

ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014





Communication and Engagement with Stakeholders

An overview on successful campaigns

LIPOR

Intermunicipal Waste Management of Greater Porto

ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Agenda

- 1 - Why communicate
- 2 - Communication and engagement plan
 - 2.1 - How to communicate
 - 2.2 - Evaluate
- 3 - Stakeholders identification
 - 3.1 – Media Involvement
4. Lipor - Case Study
5. Conclusions





Unsorted Collection



Ecocontainer Sorting



Biowaste Selective Collection



Energy Recovery Plant



Multimaterial Recovery Plant



Organic Recovery Plant



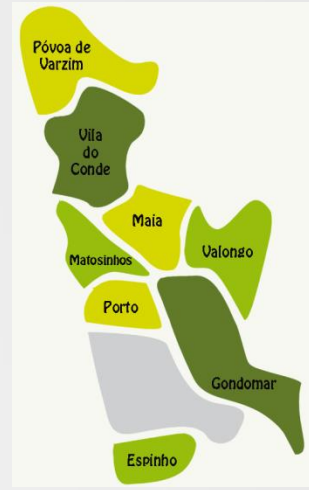
Energy



Products for Recycling



Organic soil improver




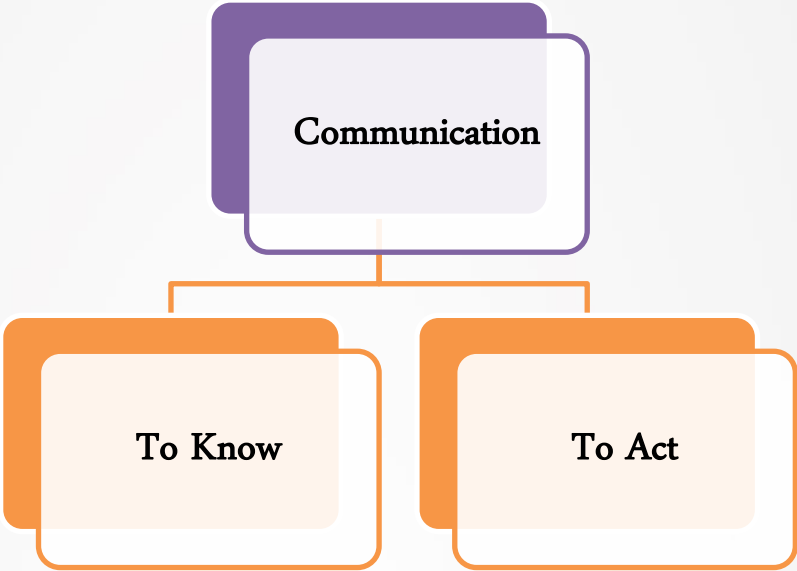
LIPOR

- **8 Municipalities**
- **Area – 648 km²**
- **Population – 985.000 habitantes**
- **Waste Production (2013) – 471.861,31 t**
- **Capitation – 1,3 kg/inhab.day**











Why communicate?

 Organizations need to conquer the trust of their Stakeholders



Basic Plan of Communication


It's necessary to make clear

-  Concept and message
-  Goals and Expected results
-  Target --» Define the different segments
-  Action Strategie --» Means, actions and resources
-  Approach --» Language and construction of awareness
-  Evaluation --» To evaluate the results
-  Improvement Actions --» To implement in futures campaigns
-  Give feedback --» To inform the target about the results

ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Communication and Engagement with Stakeholders

How to communicate?

 Diverse methods!

 Transparency!

 Listen!

 Prepare!





ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Communication and Engagement with Stakeholders






Evaluation

The continuous assessment of the involvements plans is essential to measure results and redefine strategies.

Assessment tools

-  Opinion barometer;
-  Customer Satisfaction survey

Monitoring and Performance Indicators


-  Affected population
-  Number of published news
-  Media Value
-  Website access
-  Number of visits to the facilities




Communicate with whom?

 The target public is a diverse group

 Who do people listen to?

 The media



 The decision makers

 ...

ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Communication and Engagement with Stakeholders

Key player analysis

-  Identify the Key players amongst Stakeholders
-  Identify potential losers, bring them into the communication process early



ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Communication and Engagement with Stakeholders

LIPOR Case

LIPOR Stakeholders Matrix









ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Communication and Engagement with Stakeholders

LIPOR Case

Media Involvement

-  Does media provide enough space to environmental issues?
-  Are waste management issues a hot topic?
-  Which are the main topics that the media would like to have more information about?
-  Social issues regarding the waste management sector?
-  Good and bad news?
-  Main difficulties felt by the media?




ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Communication and Engagement with Stakeholders

LIPOR Case

Journalists Survey

 15 Journalists answered the Survey

 LIPOR Strategy with Social Communication - Global Satisfaction

77,33%



Sample – 4,57%- Survey sent to 328 journalists




Journalists Survey

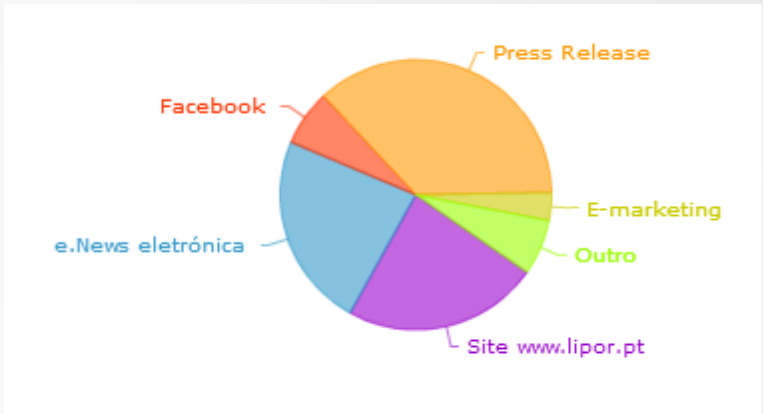
 Preferential Contact

- E-mail- 14
- Telephone - 1



 Most used channel as source of information

- www.lipor.pt – 7
- Eletronic e.News – 7
- Facebook – 2
- Press Release – 11
- E-marketing – 1









Sample – 4,57%- Survey sent to 328 journalists

ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Communication and Engagement with Stakeholders

LIPOR Case

How do we engage the Media? What are the mechanisms?

-  Press Release
-  Telephone contact
-  E-Marketings
-  Eletronic e.News
-  Press Conference
-  Website (dedicated area)

