

O USO DA ÁGUA EM PORTUGAL

OLHAR,
COMPREENDER
E ACTUAR COM
OS PROTAGONISTAS
CHAVE



FUNDAÇÃO
CALOUSTE GULBENKIAN

10 IDEIAS CHAVE
PRINCIPAIS MOMENTOS DE MUDANÇA

Um estudo do Programa Gulbenkian Desenvolvimento Sustentável

Filipa Saldanha

Luís Jerónimo



Autoria

C- The Consumer Intelligence Lab,
projecto de conhecimento Return On Ideas

Filipa Dias

Catarina Correia

Reflexão estratégica

Clara Cardoso

Filipa Dias

Joana Barbosa

Rui Dias Alves

Coordenação geral

Filipa Dias

Apoio na análise do sector agrícola

Luís Mira Silva (Professor Associado do Instituto Superior de Agronomia
e Partner da CONSULAI)

Research e análise

Catarina Correia

Assunção Cunha

Estudos de mercado

Ipsos APEME

Isabel Rebelo da Silva (Coordenação)

Susana Valente (Entrevistas aos cidadãos comuns)

Vídeo e fotografia

Daniel Espírito Santo

João Henriques

Ilustração

Sofia Morais

Design gráfico

Luís Gregório

Impressão

Guide – Artes Gráficas

Impresso em papel com certificação FSC

(Forest Stewardship Council)

© Fundação Calouste Gulbenkian e Return On Ideas

Março 2020

Estudo escrito segundo o antigo acordo ortográfico

Aviso Legal

A informação contida no presente relatório foi elaborada pela equipa do Projecto C – The Consumer Intelligence Lab, com base em fontes que considerou fiáveis.

O registo fotográfico foi realizado com a autorização expressa dos seus proprietários. Os textos e imagens integrantes da presente análise, não podem ser modificados, alterados ou comercializados, a não ser com prévia autorização do C – The Consumer Intelligence Lab.

A presente análise contém algumas referências a projectos, marcas e logótipos que não são propriedade do C – The Consumer Intelligence Lab, sendo tais referências feitas a título meramente ilustrativo.

Sobre a investigação

A Fundação Calouste Gulbenkian desafiou o C-Lab - The Consumer Intelligence Lab a desenvolver uma grande investigação sobre a problemática do uso da água em Portugal, num contexto em que o país se confronta com o risco de cenários de escassez, já nas próximas duas décadas.

A partir de uma compreensão aprofundada das formas como os grandes utilizadores do recurso o usam, o valorizam, o gerem e projectam cenários da sua menor disponibilidade, pretende-se capacitar o Programa Desenvolvimento Sustentável da Gulbenkian no seu propósito de colocar o tema da ‘sustentabilidade da água’ na agenda pública.

Ambiciona-se que esta Investigação possa ser um ponto de partida para que se promova, em Portugal, um esforço estratégico, colectivo e multidisciplinar com vista a um uso mais eficiente e sustentável da água.

Pretende-se, a partir dos seus resultados, sensibilizar e mobilizar uma rede de entidades de diferentes naturezas - de organizações sectoriais a empresas da fileira agroalimentar e da grande distribuição -, para o que pode ser o seu papel de indução para novos paradigmas de valorização e uso da água, nas suas actividades e, necessariamente, no comportamento dos portugueses – nas suas rotinas e decisões de compra.

A investigação desenhada partiu do pressuposto de que, parte relevante do esforço de optimização do uso de água, terá de emergir,

necessariamente daquele que é o seu maior utilizador em Portugal: a agricultura e pecuária.

Em simultâneo, a metodologia laboratorial concretizada assentou numa importante hipótese de trabalho: a sensibilidade crescente da sociedade portuguesa para as questões de sustentabilidade pode e deve ser convocada para que a utilização eficiente da água nas cadeias de valor se afirme como um novo factor de escolha (como é, por exemplo, o “ser local”).

