

VISÕES DO RUMO À SUSTENTABILIDADE FUTURO

DECO PROTeste
SABER É PODER

20 E 21 DE
SETEMBRO
2024

EDIFÍCIO IMPRESA
PAÇO DE ARCOS

Parceiros Gold

Parceiros Silver

Parceiros Bronze

Com o Alto Patrocínio
de Sua Excelência

Under the High Patronage of the
President of the Portuguese Republic



O Presidente da República

Com
o apoio





João Ribeiro
Country Manager
da DECO PROteste

Futuro é Sustentabilidade nas suas três vertentes: ambiental, social e económica

EMPRESAS, MARCAS E CONSUMIDORES

devem alinhar-se com o compromisso de assumir a Sustentabilidade como um esforço conjunto, prioritário e urgente. A DECO PROteste não é exceção.

Enquanto maior organização de defesa dos consumidores em Portugal, tudo temos feito para estar na vanguarda das iniciativas sustentáveis, trabalhando com os órgãos decisores, as empresas, as organizações e a sociedade civil.

Este nosso compromisso culminou na criação de uma nova efeméride nacional desde o ano passado: o Dia Nacional da Sustentabilidade, celebrado a 25 de setembro, e que tornou Portugal o primeiro país do mundo a comemorar esta data.

É com muito agrado que este dia deixou de ser uma conquista apenas da DECO PROteste e passa a ser de todos. Não podíamos deixar de assinalar este momento.

A 20 e 21 de setembro, trazemos ao Edifício do Grupo Impresa a apresentação da nossa missão, da nossa imagem e do nosso propósito, destacando o compromisso com temas cruciais como a sustentabilidade, sempre com o apoio dos nossos parceiros institucionais, fundamentais para tornar

possível mais uma edição deste evento – e também com os nossos subscritores, as suas famílias e todos os consumidores em mente.

Nesta edição das Visões do Futuro, celebramos mais um passo importante no caminho para um futuro consciente e responsável.

Através do esforço e da dedicação da nossa organização, sempre pronta para o debate e para questionar o *statu quo*, temos procurado soluções reais para os desafios que enfrentamos enquanto sociedade. Acreditamos que todos devemos ser parte ativa da criação dessas soluções, e é por isso que trazemos a este evento especialistas nas mais diversas áreas, com a promessa de uma visão estratégica, dinâmica e diferenciadora.

Ainda, ao longo destes dois dias, convidamos todos a conhecerem a nossa equipa, o nosso trabalho e os nossos valores. Este é o momento para continuarmos a construir, em conjunto, um amanhã mais sustentável. Obrigado por fazerem parte deste caminho para um futuro mais responsável.

Não há exceções. Todos fazemos parte deste movimento.

Junte-se a nós para debatermos o Futuro!

20

SETEMBRO SEXTA-FEIRA



PROGRAMA

10h ABERTURA INSTITUCIONAL

10h30 HOMENAGEM AO DR. FRANCISCO PINTO BALSEMÃO

11h 1.º PAINEL MATERIAIS (IN)SUSTENTÁVEIS

Hugo Silva Sustainability Delivery Manager Nestlé | **Anselmo Vilardebó** Administrador delegado SEDA | **Nuno Aguiar** Diretor técnico APIP – Associação Portuguesa da Indústria de Plásticos | **José Maurício Costa** Diretor de Sustentabilidade MEO

11h45 COFFEE BREAK & NETWORKING

12h 2.º PAINEL DA CASA AO LAR: HABITAÇÃO SUSTENTÁVEL

Maria João Franco Communication Operations Manager IKEA | **Samuel Dias** Arquiteto Samuel Dias Arquitectos | **Gonçalo Rebelo de Almeida** Consultor em turismo e hotelaria na Rebelo de Almeida Consulting | **João Marcelino** Presidente da Associação Passivhaus
Isabel Guimarães Head of Sustainability Credibom

12h45 ALMOÇO & NETWORKING

14h30 3.º PAINEL ÁGUA: QUE FUTURO?

Cristina Costa Comissão de Embalagens e Sustentabilidade APIAM |
| **Rodrigo Sengo** Responsável MSC – Pesca Sustentável | **Vera Eiró** Presidente da ERSAR |
| **Rui Soares** Diretor clínico das Termas de Luso

15h15 COFFEE BREAK & NETWORKING

15h30 4.º PAINEL PARAR PARA PENSAR – COMBUSTÍVEIS PARA O CRESCIMENTO

Rui Romano Diretor de Rede da Cepsa | **Joana Appleton** Head of Investor Relations & ESG na Floene | **Carlos Lobo** Professor e comentador político | **Miguel Morgado** Professor universitário e ex-deputado

16h15 ENCERRAMENTO INSTITUCIONAL

16h30 COCKTAIL & NETWORKING

by Mercadona

Moderadora

Marta Atalaya, Jornalista



21
SETEMBRO SÁBADO



PROGRAMA

10h **ABERTURA PARA VISITANTES**

11h **PAINEL RECICLAGEM, BIORRESÍDUOS E ECONOMIA CIRCULAR**

Joana Baptista Vereadora da Câmara Municipal de Oeiras | **Rosa Monforte** Country General Manager da European Recycling Platform | **Ana Carreto** Diretora de Relações Externas Mercadona | **Guilherme Tavares** Diretor Corporativo de Certificação, Ambiente e Segurança do Grupo ETE.

Com moderação de **Elsa Agante** Responsável de Sustentabilidade da DECO PROteste

12h **WORKSHOP GUIA DE VINHOS DA DECO PROTESTE**

com o Sommelier **Rodolfo Tristão**

14h15 **WORKSHOP ENERGIA CLEAR-HP – COMO POUPAR ENERGIA EM CASA**

com **Mariana Simões** Project Officer Energia e Sustentabilidade da DECO PROteste

15h **WORKSHOP DESPERDÍCIO ALIMENTAR**

Com **Guilherme Gonçalves** (Key Note Speaker), Gestor de Projetos de I&D da SONAE MC Continente e **Carlos Hipólito**, Country Manager da Phenix.

Com moderação de **Rita Rodrigues** Diretora de Public Affairs da DECO PROteste

16h **WORKSHOP DEGUSTAÇÃO DE CERVEJA**

com Mestre Cervejeira **Teresa Sampaio** da Central de Cervejas

17h **ENCERRAMENTO: BRINDE E MOMENTO MUSICAL**

Brinde by **LIDL** e momento musical com o grupo **FARRA FANFARRA**

10h às 17h30

Ateliers Crianças e Jovens

10h às 16h

**Rastreios Diabetes (APDP)
Rastreios Cancro da mama (CUF)**



SUMÁRIO

Pág.

3	Programa Visões do Futuro	29	Entrevista Anselmo Vilardebó Administrador delegado do Grupo Seda Ibérica
7	Cápsulas de café	31	Entrevista Mariana Silva Head of Sustainability MC (Grupo Sonae)
8	Copos de plástico	34	Entrevista Rosa Monforte Country General Manager da European Recycling Platform Portugal
9	Sacos mais sustentáveis	38	Água da torneira
11	Plástico reciclado	39	Mitos sobre reciclagem
13	Entrevista Cristina Ribeiro Diretora de Certificação e HSE, no Bureau Veritas Portugal	40	Brinquedos usados
15	Entrevista Rui Romano Diretor de Rede da Cepsa Portugal	42	Sacos de compras
18	Entrevista Ana Burmester Responsável pela área de CSR/ /Sustentabilidade do Lidl Portugal		
23	Entrevista Ana Barbosa Sustainability Manager Ikea		
26	Entrevista José Maurício Costa Responsável pela Direção Corporativa e de Projetos da Altice Portugal		





Ideias para poupar

 SOUNDCLLOUD  Spotify  Apple Podcasts  YouTube

SAIBA COMO PAGAR MENOS!

Supermercado, energia, combustíveis, alimentação, bancos, seguros e impostos: para descobrir dicas e truques de poupança, acompanhe o podcast POD Poupar, da DECO PROteste. Descubra um novo episódio **quinzenalmente**

DECO PROTeste
SABER É PODER



ACEDA AO
PODCAST
NA SUA
PLATAFORMA
PREFERIDA



CÁPSULAS DE CAFÉ: NENHUM SISTEMA É INOFENSIVO PARA O AMBIENTE

As máquinas de cápsulas invadiram as bancadas das cozinhas portuguesas. Como consequência, gastam-se largos milhares de cápsulas por ano. Mas, uma vez descartadas, após o uso, qual o impacto no ambiente? A DECO PROteste analisou o impacto ambiental de 26 amostras de cápsulas. Ao contrário do que se poderá pensar, o maior impacto ambiental no ato de se obter uma bica através de uma cápsula está do lado da produção do próprio café: 71 por cento. O impacto ambiental associado às cápsulas equivale a 16%, entre o total dos impactos, à frente do uso de eletricidade, necessário para fazer um café.

Muitos impactos ambientais

A produção de café apresenta vários impactos ambientais. Por exemplo, a utilização incorreta de produtos químicos, como fertilizantes e

pesticidas, pode causar graves danos ao ambiente. O excesso destes produtos químicos pode levar a um declínio da saúde do solo, bem como à contaminação das águas subterrâneas e à eutrofização. A desflorestação é também outro problema da agricultura em grande escala, uma vez que conduz a uma perda significativa de *habitat* para a vida selvagem local, podendo acelerar a desertificação das terras aráveis. Além disso, na fase de processamento do café, existem vários impactos ambientais, desde a quantidade de água utilizada para lavar o café até às emissões de CO₂ associadas à torrefação.

