

Criar uma ligação emocional entre os animais “Concerto no Pasto” lançada hoje pe

*O ecodesign é outra área onde a marca está
que utilizam menos recursos e*

POR ÁNA CATARINA ROSA

A Bel Portugal, indústria de laticínios, presente também nos Açores, detém uma unidade industrial na Ribeira Grande, onde é produzido o queijo Terra Nostra, uma das marcas líder no mercado de queijo.

A marca Terra Nostra, nasceu como marca de queijo, sendo hoje uma marca de laticínios, com leite, manteiga e queijo, cada vez mais presente na vida dos portugueses. Os produtos Terra Nostra são produzidos com leite de “Vacas Felizes”, vacas que vivem ao ar livre e em comunidade, com uma alimentação à base de erva fresca 365 dias por ano, ao contrário de Portugal Continental e da maioria dos países da Europa, onde vivem maioritariamente em estábulos e com uma alimentação à base de ração.

Terra Nostra foi a marca pioneira no lançamento do conceito Leite de Pastagem, suportado pelo Programa de “Leite de Vacas Felizes”, um programa exclusivo onde todos os seus produtores são certificados e recompensados, promovendo o desenvolvimento sustentável da economia local.

Estas finalidades são o mote para o lançamento da Campanha “Concerto no Pasto”, que pretende reforçar o compromisso da marca com o bem-estar emocional dos animais.

Uma das figuras públicas que se associou a esta campanha, foi a apresentadora Cristina Ferreira, que regressou a São Miguel para vivenciar o trabalho e os desafios diários que enfrentam os 140 produtores certificados inseridos neste programa.

Como forma de compreender um pouco mais sobre esta campanha, o Diário dos Açores esteve à conversa com Yvan Mendes, Head of Marketing da marca Terra Nostra para perceber que vantagens, programas como este, trazem à sustentabilidade da região. E, em simultâneo, conversamos com a Cristina Ferreira para perceber o que motivou a apresentadora a associar-se a este projecto.

Muitos dos projectos que têm vindo a surgir nos últimos anos, encontram-se inseridos no Programa de Leite de Vacas Felizes, tendo o mesmo suscitado a criação desta nova campanha denominada “Concerto no Pasto” que é lançada hoje. Qual é o principal objectivo da mesma?

A campanha “Concerto no Pasto” surge no âmbito do Programa de Leite de Vacas Felizes (PLVF), um programa pioneiro e inovador criado em 2015 pela marca Terra Nostra, que se destaca por ser inteiramente português e desenvolvido em parceria com universidades e produtores. O PLVF tem como missão promover o bem-estar em



quatro áreas fundamentais: as pessoas, os produtores, o planeta e os animais. Desde a sua criação, o programa tem se destacado pela implementação de dezenas de critérios rigorosos que visam garantir um cuidado exemplar com as vacas que produzem o leite.

Um dos aspectos diferenciadores do PLVF é o cuidado especial que os produtores têm com os animais, como evidenciado pelo exemplo do Sr. Eduardo, um dos produtores do programa. Trata as suas vacas de forma personalizada, conhecendo cada uma individualmente, dando-lhes carinho, chamando-as pelos nomes e até mesmo tocando música para elas. Este nível de cuidado reflecte a filosofia do programa, que se preocupa não apenas com a produção de leite de qualidade, mas também com o bem-estar emocional dos animais.

Com base em pesquisas que indicam que as vacas preferem músicas com menos de 100 batidas por minuto (bpm), Terra Nostra decidiu criar uma campanha única e inovadora. Um concerto exclusivo destinado às vacas, programado para Outubro, com a participação de um artista nacional. Este evento inusitado, denominado “Concerto no Pasto”, visa proporcionar uma experiência prazerosa para as vacas, demonstrando a importância que a Terra Nostra dá ao bem-estar animal.

Embora o concerto seja pensado especialmente para as vacas, a marca Terra Nostra também vai envolver os seus consumidores, oferecendo quatro bilhetes duplos para que alguns sortudos possam assistir a este evento especial.