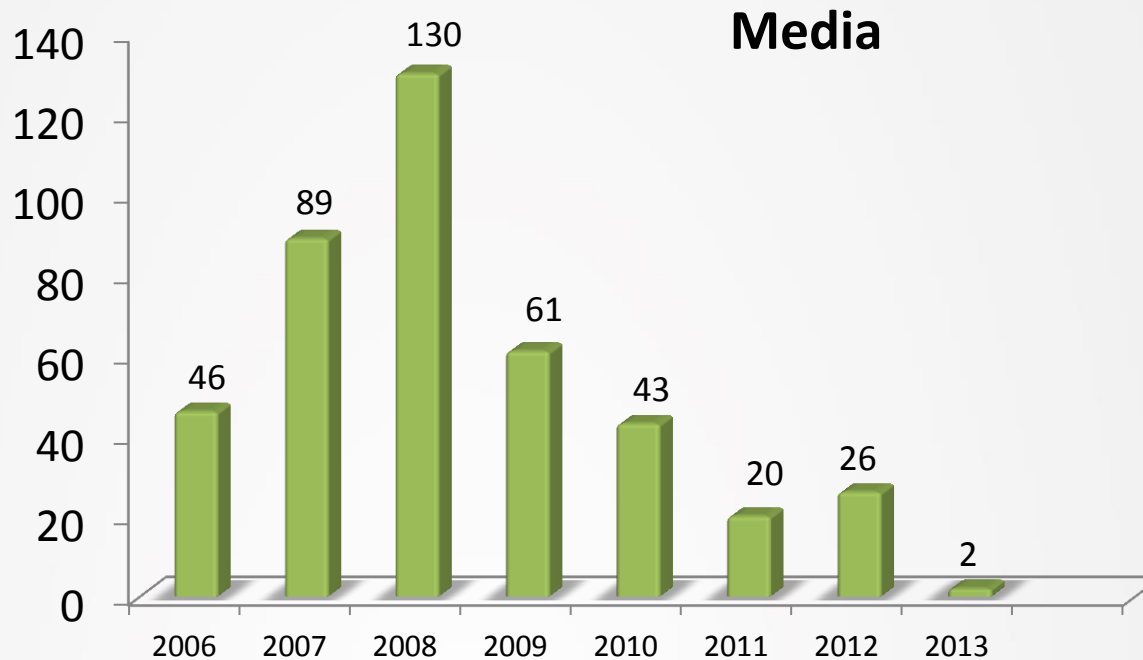


ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Communication and Engagement with Stakeholders

LIPOR Case

Journalists presence in LIPOR initiatives (2013)