Plástico misto é desaconselhável

O problema do uso de cápsulas tem que ver com o recurso ao plástico misto, ou seja, uma mistura de materiais nas cápsulas. A grande quantidade de

A produção de café apresenta vários impactos ambientais, da utilização de produtos químicos à desflorestação

café por cápsula também não ajuda. No teste, os fabricantes que não abusam da quantidade de embalagem, nem da mistura de materiais, acabam por facilitar a posterior reciclagem. É uma boa prática no sentido de facilitar a reciclagem. ●



COPOS DE PLÁSTICO REUTILIZÁVEIS: COPO MEIO CHEIO OU MEIO VAZIO PARA A SUSTENTABILIDADE?

Os copos de plástico descartáveis, de utilização única, deram lugar aos copos de plástico reutilizáveis em eventos, como os festivais de música. No entanto, de acordo com o estudo da DECO PROteste, é preciso usar estes copos entre 7 e 9 vezes para que tenham um impacto ambiental inferior aos de plástico descartáveis no fim do seu ciclo de vida.

A organização comparou o desempenho ambiental dos copos reutilizáveis com os seus equivalentes descartáveis com a mesma capacidade, analisando o ciclo de vida e o impacto ambiental. Além do seu impacto na produção (matérias-primas utilizadas e *mix* energético), foi analisado o impacto ambiental também em etapas como a distribuição da fábrica até ao evento, a utilização (lavagem no caso dos copos reutilizáveis, quer doméstica, quer industrial) e o fim do ciclo de vida

(reciclagem, valorização e deposição em aterro).

Consumidores devem poder entrar em eventos com o seu copo

Quando foram inicialmente disponibilizados em eventos, era possível devolver os copos reutilizáveis e receber de volta o valor pago, uma opção que pôs fim ao cenário típico de recintos vazios repletos de copos de plástico espalhados pelo chão. Mas, aos poucos, essa opção começou a desaparecer, o que obriga o consumidor a ficar com o copo. Num festival de música, em arraiais ou até em festas infantis, se uma pessoa não beber as 7 a 9 bebidas (a quantidade de reutilizações necessária para que estes copos tenham um menor impacto ambiental do que os de uso único), será necessário que o mesmo copo seja reutilizado em mais

do que um evento ou mais do que um dia do evento.

A DECO PROteste defende que os promotores de eventos devem reembolsar os utilizadores pela devolução de copos reutilizáveis, para garantir que são efetivamente mais sustentáveis. Esta opção deixou de estar disponível em vários eventos, o que coloca em causa o propósito que levou à sua disponibilização. Desta forma, os copos podem não só ser devidamente encaminhados no fim do seu ciclo de vida, como ser lavados industrialmente, para novas utilizações. Por outro lado, segundo a organização de defesa do consumidor, se o reembolso não estiver disponível, os consumidores devem poder entrar noutros eventos com copos de plástico reutilizáveis comprados anteriormente, mesmo que sejam de eventos de outros promotores, evitando assim a produção de mais plástico. ●



QUAL O SACO MAIS SUSTENTÁVEL PARA FRUTAS E LEGUMES?

Quando vai às compras, qual a melhor forma de transportar a fruta e os legumes para casa? Idealmente, a forma mais sustentável será não utilizar nenhum saco, mas sabemos que, por vezes, isso não é possível. Para essas alturas, a escolha de uma alternativa de uso único ou reutilizável e mais sustentável pode depender do perfil de cada consumidor.

Há produtos cujo transporte pode suscitar dúvidas, como a fruta e os legumes. Podemos optar pelo papel para os transportar? A embalagem não se degrada? Preserva-os de forma adequada? A solução deve passar, antes de tudo, pelo bom senso. Quer opte por sacos de uso único quer opte por reutilizáveis, a fruta e os legumes devem ser arrumados, sem os sacos, no frigorífico. Deve acondicioná-los nas gavetas, onde podem estar, no caso da fruta, de três a 20 dias e, no dos legumes frescos, de três a 60 dias.

Qual a alternativa mais sustentável?

A DECO PROteste avaliou o impacto ambiental de sacos para frutas e legumes de vários materiais. O teste focou-se numa análise de ciclo de vida. Foram estudados impactos ambientais referentes a 16 categorias, entre as quais: alterações climáticas, efeitos sobre a saúde humana (toxicidade, potencial cancerígeno), ou utilização dos solos, por exemplo. Os resultados obtidos foram depois comparados entre si, para perceber qual seria a alternativa com menor impacto ambiental. Além disso, quantas vezes teriam de ser reutilizadas as restantes alternativas para que o impacto ambiental adicional fosse compensado.

Escolha o saco certo para as compras

Veja aqui o vídeo

Os resultados mostram, sem grande

Foram estudados os impactos ambientais dos sacos em categorias como alterações climáticas, efeitos sobre a saúde humana ou utilização dos solos

surpresa, que, se utilizar apenas uma vez os sacos, os de plástico de utilização única (conhecidos como ultraleves e que em breve serão taxados) são os que apresentam menor impacto ambiental. No entanto, esta alternativa pode não ser a mais sustentável para o seu caso. A reutilização de sacos é, sem dúvida,



o comportamento mais sustentável. No entanto, existem sacos de vários materiais, e é importante perceber que os impactos ambientais são muito distintos.

Sacos de algodão requerem 950 reutilizações

Das alternativas reutilizáveis, o saco em poliéster sem a corda pintada é a solução mais sustentável. Para que os impactos ambientais adicionais sejam compensados, este saco terá de ser utilizado dez vezes, algo completamente ao alcance dos consumidores. Já a alternativa de algodão é a que apresenta mais impactos ambientais, sendo necessário o consumidor utilizá-lo cerca de 950 vezes, de forma a compensar os impactos ambientais. Indo às compras uma vez por semana, o saco teria de durar 18 anos. Por outro lado, caso o consumidor se esqueça do saco reutilizável em casa, a alternativa deverá passar por um

saco de plástico ultraleve, seguindo-se um saco de bioplástico. Os sacos de papel com uma janela em plástico apresentam mais impactos ambientais e teriam de ser utilizados 16 vezes. Já quando os sacos chegam a casa, podem ser utilizados para outras funções.

Número de usos necessários para compensar o impacto ambiental

Veja aqui a [infografia](#)

Papel e plástico no mesmo saco

Há que contar, ainda, com os sacos com película de plástico à frente e papel no verso. Estes cruzam dois materiais recicláveis, mas que só o são se o consumidor os separar e os depositar nos ecopontos corretos (amarelo para o plástico e azul para o papel). Terão de ser usados 16 vezes para compensar o impacto ambiental. Ou seja, o saco de uso único de plástico continua a ser uma alternativa

Os resultados do teste foram surpreendentes: sacos de algodão requerem 950 reutilizações para compensarem os impactos ambientais

a esta opção.

As conclusões não significam que deveremos voltar-nos para o plástico. Não devemos olhar para um material como o inimigo comum, mas alterarmos os nossos comportamentos para reduzir o consumo e, naturalmente, reutilizar os produtos o mais possível. ●



PARA ONDE VAI O PLÁSTICO RECICLADO?

As embalagens de plástico que já não usamos, separamos em casa e que depois colocamos no ecoponto amarelo vão ter uma nova vida. Chegado à central de reciclagem, este material vai ser transformado para servir de matéria-prima para produtos muito diferentes.

Que plásticos podem ser reciclados?

Existem cinco grandes tipos diferentes deste material que podem, e são, aproveitados para gerar novos objetos de consumo. O mais icónico, no sentido em que é aquele cuja imagem aparece em inúmeras campanhas, é o PET, sigla do politereftalato de etileno. É o material das garrafas de bebidas como água ou refrigerantes, por exemplo. Não é por acaso: é um plástico versátil e bastante prático para acondicionar estes produtos. De uma garrafa usada pode nascer uma nova. Outros tipos de plástico comum são os polietilenos de alta e de baixa densidade – PEAD e PEBD, respetivamente. O primeiro acondiciona champôs e detergentes, por exemplo; o segundo constitui

os plásticos flexíveis, em geral sacos ou filme estirável. Também estas embalagens, ao chegarem ao reciclador, passam por um processo de descontaminação e são trituradas até resultarem num granulado colorido, ou monocolor, consoante o que se pretende obter. Este material é depois lavado, e o resultado é versátil: gera tubagens, sacos do lixo, regadores... Há ainda que contar com outros tipos de plástico, mais difíceis de trabalhar, como a esferovite. É possível transformá-la em objetos como cabides ou material isolante usado na construção civil. Mas o mais difícil de reciclar são os plásticos mistos, para os quais existem poucos recicladores no País. Neste grupo são consideradas as restantes embalagens de outros materiais, ou que são constituídas por mais do que um tipo de plástico ou material, como pacotes de batatas fritas, embalagens de iogurte sólido ou pacotes de manteiga. O desafio é grande, pois não têm um fluxo específico quando são encaminhados para os recicladores. Mas podem gerar, entre outros artigos, bancos de jardim.

