imprensa	Produção e aprovação de peças de imprensa	Publicação de entrevista exclusiva e divulgação para imprensa nacional e local	Divulgação para imprensa nacional e local	Divulgação para imprensa nacional e local	Divulgação de resultados para imprensa nacional e local
COMUNICAÇÃO INTERNA						
	Produção de peças de CI	Produção e aprovação de peças de CI	Divulgação interna local, nacional e global			Divulgação de resultados local, nacional e global

5. Investimento no projeto

O valor de **R\$ 1 milhão** destinado pelo **Business Impact Fund** ao projeto foi gerenciado nas frentes e etapas necessárias para a implantação de todas as ações. Para as ações de Comunicação da Campanha Reuse, os investimentos foram realizados da seguinte forma:

INVESTIMENTO EM CRIAÇÃO **R\$ 26.550,80**

INVESTIMENTO EM MÍDIA **R\$ 68.551,57**

INVESTIMENTO EM PRODUÇÃO DE VÍDEOS **R\$ 126.00,00**

INVESTIMENTO TOTAL R\$ 221.102,37

6. Evidências de resultados

Ações de Educação – rede municipal de ensino

- A campanha contou com o apoio da Secretaria de Educação, Ciência e Tecnologia de Hortolândia.
- Público: alunos do **1º ao 3º ano** do Ensino Fundamental (entre 6 e 9 anos).
- Aplicação de diagnóstico com **560** estudantes e **122** professores respondentes.
- Desenvolvimento de [conteúdos paradidáticos](#) específicos.
- Encontro on-line inicial com professores em **maio/2021**, com cerca de **120** participantes.
- **47** professores de **21** escolas desenvolveram as atividades com suas turmas, de **junho a novembro/2021**, com mais de **1.100** estudantes sensibilizados para a temática.
- Destaque para a [turma da Profa. Paula](#): possível impacto positivo no descarte verificado no PEV mais próximo à escola localizada no Jardim Santiago.
- Aplicação de avaliação final com **236** estudantes e **39** professores respondentes.

Ações de Educação – comunidades

- Apoio das Secretarias de Inclusão e Desenvolvimento Social e de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável de Hortolândia.
- Apoio da organização CTI Moriah: ações concentradas em comunidades dos seis bairros onde a organização atua.
- Encontro on-line inicial realizado em setembro, com **14** participantes.
- Encontros on-line de cocriação e multiplicação em setembro e outubro.

- Processo de multiplicação em outubro e novembro – foco no descarte adequado de sofás e colchões, por meio de conversas com vizinhos (entrega de imãs de geladeira para reforço) e divulgação em estabelecimentos locais (com fixação de cartazes).
- Entrega de vales-compra como incentivo aos participantes.

Melhoria da Gestão de Resíduos

- Tratamento realizado por cooperativa localizada em Sumaré, município vizinho à Hortolândia.
- Total final:
 - ▷ **72** viagens
 - ▷ **3.558** peças coletadas (**1.435** sofás, **1.385** colchões, **211** camas box, **136** poltronas e **391** almofadas)
 - ▷ Média de coleta: **49,4** peças/viagem
 - ▷ **83,8 t** de materiais destinados, sendo: madeira – **50,1 t**; espuma – **12,3 t**; tecido – **8,5 t**; borrachas – **6,8 t**; molas – **3,4 t**; outros – **2,7 t**.
 - ▷ **95%** de reaproveitamento dos materiais coletados pela Campanha Reuse.
- As peças deixaram de ser enviadas aos aterros sanitários e foram encaminhadas à cooperativa de reciclagem. Do total tratado e reaproveitado, **12,3 toneladas** foram de espuma de poliuretano (PU).