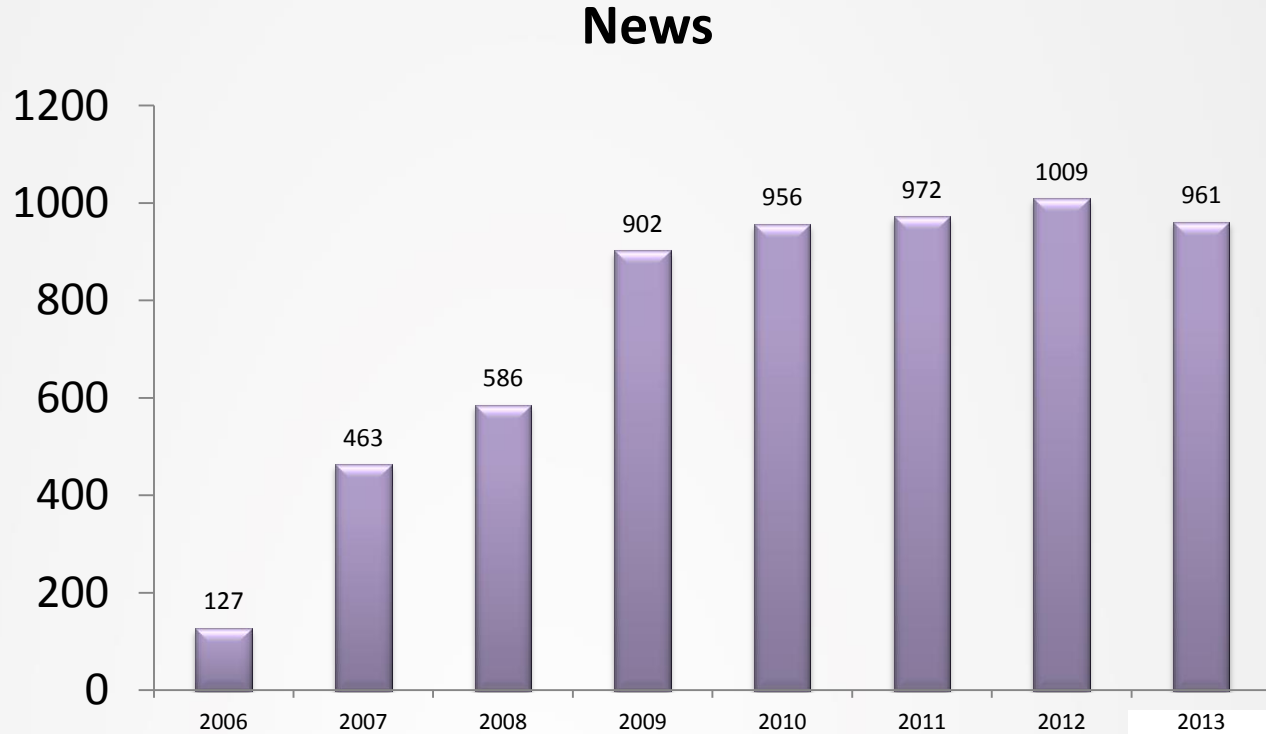


ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

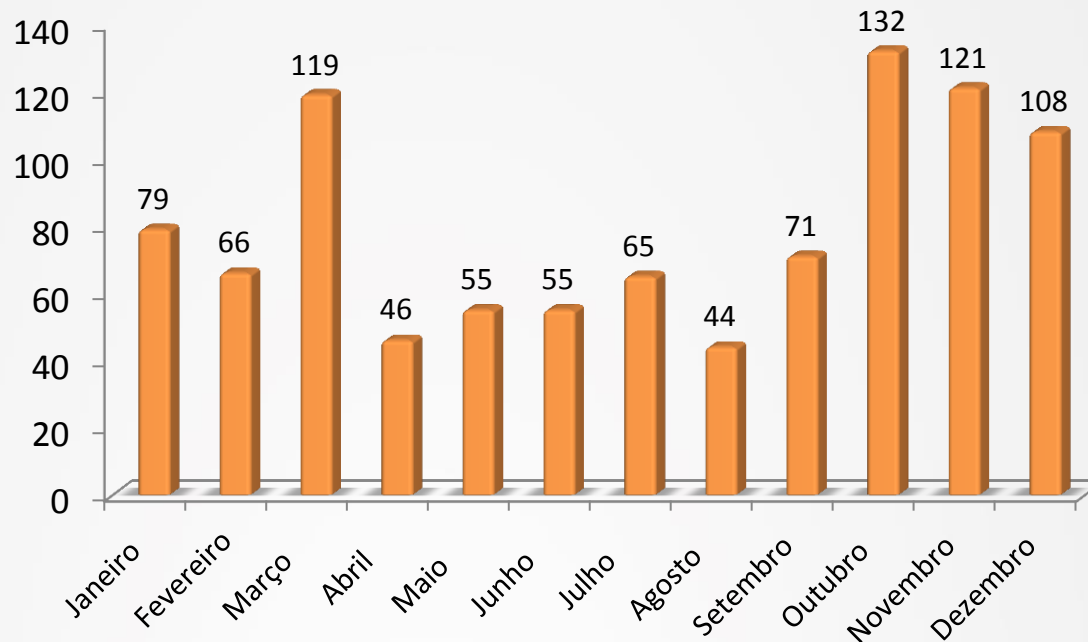
Communication and Engagement with Stakeholders

LIPOR Case

Number of News published by Year (2013)



 Number of News published by Month (2013)