Embalagens de metal são recicladas infinitas vezes

Latas de conservas ou de desodorizante são apenas alguns exemplos de embalagens feitas de alumínio. Algumas ainda são compostas por aço, embora este material tenha perdido terreno, por ser mais pesado. Tanto o alumínio como o aço podem ser reciclados vezes sem conta, e o produto reciclado pode ser aplicado em praticamente qualquer setor de atividade. Uma lata de alumínio pode passar a fazer parte de uma bicicleta (para isso, na verdade, serão necessárias 700 latas de refrigerante). Já o aço, mas também é o caso do alumínio, poderão ter fins diversos e ser incorporados em ferrovias, infraestruturas e edifícios, peças de automóveis, eletrodomésticos, ou até em novas embalagens. Em Portugal são recicladas, todos os meses, embalagens de metal que dariam para produzir uns impressionantes 15 milhões de talheres e, por ano, metal suficiente para fabricar peças para 58 mil automóveis. ●

PRECISA DE ACONSELHAMENTO SOBRE OS SEUS DIREITOS? FALE CONNOSCO!

TEVE UM PROBLEMA COM UMA COMPRA?
EXISTE UM CONFLITO COM A SUA SEGURADORA?
A SUA REUNIÃO DE CONDOMÍNIO NÃO FOI CONVOCADA SEGUNDO A LEI?
TEM DÚVIDAS SOBRE UM PRODUTO FINANCEIRO?
OUTRA VEZ FALHAS NA FATURA DE ENERGIA?

Quando os seus direitos são postos em causa, a experiência dos nossos especialistas pode ser determinante. **Estamos ao seu dispor! Basta um simples telefonema e o seu caso será analisado com toda a confidencialidade.** Este é um dos vários benefícios exclusivos à disposição dos nossos subscritores.

Conheça todas as vantagens em [descobrir.deco.proteste.pt](https://www.descobrir.deco.proteste.pt)

Ligue a quem liga aos seus direitos,
fale com a **DECO PROteste.**

218 410 858

(Dias úteis, das 9h às 18h, chamada para rede fixa nacional)

DECO PROteste
SABER É PODER

“Os desafios para as empresas passam por promover a melhoria contínua da sua ecoeficiência”

Como é que o Bureau Veritas integra a sustentabilidade na sua estratégia de negócios, no contexto dos serviços de auditoria e certificação?

A sustentabilidade é um dos pilares da estratégia do Bureau Veritas, presente em toda a organização e em todas as atividades. Com a nossa experiência, ajudamos as empresas a enfrentar os desafios da segurança, do ambiente, da responsabilidade social e da qualidade dos produtos ou serviços ao longo de toda a cadeia.

Que instrumentos de gestão ambiental oferecem aos clientes?

Tendo presente a importância da sustentabilidade na estratégia de negócios, o Bureau Veritas desenvolveu um leque bastante abrangente de serviços de auditoria e certificação. Isto inclui áreas como a certificação de sistemas de gestão ambiental (ISO 14001 e EMAS), de forma a apoiar as organizações a melhorar o desempenho ambiental; verificações da pegada de carbono (como por exemplo, as normas ISO 14064-1 ou ISO 14067), com vista à mitigação das alterações climáticas; verificações de relatórios de sustentabilidade das organizações; compras sustentáveis (ISO 20400) e a gestão do ecodesign (ISO 14006). Existem outros serviços que estão a ser desenvolvidos no âmbito da sustentabilidade. Todos contribuem para promover a transparência e a credibilidade inerente das empresas junto dos seus stakeholders.

De que forma capacitam os clientes a medir e a alcançar os objetivos de sustentabilidade, de acordo com a missão que o Bureau Veritas apresenta? Qual é o



Cristina Ribeiro

Diretora de Certificação e HSE,
no Bureau Veritas Portugal

plano de ação?

O Bureau Veritas procura trabalhar como um parceiro de referência junto dos seus clientes, de forma a aportar o máximo de valor acrescentado em cada prestação de serviço. De um modo geral, o leque de serviços prestados pelo Bureau Veritas tem como elementos-chave a monitorização e a melhoria contínua dos objetivos das organizações dos nossos clientes. Todas estas temáticas devem ser abordadas e comunicadas com transparência, e é nesse sentido que o Bureau Veritas pode ajudar.

Que iniciativas adotam para minimizar o impacto ambiental da vossa empresa no mundo?

“Pensando Global e Agindo Local” é a frase que melhor pode definir o Bureau Veritas. A nossa empresa

tem várias iniciativas que adota para minimizar o impacto ambiental inerente às suas atividades, ao monitorizar a sua pegada ecológica e a sua pegada de carbono, com o objetivo claro de a minimizar. Para isso, promovemos a separação e a recolha seletiva de resíduos urbanos recicláveis, como o papel, o cartão e as embalagens, trabalhando ainda em conjunto com algumas entidades para a limpeza de praias e da orla costeira, por exemplo, ou na plantação de novas árvores autóctones, que atuam como sumidouros de carbono.

Sendo o Bureau Veritas uma empresa que opera ao nível mundial, que tipo de certificações de sustentabilidade as empresas mais procuram quando recorrem aos vossos serviços? E, em Portugal, quais são os serviços mais procurados e porquê?

Claramente, o tipo de certificações de sustentabilidade que as empresas mais procuram quando recorrem aos nossos serviços ainda se centra muito na ISO 14001:2015, “Sistemas de Gestão Ambiental – requisitos e linhas de orientação para a sua utilização”. Trata-se da certificação mais antiga, é uma norma certificável desde 1996 e é aplicável a qualquer tipo de organização que tenha por objetivo melhorar o desempenho ambiental, o que explica a razão da sua preponderância. Outros serviços que, progressivamente, têm sido mais procurados passam pela verificação da pegada de carbono da organização, a ISO 14064-1, a verificação da pegada de carbono do produto, ISO 14067, ou o BV ODS Scoring (Sistema de Gestão de Objetivos de Desenvolvimento Sustentável). Também tem havido uma procura crescente por certificações mais setoriais, como o Programa de Sustentabilidade dos Vinhos do Alentejo (PSVA) ou o Referencial Nacional de Certificação de Sustentabilidade do Sector Vitivinícola.

Quais são os principais desafios que as empresas portuguesas enfrentam rumo a um futuro mais sustentável? Existem soluções de curto prazo? Quais?

Os principais desafios passam por promover sistematicamente a melhoria contínua da sua ecoeficiência, aumentando a eficiência ecológica e económica das suas operações, que devem caminhar lado a lado. Nestes desafios ainda se incluem a transição para uma economia de “baixo carbono”, desenvolvendo produtos, bens e serviços com uma pegada de carbono mais baixa ou a transição de uma economia linear para uma economia circular, aumentando o ciclo de vida dos seus produtos e bens, bem como a sua proposta de valor. Dentro do

seu leque de serviços, o Bureau Veritas possui alguns que poderão auxiliar as empresas portuguesas a ultrapassar estes desafios.

Ao nível regulatório e legislativo, é preciso fazer-se mais em matéria de sustentabilidade no País? O quê?

Seria importante, em matéria de sustentabilidade no nosso País, fazer a transposição da Diretiva de Reporte Corporativo de Sustentabilidade – CSRD, o que seria um progresso significativo para a transparência e informação sobre sustentabilidade das organizações. O caminho pode ainda passar por valorizar fiscalmente, por exemplo, as empresas e organizações que demonstrem ter comportamentos ou desempenhos cada vez mais sustentáveis.

Qual é a importância da parceria com a DECO PROteste, organização que tornou possível a criação do Dia Nacional da Sustentabilidade a 25 de setembro?

O Bureau Veritas é um parceiro da DECO PROteste em vários projetos, e foi com muito entusiasmo que recebemos o convite para esta parceria, conjuntamente com a Cepsa, Lidl, Lusitania Vida, Marine Stewardship Council ou MEO.

Apoiámos esta ação desde o primeiro momento, sendo parceiros da DECO PROteste na mobilização da sociedade civil e do Governo, para, em conjunto, atingir as metas da sustentabilidade. Nesta transição para um planeta mais sustentável, e após a ONU ter revelado, a 25 de setembro de 2015, os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, a criação de um dia nacional para celebrar esta efeméride tornou-se fundamental. Os pequenos gestos fazem toda a diferença. Continuaremos a trabalhar para contribuir para a construção de um mundo melhor. ●

“O caminho pode ainda passar por valorizar fiscalmente as organizações que demonstrem ter comportamentos ou desempenhos cada vez mais sustentáveis”

“Planeamos investir oito mil milhões de euros até 2030, e o hidrogénio verde é um ponto crucial”

De que forma se enquadra a sustentabilidade na missão e na estratégia da Cepsa Portugal e que papel representa a empresa no mercado energético nacional?

Desde o lançamento da estratégia “Positive Motion”, que lançámos em março de 2022, temos avançado neste caminho da sustentabilidade, com o objetivo de gerar mais de metade do nosso EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization) a partir de negócios sustentáveis até 2030. Este plano de longo prazo reflete a oportunidade histórica de Portugal e Espanha e das suas empresas energéticas se tornarem atores-chave na promoção e produção de energia limpa e na segurança e independência energética da Europa.