O principal objectivo da campanha é reforçar o compromisso da marca com o bem-estar animal e, ao mesmo tempo, criar uma ligação emocional com os consumidores, mostrando que

nos preocupamos profundamente com todos os aspectos da produção de leite, desde o cuidado com os animais até à satisfação dos seus clientes.

O bem-estar dos animais bem como o laborar para uma maior sustentabilidade é o mote condutor para a criação de campanhas como esta. Que vantagens têm advindo destes projectos? E como os mesmos influenciam num futuro mais sustentável para a região?

A marca Terra Nostra tem como um de seus pilares fundamentais a sustentabilidade, e essa directriz permeia todas as suas iniciativas e projectos. A criação de campanhas como a “Concerto no Pasto” não é apenas uma acção isolada, mas parte de uma estratégia maior que visa integrar práticas sustentáveis e inovadoras em todos os níveis de sua operação, com foco em garantir o bem-estar animal e promover uma agricultura mais sustentável.

As iniciativas de Terra Nostra, como a adopção de práticas de agricultura regenerativa e o desenvolvimento de campanhas focadas no bem-estar animal, trazem inúmeras vantagens tanto para a marca quanto para as comunidades onde essas acções são implementadas.

Primeiramente, essas práticas ajudam a preservar e até restaurar a saúde dos ecossistemas agrícolas. A agricultura regenerativa, por exemplo, tem como foco a melhoria da saúde do solo, a redução do uso de produtos químicos e a promoção da biodiversidade. Isso resulta em solos mais férteis, maior retenção de água e menor erosão, factores que são essenciais para uma produção agrícola mais resiliente e sustentável a longo prazo.

Além disso, o compromisso com o

bem-estar animal, exemplificado pela atenção minuciosa que os produtores do PLVF dedicam às vacas, contribui para a criação de um ciclo de produção mais ético e responsável. Vacas tratadas com cuidado, alimentadas de forma adequada e mantidas em ambientes confortáveis tendem a ser mais saudáveis e produtivas, o que, em última instância, melhora a qualidade do leite produzido e fortalece a confiança dos consumidores na marca.

Esses projectos não só beneficiam directamente a produção agrícola e a qualidade dos produtos, mas também têm um impacto positivo na sustentabilidade da região. A implementação de práticas agrícolas regenerativas e o foco no bem-estar animal contribuem para a preservação do meio ambiente, reduzindo a pegada ecológica da produção e ajudando a mitigar os efeitos das mudanças climáticas. Isso é crucial em um contexto global onde a sustentabilidade se tornou uma prioridade, e as empresas são cada vez mais chamadas a desempenhar um papel activo na protecção do planeta.

Outro exemplo concreto do compromisso da Terra Nostra com a sustentabilidade é o lançamento da gama BIO, que oferece aos consumidores produtos provenientes de agricultura biológica, garantindo que os métodos de cultivo utilizados são mais respeitadores do meio ambiente e da saúde humana. A gama BIO responde à crescente demanda por produtos mais naturais e menos processados, ao mesmo tempo em que reforça a imagem de Terra Nostra como uma marca que valoriza a sustentabilidade.

Além disso, Terra Nostra anunciou o lançamento de embalagens neutras em carbono para o leite a partir de 2024, uma iniciativa que visa reduzir significativamente a pegada de carbono associada ao consumo de seus produtos. A neutralidade de carbono nas embalagens é alcançada através de um rigoroso processo de medição, redução e compensação das emissões de gases de efeito estufa, mostrando que Terra Nostra está comprometida com a inovação sustentável em todas as etapas do ciclo de vida de seus produtos.

O ecodesign, outra área em que Terra Nostra está a investir, envolve a criação de produtos e embalagens que utilizam menos recursos, são mais fáceis de reciclar e têm menor impacto ambiental ao longo de seu ciclo de vida. Essas práticas não apenas ajudam a reduzir os resíduos, mas também incentivam a economia circular, onde os materiais são continuamente reaproveitados, em vez de descartados.

Em resumo, os projectos e campanhas desenvolvidos por Terra Nostra