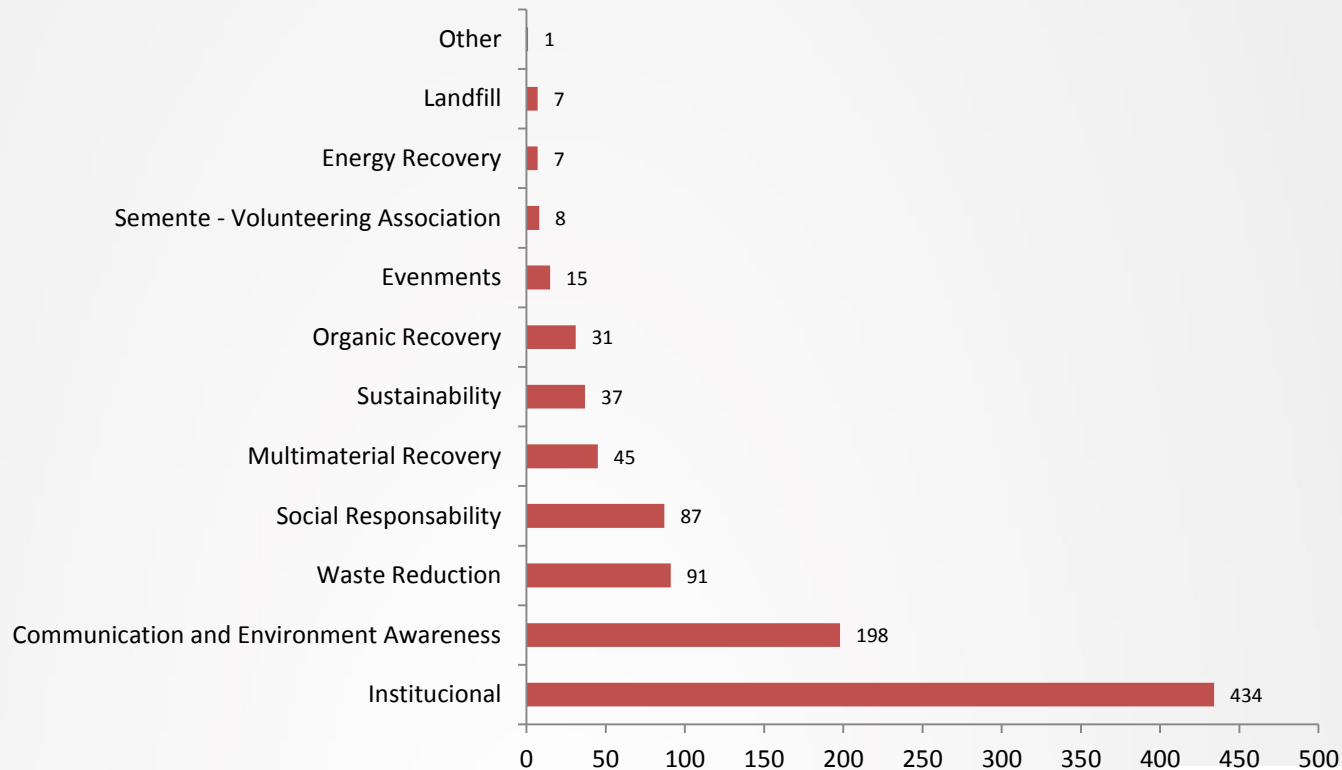


ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Communication and Engagement with Stakeholders

LIPOR Case

Number of News published by Theme (2013)

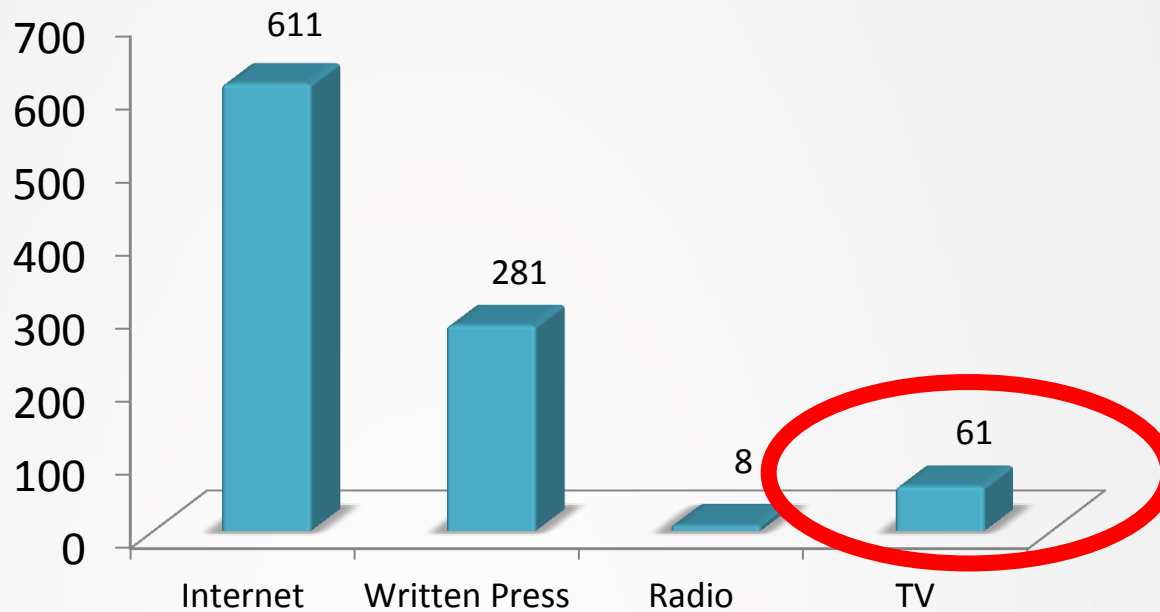


ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Communication and Engagement with Stakeholders