Como contribui a Cepsa para a transição energética em Portugal? Quais são as principais iniciativas para reduzir a pegada de carbono e melhorar a eficiência energética, tanto ao nível operacional como nos produtos?

Na Cepsa, apostamos em soluções que potenciem a descarbonização – tanto na nossa atividade como na dos nossos clientes. Além dos exemplos na mobilidade elétrica, em que já estamos presentes desde 2017, toda a nossa rede de postos de abastecimento está a ser equipada com instalações fotovoltaicas. No caso da mobilidade elétrica, apostamos em carregadores ultrarrápidos de 150 kW ou mais, de última geração, posicionados nas principais zonas de passagem nas estradas e autoestradas, mas também em zonas urbanas de todas as dimensões, com



Rui Romano
Diretor de Rede da Cepsa Portugal

o intuito de conseguir que todos os nossos clientes de carros elétricos consigam ir aos quatro cantos da Península Ibérica sem dificuldade de carregamento. Em paralelo, estamos a desenvolver uma rede de abastecimento de combustíveis HVO, 100% renováveis, que irão ajudar a que os nossos clientes contribuam, também eles, para reduzir a pegada de carbono. Adicionalmente, no nosso parque logístico, em Matosinhos, contamos já com uma central fotovoltaica para autoconsumo, além da implementação de outras medidas, com o objetivo de melhorar o nosso desempenho energético e reduzir as emissões de CO₂.

Quais são os investimentos em energias renováveis, como o hidrogénio verde, em inovações

tecnológicas ou em mobilidade elétrica, em curso ou previstos para a transição energética da Cepsa? Pode destacar os projetos mais relevantes?

Na Cepsa promovemos projetos como o Vale do Hidrogénio Verde da Andaluzia, o projeto de hidrogénio renovável mais ambicioso de Espanha e um dos mais importantes da Europa, que irá gerar 10 000 novos empregos, dos quais 1000 serão diretos. Destaque ainda para a joint venture, criada em conjunto com a Bio-Oils, para construir a maior fábrica de biocombustíveis de segunda geração do sul da Europa, que já estamos a construir em Huelva (Espanha) e que irá favorecer a criação de 2000 empregos, diretos e indiretos, durante as fases de construção e operação. Em termos de mobilidade sustentável, outro dos pilares da nova Cepsa,

estamos a desenvolver uma extensa rede de carregamento ultrarrápido, com carregadores de, pelo menos, 150 kW nos principais corredores de Portugal e Espanha. Os postos de abastecimento da Cepsa, a segunda maior rede ibérica, estão a ser transformados em espaços digitalizados que vão oferecer uma grande variedade de serviços de ultraconveniência e restauração, incluindo alimentos frescos, parafarmácia, e-commerce, pontos de recolha de encomendas e lavagem sustentável de veículos, bem como soluções multienergéticas para o abastecimento em autoestradas.

Quais são os principais objetivos de sustentabilidade da Cepsa Portugal para os próximos anos? E de que forma a Cepsa Portugal alinha a sua estratégia com as metas globais do grupo Cepsa?

A Cepsa tem a ambição de se tornar uma referência europeia na transição energética, incluída na sua estratégia “Positive Motion”, para liderar a mobilidade sustentável e a produção de hidrogénio verde e biocombustíveis de segunda geração (2G) até 2030. Pretendemos gerir a nossa transformação de acordo com as melhores práticas empresariais ESG, de forma a ser uma referência na transição energética e a gerar impactos positivos em todos os nossos stakeholders. Em Portugal, estamos alinhados com a estratégia do grupo Cepsa, com especial destaque para a mobilidade elétrica.

Quais são as práticas implementadas para reduzir o impacto ambiental das atividades, especialmente no que se refere à exploração e produção de petróleo e gás? Como gere os resíduos gerados nas suas operações?

A Cepsa obteve em Espanha a certificação AENOR pela sua Estratégia de Economia Circular, tornando-se uma das primeiras empresas a obtê-la. Esta certificação demonstra a existência de um modelo de gestão e o envolvimento da administração na economia circular, que proporciona às organizações uma referência para determinar a relevância dos aspetos-chave e a tomada de decisões. Para reduzir o impacto ambiental das suas atividades, a Cepsa definiu objetivos em três áreas de ação: água, resíduos e biodiversidade. No que diz respeito à água, a empresa propôs uma redução de 20% na captação de água doce em zonas com stresse hídrico até 2025 (em relação a 2019). No domínio da biodiversidade, os esforços da empresa também se

centram na promoção de ações que gerem um impacto positivo no ambiente dos seus futuros projetos renováveis. Quanto aos resíduos, a Cepsa substituirá, progressivamente, as matérias-primas fósseis por fontes renováveis e recicladas. A empresa compromete-se ainda a aumentar a proporção de matérias-primas renováveis e circulares nos seus Parques Energéticos para 15% até 2030, o que implicará a utilização de 2,8 milhões de toneladas de matérias-primas até 2030, 75% das quais serão resíduos de segunda geração (2G) e outros resíduos que, de outra forma, não seriam utilizados.

Como pode a Cepsa Portugal garantir que a cadeia de fornecedores cumpre os padrões de sustentabilidade exigidos?

Os critérios de sustentabilidade são uma das prioridades da companhia e procuramos que os nossos fornecedores também estejam alinhados com os padrões éticos, sociais e ambientais que a Cepsa defende, constituindo-se estes como critérios de avaliação e seleção dos parceiros com quem trabalhamos ou estabelecemos relações comerciais.

Como está a Cepsa Portugal a adaptar-se às mudanças na regulação energética e ambiental em Portugal e na União Europeia? Quais são as políticas energéticas mais desafiantes em termos de sustentabilidade?

A Cepsa enfrenta vários desafios em termos de sustentabilidade, especialmente no contexto das mudanças na regulação energética e ambiental em Portugal e na União Europeia e está, assim, a investir numa redução muito forte de emissões, a diversificar o seu portfólio energético, investindo em energias renováveis e tecnologias de baixo carbono. Planeamos investir oito mil milhões de euros até 2030, e o hidrogénio verde é um ponto crucial. A Cepsa está a tornar a descarbonização uma prioridade máxima e presta muita atenção a setores mais complicados, como o transporte marítimo e aéreo, promovendo o uso de biocombustíveis e combustíveis sustentáveis, como o SAF e o HVO. Neste âmbito, por exemplo, estamos, neste momento, a trabalhar na implementação do combustível 100% renovável (HVO) em alguns postos da nossa rede. Estamos também a usar materiais reciclados e a reduzir a utilização do plástico e do papel nos produtos. Atualmente, as embalagens de asfalto contêm 90% de plástico reciclado. Outro exemplo é a nossa gama Roadseal,

“A Cepsa tem a ambição de se tornar uma referência europeia na transição energética até 2030”

feita com materiais reciclados de estradas envelhecidas e com outras misturas que requerem menos energia para o seu fabrico e melhoram as condições de aplicação, além das embalagens de lubrificantes Cepsa, como já foi dito, utilizarem 70% de material reciclado e as etiquetas serem feitas 100% com material reciclado. Lançámos também o Cartão Frota - StarRessa Zero, que favorece a mudança para uma mobilidade mais sustentável, já que está assente em mecanismos de certificação e compensação de emissões de CO₂.

**Qual será o futuro da Cepsa Portugal no contexto da transição energética global?
Quais os próximos passos para continuar a avançar rumo a um modelo de negócio mais sustentável?**

Na Cepsa, estamos a transformar a nossa atividade para sermos uma referência na transição energética e nos tornarmos líderes em mobilidade e energia sustentáveis em Portugal e Espanha. Durante esse processo, a empresa focar-se-á, cada vez mais, nas necessidades dos seus clientes, que também enfrentam os seus desafios na descarbonização das suas atividades. A Cepsa quer ir mais além das emissões líquidas zero (Net Zero) e alcançar o Net Positive. A empresa estabeleceu um roteiro ambicioso para reduzir as suas emissões, colocando-se entre as empresas líderes no seu setor.

Especificamente, em 2030, reduzirá as suas emissões de CO₂ (âmbito 1 e 2) em 55%, face a 2019, e aspira atingir zero emissões líquidas (Net Zero) em 2050 e ir ainda mais além, contribuindo positivamente (Net Positive). Quanto ao índice de intensidade carbónica dos produtos que comercializa (âmbito 3), este será reduzido entre 15 e 20% em 2030.

Qual é a importância desta parceria com a DECO PROteste, organização que tornou possível a criação do Dia Nacional da Sustentabilidade a 25 de setembro?

A parceria com a DECO PROteste enquadra-se perfeitamente no nosso plano estratégico “Positive Motion”. De facto, a Cepsa planeia tornar todos os seus negócios mais verdes, assumindo-se como uma referência na transição energética, na qual as energias renováveis e as soluções de mobilidade sustentável terão cada vez mais um papel de destaque. Pela relevância da parceria com a DECO PROteste, há, cada vez mais, um maior reforço da afiliação emocional entre as duas marcas, que se consubstancia em várias ações, nomeadamente através de descontos exclusivos para os subscritores DECO PROteste com produtos e serviços diferenciados e sustentáveis, através da utilização de plataformas digitais como o reforço da utilização da app Cepsa Gow e a não-utilização de papel, com a digitalização de *tickets*. ●

“Há um maior reforço da afiliação emocional entre as duas marcas e em várias ações e descontos para os subscritores DECO PROteste com produtos e serviços diferenciados e sustentáveis”

“Temos a ambição de reduzir, até 2030, 50% do desperdício alimentar na operação”

“Mais Lidl - Para um Planeta com Futuro” é o vosso lema para um caminho mais sustentável. Que mensagem pretendem passar e que papel a sustentabilidade desempenha na estratégia global da empresa?