Deu-se forma a uma metodologia que, mais do que apenas informar um sólido diagnóstico, se propôs formular uma reflexão que suporte e ilustre caminhos de actuação e que identifique agentes aceleradores para a criação de uma cultura de maior respeito e uso mais eficiente da água em Portugal.

De forma especial, para a melhor compreensão do sector agrícola, contou-se com o contributo de Luís Mira Silva, Professor Associado do Instituto Superior de Agronomia (ISA), decisivo na discussão de hipóteses e na análise dos resultados da investigação.

Foi neste enquadramento que se promoveu uma forte imersão no real para a construção do ‘Olhar do Agricultor’ e do ‘Olhar do Cidadão Comum’ tendo sido realizadas entrevistas a agricultores, visitados nas suas explorações, e a cidadãos comuns, no contexto das suas casas, acompanhando as suas rotinas quotidianas. Os testemunhos, delas recolhidos, foram a base para a construção das hipóteses de trabalho testadas e validadas através de dois inquéritos

quantitativos de âmbito nacional (um a agricultores e outro a cidadãos).

Conversou-se com diversos especialistas em temas como a água, a agro-pecuária, o ambiente e a energia, de modo a traçar, cabalmente, os contornos do desafio hídrico que Portugal enfrenta; conversas também fundamentais para compreender o estado da arte da problemática do uso da água noutras geografias.

Entre especialistas e o trabalho de campo foram realizadas 52 entrevistas, mais de 100 horas

de conversas essenciais para a compreensão do problema e para o desenho da investigação. Contributos decisivos de pessoas, de instituições, cuja disponibilidade e conhecimento é fundamental reconhecer e agradecer.

Este livro procura resumir um intenso ano de trabalho. Dos factos às ideias, ambiciona-se que os olhares cruzados propostos sejam mobilizadores da discussão alargada e catalisadores de uma nova cultura para a água, de maior respeito e crescente consciência nos seus usos.

Afonso do Ó (ANP | WWF) · Alberto Freitas (DGADR) · Alexandra Brito (CAP) · Alexandra Diogo (FNOP) · Ana Coelho (SumolCompal) · António Ramos (Aquagri) · António Serrano (JM Agro-alimentar) · Catarina Roseta Palma (ISCTE) · Conor Linstead (WWF UK) · Enrique Uribe (Global GAP) · Fernando Carpinteiro Albino (Herdade Torre do Frade) · Francisco Manso (Trigger.Systems) · Isabel Ribeiro (Elaia) · João Coimbra (Quinta da Cholda) · João Pedro Oliveira (Consulai) · José Gomes da Costa (EDIA) · José Guerreiro (EDIA) · Maria Felisbina Quadrado (APA) · Marta Barradas (Clube de Produtores Continente) · Marta Carvalho (Águas de Portugal) · Nick Jeffries (Ellen MacArthur Foundation) · Nuno Moreira (Alensado) · Ondina Afonso (Clube de Produtores Continente) · Rui Flores (Herdade do Esporão) · Sara Goulartt (EDP) · Tânia Cota (IPMA) · Vanda Pires (IPMA) · Vasco Brito e Abreu (Monte da Franzina) · Vasco Cunha Mendes (Quinta da Mó de Cima)

ANP | WWF – Associação Natureza Portugal | World Wide Fund for Nature · APA – Agência Portuguesa para o Ambiente · CAP – Confederação dos Agricultores de Portugal DGADR – Direcção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural · EDIA – Empresa de Desenvolvimento e Infraestruturas do Alqueva · FNOP – Federação Nacional das Organizações de Produtores de Frutas e Hortícolas · Global GAP – Global Good Agricultural Practice · IPMA – Instituto Português do Mar e da Atmosfera

Sobre a Fundação Calouste Gulbenkian

Criada em 1956, a Fundação Calouste Gulbenkian é uma instituição perpétua de nacionalidade portuguesa, com fins estatutários caritativos, artísticos, educativos e científicos. Tem na sua missão o apoio à construção de uma sociedade que ofereça iguais oportunidades, promovendo ativamente o bem-estar e a qualidade de vida de grupos vulneráveis da população, em equilíbrio com a proteção ambiental e a prosperidade económica.