LIPOR Case

 Number of News published by Press Type (2013)

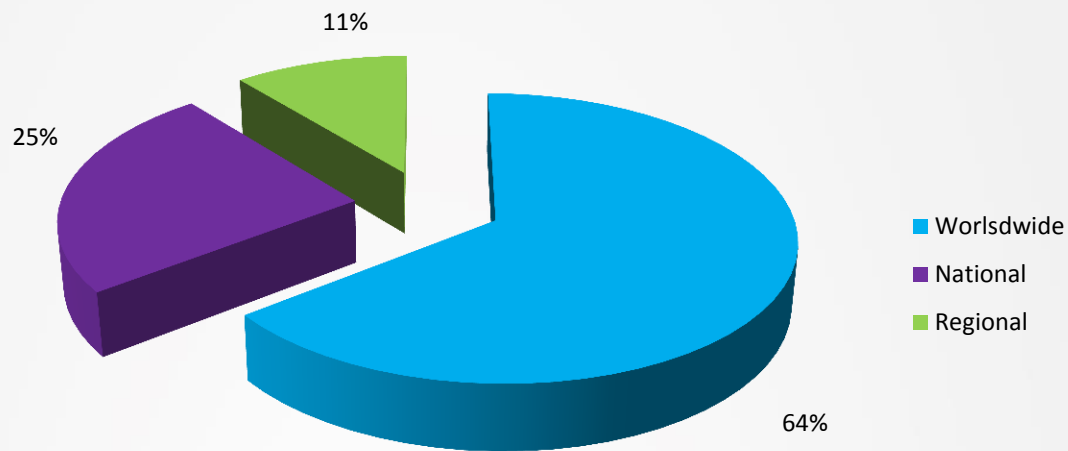


ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Communication and Engagement with Stakeholders

LIPOR Case

News reach published (2013)



ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Communication and Engagement with Stakeholders

LIPOR Case

Media Value (2013)

| SCOPE | AMOUNT | AMOUNT COUNTED | % COUNTED | TOTAL (€) |
|-----------|------------|----------------|---------------|----------------------|
| NATIONAL | 236 | 179 | 75,84% | 1,355,859.07€ |
| REGIONAL | 105 | 94 | 89,52% | 353,216.84€ |
| WORLDWIDE | 620 | 258 | 41,61% | 486,453.40€ |
| TOTALS | 961 | 531 | 36,90% | 2,195,529.31€ |





Increase of
32.27%
compared with
2012



ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Communication and Engagement with Stakeholders

Conclusion

-  The definition of communication and engagement plans are a success key factor in waste management
-  Identify the relevant Stakeholders and define each programme
-  Transparent communication
-  Monitoring and constant feedback

ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Famílias vão ter espaço de terra para ganhar sustento

Reabertura do Parque Aventura a 3 de maio



"Saca do Pão da Avó"

No âmbito da participação da Biblioteca Municipal José Marmelo e Silva na Semana Europeia da Prevenção de Resíduos em 2013, a Lipor anuncia que o projeto "Saca do Pão da Avó" está entre os três finalistas na categoria "Outros",

Os resultados finais serão anunciados na cerimónia dos troféus da EWWR a realizar no dia 22 de maio, em Roma (Itália).

Jornal de Notícias
12-02-2014

13 500 toneladas de lixo alimentar transformadas

PORTO O projeto da Lipor para separação do lixo orgânico em restaurantes na região do Grande Porto abrangem 2013 e permitiu a valorização de 13500 toneladas de restos alimentares, transformados em composto. A Operação Restauração 5 Estrelas integra 17 circuitos de recolha seletiva de biorresíduos.