“Mais Lidl”, a nossa estratégia de responsabilidade social e corporativa, é o princípio orientador que nos leva a cumprir, todos os dias, uma promessa de máxima qualidade ao melhor preço, atuando de forma simples e sustentável. Com toda a cadeia de valor em mente, estamos a preparar o Lidl para o futuro. Um futuro que está em harmonia com o ambiente, que põe as pessoas no centro das nossas ações e que contribui para um consumo mais sustentável: o amanhã tem de ser salvaguardado hoje. “Mais Lidl” tem 3 eixos: Mais para o Planeta, Mais para a Comunidade e Mais para Si. A nossa estratégia foi elaborada com base nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que se traduzem em 17 metas ambientais e sociais, definidas pelas Nações Unidas. É um alinhamento estratégico. Só faz sentido percorrer este caminho se estivermos alinhados com as diretrizes internacionais e seguirmos metas com base científica. A sustentabilidade faz parte do nosso propósito e está no centro da nossa missão empresarial: queremos oferecer aos clientes a melhor relação qualidade-preço. Desta forma, unimos os nossos stakeholders, colaboradores, clientes, parceiros, comunidades onde estamos e a sociedade em geral. A sustentabilidade é transversal ao nosso negócio, já que procuramos, permanentemente, encontrar soluções criativas e ganhos de eficiência que possam contribuir para potenciar a missão: oferecer produtos de qualidade ao



Ana Burmester

Responsável pela área de CSR/
/Sustentabilidade do Lidl Portugal

melhor preço, aliando boas práticas ambientais e sociais a toda a sua cadeia de valor.

Quais são os principais objetivos ao nível de sustentabilidade do Lidl para os próximos anos?

A sustentabilidade no Lidl assenta em objetivos definidos a curto, médio e longo prazo, alicerçados em três dimensões distintas. São elas: Mais para o Planeta – em que procuramos assumir a responsabilidade pelo planeta e contribuir para inverter a tendência do aumento do aquecimento global, do risco de extinção das espécies e da degradação dos recursos naturais. Focamo-nos em medidas e em objetivos para atuarmos em três eixos estratégicos: “Proteger

o clima”; “Respeitar a biodiversidade” e “Conservar os recursos”. Alguns dos objetivos assumidos nestas áreas dizem respeito à eletrificação de 100% da frota até 2028, e a substituição de arcas de refrigeração menos eficientes. Temos a ambição de reduzir, até 2030, 50% do desperdício alimentar na operação.

Mais para a Comunidade – o nosso negócio, pela sua natureza, impacta a vida dos nossos colaboradores, dos nossos fornecedores, parceiros, comunidades locais e demais stakeholders envolventes. Nesta dimensão, estamos focados em medidas que nos permitem atuar nos seguintes eixos estratégicos distintos: “Agir de forma justa”, destacando o objetivo de alcançar 40% de mulheres em cargos de liderança até 2030, de acordo com a nossa política de diversidade e inclusão; “Promover a saúde”, destacando que queremos, até 2025, alterar a composição de muitos produtos para que fiquem alinhados com as

recomendações da Organização Mundial da Saúde, tendo o compromisso de reduzir 20% do teor médio de sal e de açúcar nos produtos de marca própria.

Mais para Si – queremos, cada vez mais, apoiar os consumidores em escolhas alimentares mais informadas e responsáveis. Reconhecemos o papel que temos na partilha de informação sobre os impactos dos produtos no ambiente e nas pessoas. Continuaremos a trabalhar para disponibilizar uma oferta de qualidade e mais sustentável aos clientes. Promovemos também o consumo consciente e uma dieta saudável com produtos adequados, apoiados por parceiros de certificação credíveis. Um dos compromissos na dimensão Mais para Si diz respeito ao aumento da compra sustentável de matérias-primas críticas, sempre que possível.

Qual é a política do Lidl para reduzir a pegada ambiental? Ou seja, de que forma operam para que o produto chegue às mãos do consumidor de forma mais sustentável? Desde a gestão dos recursos, à produção e cadeia de fornecedores, até à distribuição nas lojas?

As alterações climáticas são uma emergência global, cujo combate é da responsabilidade de todos. É imperativo que todos façamos a nossa parte para reduzir os riscos associados. No Lidl foram estabelecidos objetivos a curto, médio e longo prazo para reduzir as emissões de gases com efeitos de estufa (GEE) dos âmbitos 1, 2 e 3, com uma abordagem que vise, em primeiro lugar, evitar emissões, em seguida, reduzi-las e, por último, compensá-las. Até 2030, temos como meta reduzir as emissões operacionais de GEE em 71%, em relação a 2019 (âmbito 1 e 2), tendo já conseguido reduzir 55% das emissões de âmbito 1 e registado 0% de emissões de âmbito 2, face a 2019. Além disso, até 2026, pretendemos que, ao nível internacional, os fornecedores responsáveis por 75% das emissões de âmbito 3, relacionadas com produtos, estabeleçam metas com base científica. Em Portugal, foram identificados 13 fornecedores nacionais que contribuem para a taxa de 75% de emissões de âmbito 3 do Grupo Lidl. De resto, temos uma agenda para o clima com um plano de ações que será implementado por diversas áreas até 2030. Um plano que monitorizamos mensalmente e cujos resultados avaliamos a cada ano.

No âmbito da estratégia Reset Plastik, em conjunto com os nossos fornecedores de produtos de marca própria, pretendemos, até 2025, reduzir em 30% o nosso consumo de plástico de embalagens de marca própria, garantir que estas embalagens sejam 100% recicláveis, tanto quanto possível, e utilizar, em média, 25% de material reciclado nas mesmas. Já o desperdício alimentar e a gestão de resíduos são precedidos por um conjunto de processos operacionais que visam contribuir para minimizar o desperdício e os resíduos produzidos. Existe assim um conjunto de processos na prevenção, por exemplo, o sistema de encomendas automático e inteligente que permite encomendar, de forma mais realista e de acordo com a necessidade específica de cada loja, a mercadoria que vendemos. Isto permite que não se acumule tanto stock e, conseqüentemente, previne a quebra dos produtos que, por sua vez, origina desperdício e resíduos, os quais têm um custo muito elevado ao nível ambiental, mas também financeiro. Temos também a iniciativa “Bom demais para deixar para trás”, através da qual vendemos produtos perto da data de validade com descontos, o que permite o seu escoamento. A correta gestão da doação dos nossos excedentes alimentares e a eficiente gestão de resíduos são temas muito importantes, pelo que estamos a desenvolver uma iniciativa interna para capacitar e envolver os colaboradores das lojas para estes temas com elevado impacto. Além de tudo isto, estamos comprometidos com o combate ao desperdício alimentar, com uma estratégia que engloba diversos eixos de atuação. Através do nosso programa “Realimenta”, fazemos chegar, a quem mais precisa, alimentos em perfeitas condições de consumo,

higiene e segurança alimentar. Com este programa exercemos responsabilidade social dupla: contribuimos para o combate à fome, e para a redução do desperdício alimentar. Através do programa “Realimenta”, apoiámos 133 mil beneficiários com 7 milhões de euros em artigos doados (+35,5% face a 2021), correspondendo a 3725 toneladas de alimentos doados (+12,7% face a 2021). Além da doação de artigos que seriam desperdiçados, em apenas dois anos, o Lidl evitou o desperdício de 6,56 milhões de produtos alimentares, através da venda de artigos no final do limite de validade no âmbito do “Bom demais para deixar para trás”.

“Hoje são mais de 730 produtos certificados disponíveis nas lojas Lidl, sem acréscimo de preço, uma vez que queremos democratizar o acesso a estes produtos”

De que forma o Lidl investe para melhorar a sustentabilidade dos produtos e serviços? Investe em tecnologias verdes?