É neste quadro que surge o desafio lançado pelo Programa Gulbenkian Desenvolvimento Sustentável ao C-Lab para que conduzisse esta investigação sobre a problemática da água em Portugal e que fornece agora a informação e o conhecimento necessários à definição de uma intervenção futura mais sustentada e consciente. Esta é uma das várias iniciativas que a Fundação Calouste Gulbenkian tem promovido e apoiado nos últimos anos com o objetivo de contribuir para uma sociedade mais sustentável e comprometida com as gerações futuras.





10 IDEIAS CHAVE

10

Ideias Chave

1. Temos de nos preparar para cenários de escassez nas próximas duas décadas

O clima mediterrânico pressupõe períodos secos, mas é um facto que nos últimos anos se registaram secas mais frequentes, mais prolongadas e mais abrangentes.

O World Resources Institute, numa projecção para 2040, classifica Portugal com risco elevado de stress hídrico, ou seja, risco elevado de ter de gerir falta de água com qualidade, na resposta às necessidades do país. Um cenário que não é homogéneo no território português, estando o Sul mais vulnerável à escassez.

Essa possibilidade exige pensar a longo prazo. Não se trata de reverter a tendência dos cenários climáticos que se perspectivam mas de discutir, do lado da procura, como mitigar desperdícios e questionar os diferentes usos que são dados a este recurso, limitado por natureza.

Agricultura, o grande utilizador de água

2. Medir: um desafio crítico para se ser eficiente

Se a água é essencial para a agricultura, num país onde a estação quente é também a mais seca, a rega revela-se indispensável à produtividade e competitividade do sector.

O movimento para a adopção de sistemas de rega mais eficientes está a fazer-se - 65% dos agricultores inquiridos já adoptaram sistemas localizados de rega gota-a-gota. Mas ainda há uma grande maioria - 71% - que não tem contador de água. Como se pode monitorizar e gerir o que não se mede com rigor?

Sendo urgente ultrapassar esta lacuna da medição, o valor de gerir com rigor ganha relevância com a adopção de equipamentos de precisão e optimização da rega (sondas, por exemplo). Tendo associado um salto tecnológico, esse passo ainda só foi dado por uma minoria de agricultores, apesar de poder representar poupanças hídricas de mais de 20%. Um atraso que encontra justificação numa água que não pesa nos custos da actividade, havendo ainda uma maioria de agricultores (61%) que diz que não paga a água que utiliza. Mas não só. Uma inovação que é acima de tudo tecnológica exige um esforço de capacitação e, sendo necessário um investimento, há um valor, um benefício subjacente que importa compreender.

3. Diferentes perfis de agricultores necessitam de diferentes abordagens de mobilização

Numa agricultura marcadamente heterogénea, o agricultor é ele próprio agente de diversidade. Apesar da relevância de uma nova geração de agricultores, o sector agrícola ainda é muito

definido pela tradição e por práticas enraizadas - 93% produz as mesmas culturas há muitos anos. Não sendo a tradição sinónimo de resistência à mudança, identificámos quatro perfis que inspiram abordagens distintas na mobilização para o uso eficiente de água.

Num extremo, os agricultores que gerem a sua actividade ao ano, condicionados pelo resultado da sua produção; são o maior segmento (38%) e precisam de apoio e proximidade na mudança. No outro extremo, os agricultores que incluem cenários de futuro e sustentabilidade no planeamento da sua actividade; são os ‘Mentores’, um segmento muito minoritário (3%) e que importa compreender enquanto ‘poder dos poucos’: o apelo do seu exemplo enquanto desafio à adopção de tecnologia provedora de uma gestão mais eficiente da rega.

Interlocutores e argumentos de incentivo para uma rega cada vez mais eficiente e rigorosa devem ser ajustados a cada perfil para que sejam efectivamente consequentes numa estratégia para a mudança.