Crescem couves e plantas medicinais entre prédios e estradas

Iniciativa quer "varrer" a Europa a 10 de Maio



Por Ana Tomás
publicado em 22 Abr 2014 - 10:23

POSITIVO
Criado pela Lipor, o ECOHOP é um cartão de fidelização, um cartão de compromisso das cidadãs com boas práticas ambientais, e que representa um modo de reconhecer o seu contributo para a sua participação no processo de reciclagem multimaterial. O objetivo é transformar o lixo em valor de compra.

NEGATIVO
Quem passou pelo Conselho Ferial, em São Cosme, próximo do Condomínio de Coimbra de viciosa aprendizagem, encusada à Goudomar estrada. Os veículos donados ou alugados devem estar num parque próprio, e a responsabilidade da limpeza é dos condutores.



ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Assumimos a nossa responsabilidade!

Assumimos a nossa Certificação SA 8000.

lipor COM O AMBIENTE NO CORAÇÃO

www.lipor.pt

lipor COM O AMBIENTE NO CORAÇÃO

2M MENOS RESÍDUOS MENOS CARBONO

O NOSSO COMPROMISSO: MENOS RESÍDUOS, MENOS CARBONO.

A LIPOR entende como inerente ao seu compromisso de desenvolvimento sustentável a plena integração da questão das alterações climáticas na nossa actividade. A adopção da Estratégia LIPOR 2M - menos Resíduos, menos Carbono representa o nosso compromisso de acção. O seu ponto é fundamental para o cumprimento das metas de redução de emissões que a LIPOR e os seus Municípios associados assumiram no âmbito da designada Estratégia LIPOR 2M - menos Resíduos, menos Carbono. Descubra como pode ajudar em www.lipor.pt.

| | | |
|------------------------|------------------------|------------------------|
| 2012 | 2016 | 2020 |
| -12% CO ₂ e | -16% CO ₂ e | -20% CO ₂ e |

(Metas a atingir - meta (% CO₂e))

www.lipor.pt

Voar mais alto com certeza

O SISTEMA DE GESTÃO DE INVESTIGAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO DA LIPOR FOI CERTIFICADO PELA ANPCER

É com o seu apoio que a LIPOR, a 1ª entidade pública brasileira, conseguiu a primeira certificação Portugal Inovadora e Inovadora e a primeira certificação inovadora em Portugal Inovadora e Inovadora. Este sistema inovador e inovador é o primeiro sistema inovador em Portugal Inovadora e Inovadora. Este sistema inovador e inovador é o primeiro sistema inovador em Portugal Inovadora e Inovadora. Este sistema inovador e inovador é o primeiro sistema inovador em Portugal Inovadora e Inovadora.

cadeia de debates

Conversas sustentáveis à 5ª

2 de Julho 2009 21h00 às 22h30

Resíduos Sustentáveis

O Desafio e as Respostas - qual o papel prioritário de cada um de nós?

lipor

Obrigado.

Contribuir para a qualidade de vida de todos é uma missão que a Lipor assume diariamente. Com a ajuda e o empenho de todos, a Lipor e os seus Municípios Associados encaminham para a Reciclagem Multimaterial 58,5 toneladas de materiais separados pelos cidadãos. **Juntos criamos um movimento incrível! Um pequeno gesto. Uma grande atitude!**

| Ano | Papel e Cartão | Vidro | Embalagens Plásticas e Metálicas | Outros Materiais* | Emissões de CO ₂ Evitadas |
|------|----------------|-------------|----------------------------------|-------------------|--------------------------------------|
| 2010 | 26.251 Ton. | 18.448 Ton. | 10.286 Ton. | 7.061 Ton. | 41.121 Ton. |

*Madeira, Têxtil e PNEV

certificado pontoverde

2M lipor COM O AMBIENTE NO CORAÇÃO

lipor

ROME
21st | 23rd
OF MAY
2014

Communication and Engagement with Stakeholders

 For more information



www.lipor.pt/en