O Lidl tem investido em mobilidade elétrica, na produção de energia para autoconsumo e na substituição de equipamentos menos eficientes. Estamos comprometidos em promover a mobilidade de baixo impacto ambiental, disponibilizando postos de carregamento para viaturas elétricas em mais de 180 lojas Lidl em Portugal. Estrategicamente localizados e com presença em todas as capitais de distrito, os mesmos garantem a autonomia de norte a sul, bem como a ligação a Espanha. Disponibilizamos carregadores multi-standard e de carregamento rápido, possibilitando uma recarga até 80% da bateria em apenas 30 minutos, o que permite o abastecimento durante uma ida regular às compras. Aliamos o compromisso de sustentabilidade ambiental à poupança de tempo e dinheiro dos clientes. O projeto tem sido muito bem recebido e conta com uma utilização muito positiva nas lojas. Em 2022, a sua utilização aumentou 134%, num total de mais de 227 mil carregamentos. Na frota Lidl, estamos a substituir os veículos movidos a combustíveis fósseis para que, em 2028, 100% da nossa frota seja elétrica. A eletrificação da frota de automóveis irá contribuir para diminuir as nossas emissões de GEE de âmbito 1 e a nossa pegada de carbono. Quanto à substituição de equipamentos menos eficientes, em 2021 e 2022, substituímos 900 arcas frigoríficas antigas por arcas mais eficientes e com gases refrigerantes naturais com menos emissões, o que nos permitiu ter, no final do ano fiscal de 2022, 33,1% das lojas e 100% dos entrepostos com sistemas de arrefecimento com gases refrigerantes naturais. Já em 2023, 81,5% dos sistemas de arrefecimento nas lojas funcionavam com gás natural. Quanto à produção de energia para autoconsumo, temos investido em painéis fotovoltaicos nas lojas, entrepostos e sede. Entre 2021 e 2022, conseguimos aumentar em mais de 90% (92,3%) o número de lojas com painéis fotovoltaicos. No ano fiscal de 2022, 5,2% de toda a energia consumida pelo Lidl Portugal proveio dos nossos painéis fotovoltaicos em lojas e entrepostos. Já entre março e setembro do nosso ano fiscal de 2023, foram produzidos 10561 MWh, ou seja, mais do que o total do ano anterior. Adicionalmente a esta energia produzida pelo Lidl

“O Lidl está comprometido em promover a mobilidade de baixo impacto ambiental, disponibilizando postos de carregamento para viaturas elétricas em mais de 180 lojas Lidl em Portugal”

Portugal, mais de 90% da energia consumida é proveniente de fontes renováveis, e 100% da sua operação funciona com a eletricidade verde, com certificado de Garantia de Origem (GdO), atestado pela REN-EEGO.

Têm produtos de marca própria com certificações ambientais e sociais. Que requisitos são necessários?

O Lidl conta com mais de 20% de artigos de marca própria com certificações sociais e ambientais. Em apenas quatro anos, os artigos Lidl com certificações de sustentabilidade aumentaram mais de 40%, representando 22% dos seus artigos de marca própria, ou seja, hoje são mais de 730 produtos certificados disponíveis nas lojas Lidl, sem acréscimo de preço. A oferta de produtos de marca própria com certificações ambientais e sociais é uma das preocupações, especialmente nos produtos cuja matéria-prima é considerada crítica do ponto de vista da exploração, condições de trabalho, impacto ambiental, sustentabilidade do ecossistema ou direitos humanos. Para garantir o maior número possível de produtos com normas de certificação reconhecidas, o Lidl trabalha em colaboração com organizações externas como Fairtrade, MSC, ASC, FSC ou Rainforest Alliance / UTZ, sendo exigente na seleção dos fornecedores, com vista a uma cadeia agroalimentar que consome, de forma mais responsável, os recursos naturais e se preocupa com a sua conservação, além de garantir condições de vida e de trabalho justas dos produtores. Por exemplo, o selo MSC assegura que o pescado é selvagem, sustentável e rastreável. Ou seja, que foi capturado, de acordo com exigentes requisitos de base científica, para uma pesca sustentável, podendo ser rastreado com a certificação MSC. Através desta certificação, garantimos que os nossos fornecedores mantêm intacta a origem sustentável do pescado, combatendo a pesca excessiva e protegendo o ambiente marinho. A sustentabilidade na pesca significa que se deve deixar peixes suficientes no mar, respeitar os seus *habitats* e que as comunidades dependentes da pesca mantêm o seu meio de subsistência.

Os consumidores optam por comprar mais estes produtos certificados? E custam mais caro?

O tema da sustentabilidade está

cada vez mais na ordem do dia e no radar do consumidor. Estudos recentes demonstram que 94% dos europeus estão empenhados em proteger o ambiente e 52% prestam atenção ao tema ao comprar alimentos. Mas, numa altura de inflação crescente, os números também dizem que, para mais de metade das famílias, a prioridade passa por comprar produtos mais baratos, mantendo a qualidade, muitas vezes de marcas próprias. No entanto, a compra de produtos certificados não significa necessariamente incorrer num custo acrescido. Muito pelo contrário, os produtos certificados estão cada vez mais competitivos, ao nível de preço. O caminho passa por tornar os produtos certificados cada vez mais acessíveis. E cada vez mais portugueses estão dispostos a tornar as compras diárias mais sustentáveis, como as frutas e os legumes. No Lidl, os fornecedores das frutas e dos legumes são certificados pela Global G.A.P e GRASP, o que ajuda a garantir a segurança alimentar, a qualidade e a consciência laboral. No caso do abacaxi, inclusive, são provenientes de quintas com certificação Rainforest Alliance. Este compromisso estende-se a produtos como o café, chá e cacau, nas gamas de marca própria. Não só os chocolates utilizam 100% cacau certificado como UTZ, Fairtrade ou Rainforest Alliance, como a matéria-prima dos chás verde, preto e roibos é certificada. E o mesmo acontece com todo o óleo de palma utilizado nos produtos de marca própria. Nos produtos não alimentares, investimos na certificação de materiais, como é o caso dos têxteis. Basta, por exemplo, procurar o selo GOTS (Global Organic Textile Standard), presente em todas as roupas de algodão de criança, que garante que o algodão utilizado é rastreável e fabricado de forma ambiental e socialmente responsável. Para ser sustentável não é preciso fazer sacrifícios nem mudar hábitos. Basta estar informado e comprar os produtos certos.

Qual é a estratégia do Lidl para incrementar a proximidade com a comunidade? E como pode a DECO PROTeste colaborar?

É muito importante para o Lidl estar perto das comunidades onde se insere. Contamos com mais de 280 lojas de norte a sul do país. A nossa dimensão Mais para a Comunidade reflete essa importância e a proximidade que queremos ter.

Através do eixo “agir de forma justa” e “envolver através do diálogo” procuramos criar essa proximidade. Através de programas sociais, como o TransforMAR, o Mais Ajuda ou a Turma Imbatível, conseguimos envolver, comunicar e sensibilizar os clientes e a sociedade. O programa TransforMAR, por exemplo, está enquadrado no eixo da conservação de recursos, dentro da dimensão Mais para o Planeta, já que fala da importância da reciclagem para uma economia mais circular e pela preservação dos recursos naturais. Por outro lado, está também integrado no eixo “envolver através do diálogo”, dentro da dimensão Mais para a Comunidade, uma vez que o programa tem uma componente de envolvimento e sensibilização junto das comunidades para um consumo mais responsável, para o depósito dos resíduos no contentor correto, para a preservação dos nossos mares, praias e orla costeira. Este programa está também enquadrado na nossa estratégia de doações, que inclui duas áreas de foco: alimentação e água. Queremos ter um papel ativo na área da alimentação e da conservação de recursos hídricos, a água, junto das comunidades. Enquadra-se ainda no tema da água, uma vez que promove a limpeza dos mares e dos rios, enquanto sensibiliza a comunidade. Através do “Mais ajuda” foi entregue mais de um milhão de euros a projetos de inovação social, tendo o programa ajudado a capacitar entidades que prestam apoio a crianças, idosos, educação e habitação. O nosso programa de promoção de estilos de vida saudáveis

e sustentáveis para os mais novos, chamado Turma Imbatível, é um exemplo de proximidade. Em 13 anos de edições, estivemos presentes em mais de 1500 escolas, através da criação e partilha de conteúdos sobre uma alimentação consciente, a importância da atividade física e com um consumo mais regrado. Estes conteúdos já chegaram a mais de 175 mil alunos. A envolvimento da comunidade deve ser levada a cabo por vários stakeholders. O Lidl dá os parabéns a DECO PROTeste pela fantástica iniciativa de promover o Dia Nacional da Sustentabilidade e juntar, anualmente, entidades, instituições e consumidores para trocarmos impressões, opiniões e sugestões. Apenas com parceiros dedicados e alinhados no presente será possível alcançar os objetivos de amanhã, para salvaguardar as gerações futuras. ●

“O programa Turma Imbatível é um exemplo de proximidade. Estivemos presentes em mais de 1500 escolas, através de conteúdos sobre alimentação consciente, atividade física e consumo mais regrado”

APPANHA-ME JÁ

DESCARREGUE A APLICAÇÃO E CONSULTE AS REVISTAS MAIS CEDO

Leia as revistas quando e onde quiser. Pesquise DECO PROteste Revistas no smartphone, e descarregue a aplicação gratuitamente. Se prefere usar o tablet, basta aceder ao site e ler as revistas no formato PDF. Receba a informação mais cedo e em primeira mão.



DESCARREGUE JÁ
Edição digital para
smartphone



DECO PROTeste
SABER É PODER

“Desde 2016, a pegada carbónica da IKEA, em valor absoluto, reduziu em 22%, apesar do crescimento do negócio”

Vida saudável e sustentável; negócio circular e impacto positivo no clima; e negócio justo e equitativo são as três áreas de foco da IKEA rumo a um mundo mais sustentável. Como integra a sustentabilidade na estratégia global e na operação em Portugal?