4. Adopção de novas tecnologias exige capacitação e partilha de experiências

Numa era AgriTech, a tecnologia aponta a uma agricultura de precisão que exige capacitação. Mais do que uma questão de idade o esforço é, acima de tudo, de conhecimento: compreender e saber trabalhar uma actividade que beneficia cada vez mais da tecnologia e que exige fazer diferente.

Consultores técnicos, Organizações de Produtores e agricultores ‘Mentores’ têm um papel chave nessa capacitação que exige formação e demonstração – um ‘ver para crer’ nos resultados da mudança.

Essencial para a mobilização, a motivação económica dessa mudança deve ser explicada

enquanto equação alargada de vantagens – para além da água (pouco relevante enquanto custo), há uma soma de externalidades positivas que o uso mais rigoroso de água potencia (optimização de energia, de uso de fertilizantes, possibilidade de gerir à distância, entre outros).

5. Grande Distribuição e Indústria Agroalimentar: criar standards como indutor de mudança

Numa perspectiva de sustentabilidade da agricultura, o uso eficiente de água tem de se constituir como novo standard nas práticas de rega. Um esforço que não se confina aos agricultores mas a toda a cadeia de valor. A jusante, a Grande Distribuição e a Indústria Agroalimentar têm um papel essencial na aceleração da transformação pró-eficiência hídrica – 98% dos agricultores operam no mercado nacional.

Introduzir a água enquanto exigência aos fornecedores, é um desafio necessário. No caso dos frutos, por exemplo, 78% do que se consome em Portugal é produção local, pelo que gerir melhor a água é, também, gerir o risco de falhas no abastecimento. Contudo, criar um standard de uso eficiente de água nos produtos alimentares nacionais exige considerar tempo e investimento no processo de mudança. Avaliar a situação actual dos agricultores, definir etapas e metas para um processo de transformação surge como um caminho necessário para estabelecer o uso eficiente de água nos produtos agrícolas a curto-médio prazo. Iniciativas noutras geografias já apontam caminho para esse processo.

Se a criação de novas normas exige escala para ser consequente, convoca-se um movimento integrado de sector, efectivamente transformador.

Cidadão comum, actor directo e indirecto de mudança

6. A maioria dos portugueses é ainda pouco consciente e consequente no uso da água

Para a grande maioria dos portugueses a água está ‘ao girar de uma torneira’ e nunca sentiram falta dela.

Tendo a água um valor inquestionável, os portugueses, de uma forma geral, não se revelam muito consequentes num esforço de redução consciente e monitorizada da água que utilizam. A água é o recurso que menos pesa no orçamento familiar e, estando sensíveis ao impacto das secas, para a maioria dos cidadãos este ainda é um problema de outros, não seu – 71% não viveu nem tem memória de ter havido falta de água na sua região.

Re-enquadrar os temas da água na perspectiva de todos, discutindo o uso eficiente de água como objectivo estratégico de sustentabilidade e não apenas de reacção, é um desafio. Se uma estratégia de pedagogia e de incentivos para a eficiência energética foi influenciando sustentadamente o quotidiano dos portugueses, com reflexo nas escolhas de consumo, o mesmo exercício não foi feito com a água. Um atraso que urge recuperar.

7. Dar o exemplo e partilhar referências de consumo responsável: despertadores para mudar comportamentos

É no consumo urbano que os portugueses identificam um maior desperdício no uso de água. Uma realidade que lhes está mais próxima e na qual são testemunhas de más práticas no espaço público – 59% concorda que nos espaços públicos não é dado um bom exemplo de uso responsável de água.

É precisamente de uma preocupação visível pela água que os portugueses precisam para um despertar de consciência. São necessários bons exemplos mas também medidas de referência do que é um consumo razoável. Existe um vazio nesta matéria que importa colmatar, havendo já alguns sinais de que o caminho começa a ser feito.

Este é um tema óbvio para o Estado (enquanto exemplo e responsável pelas políticas) e para quem fornece a água. Mas é, igualmente, uma oportunidade de pedagogia e empatia social para marcas e empresas: da partilha de métricas para promoção de equipamentos e produtos com eficiência hídrica há todo um contexto de rotinas e consumo ainda por explorar.