Total final

72 viagens
peças coletadas em média por viagem

49,4
de reaproveitamento dos materiais coletados

95%

3.558 peças coletadas

83,8 t de materiais destinados

1.435 sofás

50,1 madeira

1.385 colchões

12,3 espuma

211 camas box

8,5 tecido

136 poltronas

6,8 borrachas

391 almofadas

3,4 molas

2,7 outros

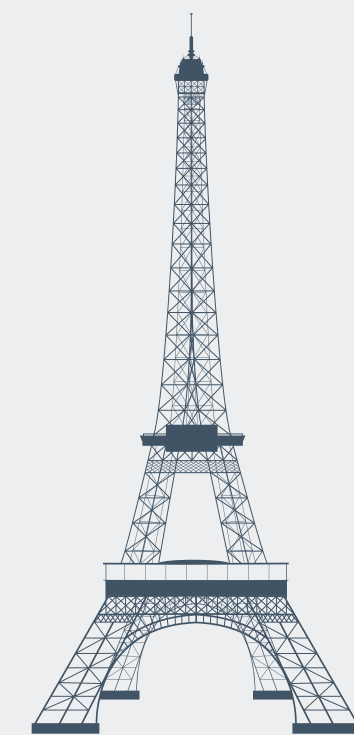
12,3 t

do total tratado foram de PU

O total de peças coletadas pela Campanha Reuse, caso fossem empilhadas, corresponderiam a

13

Torres Eiffel.



Os próximos passos da Dow na jornada da Campanha Reuse

- No primeiro semestre de 2022, a Dow anunciou a implementação da **Fase 2 da Campanha Reuse**, agora direcionada ao descarte correto e o reaproveitamento de materiais provenientes de geladeiras e freezers usados.
- Essa nova etapa conta, mais uma vez, com a parceria do Instituto Akatu, seguindo os mesmos moldes da campanha realizada com colchões e sofás.
- A [Indústria Fox](#) é a parceira escolhida para a realização da remanufatura e responsável por toda logística reversa do projeto, que conta com agendamento de retirada em domicílio.
- A campanha será implementada na região de Jundiaí (SP) e cidades próximas: Itu, Itupeva, Cabreúva, Salto e Valinhos.
- A nova fase da Campanha Reuse conta com o apoio do Business Impact Fund, sendo projeto reconhecido e vencedor, mais uma vez, como relevante para a companhia, o mercado, a sociedade e o planeta.

Por meio de projetos desenvolvidos por funcionários e do engajamento de todas as equipes envolvidas, foi possível materializar a importância da Campanha Reuse junto a todos os públicos da Dow. Para a Comunicação, a obtenção dos resultados propostos traduziu a oportunidade de reafirmar junto a esses públicos:

- a jornada da Dow em ações e projetos ESG;
- a soma de esforços para acelerar os passos em direção à economia circular;
- a colaboração para a transformação da sociedade e o futuro do planeta por meio de soluções inovadoras;
- a implantação de uma campanha pioneira que marca a trajetória da Dow no Brasil e na América Latina.

Campanha "Reuse" entra em nova fase, com gestão de resíduos de refrigeradores

Por meio do projeto, é possível solicitar a coleta gratuita da sua geladeira ou freezer velho ou um desconto na compra de outro eletrodoméstico

Por Redação, do Um Só Planeta
23/05/2022 13h37 · Atualizado há 2 meses

Com investimentos de mais de R\$ 1 milhão, campanha Reuse promove a coleta e reciclagem de geladeiras e freezers

Escrito por Neo Mondo | 27 de maio de 2022

Reuse

Campanha Reuse 2022: estimulando o descarte correto para o reaproveitamento inteligente de materiais na economia circular.

Realização:

Apoio:

dow_brasil Já falamos por aqui sobre o sucesso da Campanha Reuse, onde coletamos sofás e colchões inutilizados em Hortolândia, interior de São Paulo, para serem reciclados e darem origem a outros produtos. Agora, chegamos ainda mais longe!

Em parceria com o Instituto Akatu e a Indústria Fox (@industriafox), coletaremos geladeiras e freezers antigos em outras seis cidades do estado: Itu, Itupeva, Cabreúva, Salto, Valinhos e Jundiaí. A população poderá agendar coleta gratuita e obter desconto na compra de aparelhos remanufaturados.

Queremos fomentar a circularidade e colaborar para a melhor gestão de resíduos, assim como o desenvolvimento socioeconômico dessas regiões, apoiando a cadeia de reciclagem.

Quer agendar uma coleta e saber mais sobre a Campanha Reuse

👍👤🗨️📌

👤👤👤 Gostos: leilaferraz e 185 outras pessoas

JUNHO 2



Seek Together™