A sustentabilidade faz parte da cultura da IKEA e é parte dos nossos valores. Sempre houve uma grande consciência de recursos e a ambição de fazer mais com menos. Desde aproveitamento e reaproveitamento de materiais até às nossas embalagens planas, são vários os exemplos em que a sustentabilidade foi integrada na cadeia de valor, mesmo quando ainda não existia como conceito. Por outro lado, há uma grande conexão entre sustentabilidade e a nossa visão de criar um melhor dia-a-dia para a maioria das pessoas. Faz-nos sentido considerar o planeta como a casa de todas as pessoas, e torna-se natural integrar uma estratégia de sustentabilidade no plano de negócios, abrangendo toda a cadeia de valor, com o objetivo de trazer mudança positiva para as pessoas e para o planeta. Nunca esquecendo as pessoas, parte do triângulo da sustentabilidade, trabalhamos há mais de 20 anos com o nosso código de conduta junto de fornecedores, para garantir condições e direitos dos trabalhadores assim como preservação ambiental. E, com os nossos colaboradores, trabalhamos muito a Igualdade, Diversidade e Inclusão.

Quais são as principais metas a alcançar pela IKEA ao



Ana Barbosa
Sustainability Manager Ikea

nível de sustentabilidade para os próximos anos?

Na estratégia de sustentabilidade, temos metas ambiciosas, que incluem a utilização de matérias-primas renováveis ou recicladas, a otimização do uso de recursos energéticos e hídricos, a redução do impacto da mobilidade e a promoção de serviços circulares, com o objetivo de reduzir as emissões de carbono de toda a cadeia de valor. Temos o objetivo de reduzir para metade as emissões absolutas de gases com efeito de estufa até 2030, face ao ano base de 2016. E alcançar a neutralidade carbónica em 2050, o mais tardar. Desde 2016, a pegada carbónica da IKEA, em valor absoluto, reduziu em 22%, apesar do crescimento do negócio, demonstrando que, entre outras, as iniciativas e o investimento

em energias renováveis e eficiência energética, ou o desenvolvimento de produtos mais eficientes aquando da sua utilização em casa, reduzem significativamente o impacto da nossa cadeia de valor no clima. Demonstrando também que é possível desassociar o crescimento do negócio do crescimento da pegada carbónica.

Há 100% de energia renovável nas fábricas da IKEA e a utilização de 55,8% de materiais renováveis nos produtos que vendem ao consumidor. Como garante a IKEA que os materiais utilizados nos produtos são sustentáveis, como madeira certificada e materiais reciclados?

Hoje, olhando para o que já foi feito em Portugal nesta área,

diria que somos um país exemplar no mundo IKEA. Não usamos combustíveis fósseis nas operações diárias, a eletricidade que usamos é 100% renovável, sendo cerca de 20% produzida em autoconsumo nos nossos painéis fotovoltaicos. Temos um parque eólico no Pisco que produz energia para cerca de 30 lojas IKEA. E fazemos, neste momento, mais de metade das entregas em veículos elétricos. Tem sido uma caminhada sólida na transição para a energia renovável, o que se traduz na redução de emissões de CO₂.

Considerando toda a cadeia de valor IKEA, garantimos que os nossos parceiros trabalham, também eles, para reduzir a sua pegada carbónica e cumprem escrupulosamente os nossos requisitos do ponto de vista de extração, processamento e utilização de matérias-primas, e só dessa forma conseguimos apresentar os números que temos apresentado. Trabalhamos no terreno com as nossas equipas e em colaboração com parceiros como a WWF (World Wide Fund for Nature) e a FSC (Forest Stewardship Council), que monitorizam a implementação destes requisitos, garantindo a integração com comunidades e ecossistemas locais.

Como adapta a IKEA Portugal a estratégia global da sustentabilidade da empresa ao contexto local? Já alcançou algum marco ao nível de sustentabilidade que se possa destacar dos outros mercados IKEA?

Como referi antes, são vários os marcos de sustentabilidade ao nível local de que nos podemos orgulhar, na área das energias renováveis, nomeadamente. Destaco também o compromisso com a mobilidade elétrica, em que temos feito investimentos e progressos significativos no nosso serviço de entregas, com o objetivo de, em 2025, todas as entregas IKEA serem realizadas em veículos elétricos. No final de 2023, 57% de todas as entregas feitas em Portugal foram já elétricas.

Que iniciativas têm para promover a economia circular, como a reutilização e reciclagem de produtos IKEA?

Estamos muito orgulhosos e entusiasmados com o nosso serviço “2.ª Vida”, a oferta de peças sobressalentes e ferragens para

substituição nos nossos produtos e a disponibilidade de produtos em segunda mão na Área Circular das lojas. Esta é cada vez mais procurada para vender ou adquirir produtos IKEA, que possam ter uma nova vida. Entre o ano fiscal de 2018 e o ano fiscal de 2024, temos quase 5 milhões de artigos salvos em todas as lojas IKEA em Portugal, números que mostram que este tipo de movimento é relevante para o consumidor. Destaco a possibilidade recente de visitar online a nossa Área Circular da loja de Loures e reservar produtos. A Área Circular, também conhecida por secção de oportunidades, onde vendemos produtos de exposição, devolvidos pelo cliente, e também os produtos “2.ª Vida”, até agora apenas poderia ser visitada fisicamente, e, desta forma, quando o cliente nos visita online, fica a conhecer que produtos em segunda mão, bem estimados e a um preço acessível, estão disponíveis nesta área.

De que forma garante a IKEA que a sua cadeia de fornecimento cumpre os padrões de sustentabilidade? Tem parcerias com fornecedores locais, por exemplo?

A fiabilidade e credibilidade dos nossos fornecedores é um pilar essencial da nossa operação, seja com fornecedores globais ou fornecedores locais. Temos uma equipa ao nível global responsável pela monitorização dos nossos fornecedores, em parceria com as equipas locais no terreno, para garantir que todos os requisitos são cumpridos – não só no início do processo, como ao longo de toda a parceria. De salientar ainda que os nossos principais parceiros são de longa data, o que nos ajuda a ter um processo cada vez mais estável e consolidado.

Quais são as principais campanhas em Portugal focadas em sensibilizar o consumidor para a sustentabilidade?

Tendo a sustentabilidade como pilar absolutamente transversal a todo o nosso negócio, tentamos que todas as nossas ações e campanhas tenham consistência e continuidade, prolongando-se ao longo de todo o ano e em todos os nossos canais. Nos últimos anos, temos feito uma aposta forte nas nossas “green Fridays”, uma espécie de contramovimento de apelo à reflexão sobre prolongar a vida dos produtos que já temos, num período

“Não usamos combustíveis fósseis nas operações diárias, a eletricidade é 100% renovável, sendo 20% produzida em autoconsumo. Temos um parque eólico que produz energia para cerca de 30 lojas IKEA”

de consumo massivo. Este ano, estamos prestes a lançar uma nova versão desta iniciativa, na qual depositamos grandes expectativas e que acreditamos que nos permitirá ter um impacto ainda maior, e ainda mais consistente.

Quais os principais desafios que a Ikea Portugal enfrenta a implementar práticas sustentáveis?

Estão relacionados com a urgência das medidas que têm de ser tomadas, e o pouco tempo que temos para resolver um problema com a gravidade, a dimensão e a complexidade da crise ambiental. Por mais amplas e eficientes que sejam as nossas ações, o nosso contributo só por si não chega, e é essencial trazer cada vez mais pessoas e cada vez mais empresas para o terreno. É preciso que a sensibilização e o combate à problemática ambiental sejam um trabalho de todos os dias, presente em todos os âmbitos do negócio, e não algo que se restrinja a datas específicas, ou a apenas alguns aspetos da rotina diária.

Conte-nos qual é o impacto que está a ter no negócio da IKEA a parceria com a DECO PROteste no âmbito do projeto comum “Poupança e impacto da mudança de hábitos com produtos IKEA”?

Estamos muito satisfeitos e acreditamos muito nesta colaboração. A IKEA entrou nas nossas casas há 20 anos, para fazer delas um espaço onde possamos viver melhor. Esta história de amor tem sido construída não só graças às soluções flexíveis e funcionais da marca, ou aos preços cada vez mais acessíveis, mas também ao seu papel de promotor de hábitos e comportamentos que nos permitam ter uma vida melhor. Podermos estar associados à DECO PROteste permitiu-nos perceber, e dar a conhecer a cada vez mais pessoas, de que forma os nossos produtos, e a forma como são utilizados, permitem aos portugueses poupanças significativas no orçamento familiar, reduzindo simultaneamente o impacto ambiental. ◆

“Temos feito progressos significativos no serviço de entregas, com o objetivo de, em 2025, todas serem feitas em veículos elétricos. No final de 2023, 57% de todas as entregas por cá foram já elétricas”

FICHA TÉCNICA

Publicação da responsabilidade do Departamento Comercial da DECO PROteste

PROPRIETÁRIA, EDITORA E REDAÇÃO
DECO PROTESTE, Editores, Lda.
Av. Eng.º Arantes e Oliveira, n.º 13,
1900-221 Lisboa

CONSELHO DE GERÊNCIA
António Balhanas, Armand De Wasch,
Daniel Stons, Guido Adriaenssens,
Ivo Mechels, Luís Silveira Rodrigues
e Vasco Colaço

COUNTRY MANAGER
João Ribeiro

CAPITAL SOCIAL

DECO - Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor (15%), Euroconsumers (85%)
Registo de pessoa coletiva 502 611 529
Registo da Editora 215 705

EXECUÇÃO
Projeto gráfico Nuno Barbosa
Capa iStock/Nuno Semedo,
Nuno Barbosa
Fotografia pág. 2: Pedro Nunes

“Acreditamos que uma organização só é realmente sustentável se também o for no plano operacional”

Como se enquadra a sustentabilidade na missão e estratégia da MEO nas telecomunicações em Portugal?