8. Nas escolhas alimentares, o uso da água não é ainda um critério

Se no quotidiano o cidadão comum revela preocupar-se com a água não sendo, contudo, muito consequente nos seus comportamentos, nas escolhas de consumo alimentar o uso da água é mesmo um ‘não problema’. Desconhecendo o peso da agricultura no consumo de água no país (75%), a utilização de água na agricultura é, acima de tudo, vista como útil por produzir alimentos. Importa, por isso, contar a história do princípio para que se possa perceber, antes de mais, porque é que o uso eficiente de água na agricultura é um tema importante em Portugal e relevante para o cidadão comum que aprecia a origem local dos alimentos que consome – depois do preço, a origem nacional é o segundo critério mais importante na compra de frutas e vegetais.

Identificam-se dois desafios na esfera do cidadão comum: o despertar para um consumo consciente e responsável de água no quotidiano,

necessário pela limitação do recurso, e a sensibilização para o valor de uma agricultura sustentável no uso da água, sob pena de se pôr em risco a agricultura nacional e o acesso a produtos locais.

A valorização natural da água e a empatia para com a agricultura local são pontos de partida favoráveis à mudança, haja um ganho de consciência sobre a problemática da água.

9. Destacar a água no compromisso pela sustentabilidade é o desafio que se coloca à alimentação

As escolhas na alimentação são mobilizadas pela saúde ('o que é bom e me faz bem') e muito condicionadas pelo preço. A consciência ambiental, começando a fazer parte do racional de consumo, é ainda embrionária, apesar de desejada. Os 'Consciencialistas', cidadãos que estão mais despertos para os temas da sustentabilidade, sendo uma minoria apontam caminho nesse processo de escolha pró-sustentabilidade.

Mais do que falar de ambiente, revela-se importante integrar uma proposta de sustentabilidade na narrativa do bom e saudável. E no contexto de agricultura sustentável a água é relevante, logo atrás da não utilização de produtos químicos na produção - 47% dos portugueses associa o uso responsável de água a uma produção agrícola sustentável.

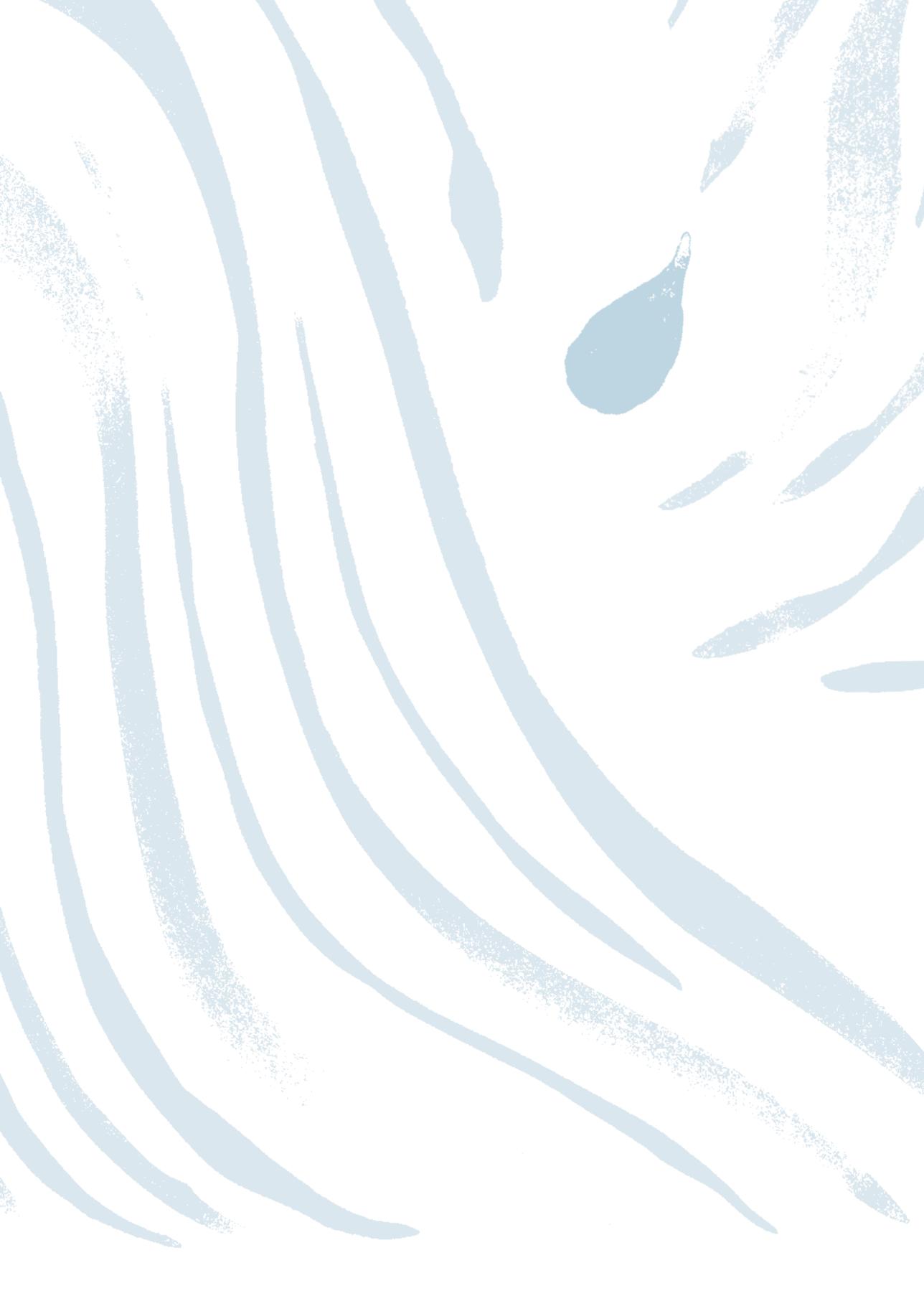
Nesse sentido, destacar a eficiência hídrica num contexto de agricultura local 'amiga do ambiente' parece o caminho mais sólido para uma diferenciação positiva pela utilização responsável de água.

10. Os Media têm um papel essencial no despertar de consciências: são precisas novas histórias

Fala-se pouco sobre a água? Em média, os portugueses dizem que sim. Sendo óbvio o desafio de consciencialização e mobilização, é necessária escala. E para isso importa assegurar o envolvimento dos Media. Neste processo identifica-se um esforço duplo: que a sustentabilidade ganhe relevância editorial, de forma continuada, e que nessa conquista, a problemática da água se assuma como tema.

Exemplos como o 'Climate covering now', um compromisso global assumido por centenas de meios de comunicação para fazerem maior e melhor cobertura da crise climática apontam caminho para uma mobilização dos meios de comunicação. Mas são também fundamentais os porta-vozes.

Tendo-se validado o reconhecimento de figuras públicas no contexto da sustentabilidade, parte da mudança e da sensibilização para um uso mais eficiente de água passa pela proximidade: mostrar caminho, dar exemplos e introduzir referências. Dar voz a cidadãos 'Consciencialistas' e a agricultores 'Mentores', às suas histórias, é factor chave para a aproximação à problemática da água em geral e ao valor de um uso eficiente do recurso na agricultura nacional.





CRUZAR DE OLHARES

**MAPEAR OS PRINCIPAIS
MOMENTOS DE MUDANÇA**

O processo de consciencialização e mudança no consumo directo e indirecto de água

Entre ‘o valor que é reconhecido à água’ e ‘a consciência do custo de não a ter’ há um gap que se procurou compreender nesta investigação e que é imperativo estreitar. Como fazê-lo, antevendo riscos futuros de escassez, implica cruzar o olhar de quem mais depende da água na sua actividade - o agricultor - com o olhar da sociedade como um todo, que compete pelas mesmas reservas de água existentes no país.

O diagrama que se segue procura resumir os principais momentos de um processo pró-sustentabilidade no uso do recurso hídrico, a decorrer nestas duas frentes – agricultor e cidadão. Enquanto processo naturalmente imperfeito ou incompleto, a essência não está na utopia de ‘ser 100% sustentável’ mas sim no ganho que se adiciona a cada passo dado nesse sentido.

Sendo um processo de ‘imperfeições virtuosas’, o ponto de partida passa pelo essencial ‘despertar para uma cultura da água’ [ver esquema]. Apesar dos agricultores estarem mais próximos e sensíveis à realidade do risco de escassez, esse reconhecimento é ainda muito regional, impondo que se encare este 1º momento como uma acção necessariamente transversal à sociedade e a todos os sectores de actividade.

Do despertar ao ‘impulsionar a acção’, o processo é acima de tudo ecossistémico e multisectorial, dependendo da velocidade de mudança da conjugação de forças motrizes diversas – entidades e agentes aceleradores. Entre a força reguladora do Estado, o expectável propósito de quem fornece

água, a escala do impacto de empresas relevantes na cadeia de valor da água e a influência de pessoas ou entidades referência no sector agrícola, esta mudança carece de um enquadramento e estratégia de longo prazo e de uma integração de esforços. As práticas reiteradas e a consistência de medidas serão essenciais para a fundação de novas normas para o uso consciente de água. Um uso responsável que, tal como o diagrama revela, evolui do gasto directo (i.e. a gestão individual, monitorizada) para o consumo indirecto (i.e. a escolha responsável, percebida).

Nas escolhas alimentares, centrais neste trabalho, a Grande Distribuição e a Indústria Agroalimentar surgem como os grandes catalisadores para que o ‘uso indirecto de água’ se torne relevante nas decisões de compra. Actuando estes sectores junto de quem produz localmente e junto de quem consome o produto final são fundamentais para induzir a mudança. Nesse impulso à acção, a sustentabilidade evidencia-se como a grande força agregadora de comunicação na qual a água se pode assumir como o recurso ‘estrela’, validando-se o seu uso eficiente e sustentável.

Importa, no entanto, distinguir dois comportamentos na esfera alimentar que marcam dois estágios diferentes do processo: a escolha entre produtos similares (por ex., entre duas alternativas de laranja) e a alteração de dietas alimentares (por ex., comer menos carne e mais vegetais ou substituir um tipo de vegetais por outro).

Na escolha entre produtos semelhantes identificou-se como oportunidade inequívoca destacar o que é

local e sustentável: compreendida a problemática da água no seu todo, a sensibilidade ao uso eficiente de água na agricultura local, que se valoriza, ganha sentido nas escolhas de consumo. Contudo, na transformação de dietas alimentares, o processo revela-se mais complexo (e moroso). Apesar de estar consciente da importância de adoptar uma dieta equilibrada, o cidadão comum tem vindo a integrar, progressiva mas lentamente, a narrativa do que é uma alimentação mais saudável. Estando a maioria dos portugueses ainda nesse estágio de transição (para uma dieta mais saudável), evitar alimentos que estão associados a um uso intensivo de água não é uma opção que se imagine acionável para o cidadão comum. É nesse sentido que, no processo que aqui se expõe, a saúde se distingue enquanto principal força de mudança e o ambiente como força adjacente que urge reforçar. Em suma, é a narrativa das dietas ‘healthy and climate friendly’ que a Grande Distribuição, a Indústria Agroalimentar e, também, a Restauração, devem ter como âncora de posicionamento e comunicação.

Pode a água, *per se*, vir a constituir-se como uma força dominante nas escolhas alimentares dos portugueses? Reconhecendo ser esse o fim último e desejável deste processo, a investigação sugere que esse protagonismo parece difícil num xadrez tão complexo de factores que o consumidor é convocado a considerar (saúde, origem, uso de químicos na produção, pegada de carbono, entre outros). Será numa escolha mais lata - ‘ser amigo do planeta’ (de que a água é parte integrante) - que o cidadão se aproximará desse desígnio. Na agricultura, todavia, o risco de maior ou menor água disponível tende a

ser uma força cada vez mais central na escolha do que se produz pois, enquanto recurso, viabiliza (ou não) a produtividade e a rentabilidade das culturas.

Como nota final e recuperando o enquadramento de longo prazo subjacente a este processo: se é urgente despertar para uma cultura da água, não menos importante é estabelecer essa mesma cultura, em continuidade, num consumo cada vez mais consciente e responsável e numa agricultura cada vez mais precisa e sustentável. Nessa construção infra-estrutural, os Media, o Ensino (obrigatório, universitário e técnico) e a Cultura são forças motrizes de consistência que complementam uma necessária estratégia nacional, em concordância com as grandes linhas europeias.

Sintomático da natureza regional do acesso à água importa referir o *European Green Deal*, apresentado no final de 2019. Nesta nova estratégia de crescimento para a União Europeia, assente num desenvolvimento sustentável, a água é várias vezes referida, mas apenas na óptica da qualidade, no combate à poluição.

Revelador de uma Europa diversa, serve este facto para reforçar a importância das políticas nacionais, das iniciativas privadas locais e de toda a sociedade civil portuguesa para fazer face a um problema que, não sendo dominante na Europa, apela a medidas regionais, hoje, para ser consequente num futuro próximo. Um futuro que reclama um país mais resiliente e contido no uso da água dado que a sua gestão se perspectivava cada vez mais exigente, nas décadas que se seguem.

CRUZAR DE OLHARES: MAPEAR OS PRINCIPAIS MOMENTOS DE MUDANÇA

DESPERTAR CONSCIÊNCIAS
PARA A NECESSIDADE DE UMA
CULTURA DA ÁGUA

IMPULSIONAR A ACÇÃO:
'USOS DIRECTOS' MAIS
EFICIENTES

CIDADÃO

Conscienciar para a escassez do recurso e para a 'eficiência hídrica' no quotidiano

Dar métricas/dar exemplos concretos para impulsionar a acção no 'Consumo Directo' quotidiano dos cidadãos

Fornecedoras de Água +
+ Empresas & Marcas

Fornecedoras de Água +
+ Empresas & Marcas +
Estado + Media

Forças
motrizes*

Sector agroalimentar
& Grande Distribuição

Sector agroalimentar &
Grande Distribuição + Estado
+ Sector Agrícola

AGRICULTOR

Estabelecer uso eficiente de água como meta na agricultura

Dar métricas/dar exemplos concretos para impulsionar maior controlo e precisão nas práticas de rega

* Ilustrativo e não exaustivo – entidades indicadas como forças motrizes em cada 'momento' são aquelas que desempenham papel (mais) determinante, mas não implica que as mesmas não tenham papéis secundários em fases em que não são nomeadas. Por exemplo, a acção do Estado, Medias e Escolas no despertar de consciências terá de se operar em contínuo

IMPULSIONAR A ACÇÃO: 'USOS INDIRECTOS' COMO CRITÉRIO NAS ESCOLHAS ALIMENTARES

LOCAL & SUSTENTÁVEL
como *driver*

SAUDÁVEL SUSTENTÁVEL
como *driver*

Posicionar a produção nacional como 'qualidade sustentável' na Grande Distribuição

Instituir e capacitar consumidores para seguir 'Healthy and Climate-Friendly Eating Patterns'

Sector agroalimentar & Grande Distribuição

Sector agroalimentar & Grande Distribuição
Restauração
Estado, Escolas, Media...

Exigência do consumo eficiente de água nos cadernos de encargos de 'compra'

Ajustar sortido em sintonia com a evolução das dietas alimentares

— The Consumer Intelligence Lab —

Criar conhecimento que permita compreender
a verdadeira e mais profunda natureza
das coisas e dos comportamentos humanos –
consumidores e cidadãos.