A sustentabilidade será, a curto prazo, um pilar central na missão e estratégia das empresas de telecomunicações em Portugal, com as mesmas a integrar práticas ambientais, sociais e de governança nas operações e investimentos, para promover um futuro mais verde e inclusivo. Além disso, o setor das telecomunicações em Portugal tem um papel crucial na transição para uma economia de baixo carbono. As empresas estão a adotar tecnologias mais eficientes, como as redes 5G, que são 90% mais eficientes em termos de energia para a transmissão de dados. Estas iniciativas não só reduzem a pegada de carbono das empresas, como também ajudam outros setores a diminuir as suas emissões através de soluções IoT (Internet das Coisas). Em 2023, a MEO anunciou um novo ciclo. Pessoas, Tecnologia, Inovação e Sustentabilidade são as quatro grandes áreas em que vamos centrar a nossa atuação, para consolidarmos a liderança em todos os segmentos de mercado e assegurarmos a nossa rentabilidade financeira e operacional. Ainda em 2023, definimos a nossa Estratégia de Sustentabilidade, alinhada com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. “Ligar as pessoas a uma vida mais inovadora, inclusiva e sustentável” é o nosso propósito.

Quais são os principais objetivos de sustentabilidade da MEO? E de que forma está a alinhar a estratégia de sustentabilidade com as metas europeias e globais?



José Maurício Costa

Responsável pela Direção Corporativa e de Projetos da Altice Portugal

Como líder do setor e motor da transformação digital, a MEO tem uma responsabilidade ética e social com a comunidade, com o meio ambiente e com as gerações futuras. E ao desenvolver e implementar uma estratégia de sustentabilidade robusta, transversal e alinhada com as melhores práticas e tendências, contribuiu de forma positiva para a sociedade e para um crescimento sólido da empresa. Sentimos a necessidade de definir um caminho até 2030, alinhado com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, utilizando o nosso poder de inovação para enfrentar os desafios atuais e futuros de forma ética, ao mesmo tempo que criamos valor para todos os nossos stakeholders, e sendo um agente ativo de transformação para uma sociedade mais justa, humana e ambientalmente sustentável. No nosso Plano de Ação de Sustentabilidade 2030, documento onde se encontram materializadas, de forma clara, as ações necessárias ao cumprimento dos objetivos a que nos propomos, podem encontrar-se metas como: implementação de um processo de *due diligence* (diligência prévia) de Anticorrupção, ainda em 2024; a implementação de um processo de *due diligence* de Ambiente e de Direitos Humanos até 2027; a redução das emissões de âmbito 1 e 2 (emissões diretas de gases com efeito de estufa – GEE, decorrentes das operações que pertencem à empresa e emissões indiretas de GEE provenientes do consumo de energia nas atividades da empresa) em 70% até 2030, com base no desempenho de 2019; redução das emissões de âmbito 3 (todas as restantes emissões indiretas que ocorrem na

cadeia de valor), através da definição de metas baseadas na ciência por parte de 82% dos seus fornecedores, até 2027; e ter 40% de mulheres em cargos de liderança até 2030.

Quais são as principais ações que a MEO está a implementar para reduzir o seu impacto ambiental?

Decorrente do exercício de materialidade feito no final de 2022, identificámos como principais temas, ao nível ambiental, o consumo eficiente de energia, as emissões e alterações climáticas e a gestão de resíduos e a circularidade. Para estes temas foram definidos objetivos mensuráveis e ações concretas, que semestralmente são acompanhados pelo nosso Comité de Sustentabilidade.

De que forma a MEO trabalha para tornar as suas operações mais eficientes em termos energéticos? Investe em energias renováveis para alimentar as suas infraestruturas? Quais?

Fomos a primeira operadora de telecomunicações a lançar uma oferta global sustentável de telecom + energia verde. Não faria sentido o lançamento desta oferta se não estivéssemos fortemente empenhados em começarmos pela nossa casa. Ou seja, temos todas as nossas instalações em Portugal Continental a consumir 100% da energia proveniente de fontes renováveis. Além disso, estamos a substituir 10,5% da frota a diesel por frota híbrida, bem como estamos a definir uma estratégia de instalação de painéis fotovoltaicos por tipologia de local de consumo. Continuamos a dinamizar ações de *phase-out* (eliminação gradual) tecnológico, promovendo o desligamento de cabos e equipamentos de rede obsoletos, bem como estamos a substituir os sistemas de climatização obsoletos, com baixa eficiência, por novos sistemas mais eficientes.

E como gerem os resíduos eletrónicos, resultantes das operações, incluindo equipamentos de rede e outros dispositivos, como os routers e as boxes? Qual é a política da MEO em relação à economia circular?

Um dos temas fundamentais é a gestão de resíduos e a circularidade. Estamos empenhados em contribuir para uma menor pegada ambiental ao longo de toda a nossa cadeia de valor, apresentando soluções e serviços que visam minimizar

o impacto ambiental, desde a rede de fornecedores até aos nossos clientes. Com os nossos fornecedores, estamos a trabalhar com vista à redução de componentes de plástico e de papel nos produtos que colocamos no mercado, bem como na conceção ecológica de produtos. Apresentámos ainda a primeira televisão sem box, desmaterializando e contribuindo para a redução do uso de materiais físicos, como o papel, o plástico e outros recursos naturais. Temos também programas de incentivo à retoma de equipamentos usados e temos implementado, já há alguns anos, um projeto de recondição de equipamentos elétricos e eletrónicos. Este processo inclui a avaliação, recuperação e reutilização dos equipamentos devolvidos pelos clientes no âmbito da oferta de televisão, prolongando a vida útil de milhares de CPE (*Customer Provided Equipment*).

Como integram soluções digitais e de inteligência artificial para otimizar a eficiência energética e a gestão de recursos da MEO?

Uma organização só é realmente sustentável se também o for no plano operacional. Com o desenvolvimento de casos de uso com utilização de GenAI (Inteligência Artificial Generativa), específicos para a melhoria e a eficiência operacional, procuramos simplificar processos, eliminando atividades redundantes e otimizando as existentes, com o objetivo de reduzir o consumo energético das nossas infraestruturas e, simultaneamente, minimizando a necessidade de outros recursos.

Rumo a um futuro mais verde, como trabalha a MEO para garantir que a transição digital é feita de forma responsável e sustentável?

A IoT representa uma nova era tecnológica que oferece mais oportunidades, novas soluções, modelos e formas de negócio, contribuindo para a redução de custos. Nos dias de hoje, a MEO detém 52,3% da Quota de Mercado dos Acesso IoT/M2M em Portugal. Uma liderança clara, reflexo da estratégia nos últimos anos. Disponibilizamos um portfólio diversificado, com parcerias na área das soluções IoT, que pretendem dar resposta a necessidades na área da mobilidade, tais como carregamento de veículos elétricos, gestão de estacionamento, gestão e localização de ativos e gestão de

“O setor das telecomunicações em Portugal tem um papel crucial na transição para uma economia de baixo carbono”

frotas. A solução Geo Analytics é uma outra ferramenta poderosa no âmbito da mobilidade sustentável, dado que, com base em informação devidamente anonimizada e tratada da rede móvel, dá a conhecer os padrões de comportamento, fluxos de mobilidade e percursos de viagens de turistas nacionais e estrangeiros. Deste modo, é possível tomar decisões mais sustentadas sobre o desenvolvimento estratégico de serviços de transporte, bem como de infraestruturas rodoviárias, por parte dos municípios, operadores de transportes, de estradas e de portagens. Por último, abraçamos ainda a dinamização do ecossistema de IoT, através do Golabs.IoT e Golabs.5G – laboratórios tecnológicos onde fabricantes, parceiros e clientes obtêm suporte no teste e evolução das soluções que apresentam, até ao mercado e lançamento de serviços robustos e competitivos.

Quais são os principais desafios, ao nível regulatório, que a MEO enfrenta a implementar práticas sustentáveis?

Estamos já a trabalhar nos desafios que a nova regulamentação da União Europeia vai impor nos próximos anos, conscientes de que integrar a sustentabilidade no negócio da organização requer a transformação das nossas operações diárias. Estou confiante que este desafio dará a robustez necessária para responder às exigências futuras e dará uma clara informação do caminho que falta percorrer. Teremos de apostar

na consciencialização e capacitação de toda a cadeia de valor sobre a importância de práticas sustentáveis.

Como vê o futuro das telecomunicações em Portugal na área da sustentabilidade?

Bastante promissor e dinâmico. Acredito que iniciativas como a transformação digital, as redes 5G, a eficiência energética e a economia circular moldarão o futuro e indicam que este setor está bem posicionado para liderar a transição para uma economia mais sustentável.

Qual a importância desta parceria com a DECO PROteste, organização que tornou possível a criação do Dia Nacional da Sustentabilidade a 25 de setembro?

Esta é uma parceria entre duas instituições de relevo que se empenham em dar o seu contributo para o desenvolvimento sustentável do planeta, do ponto de vista social, económico ou ambiental. Mais do que nunca, as questões sociais, a proteção ambiental e a boa gestão empresarial representam valores e ativos fundamentais para as empresas de qualquer dimensão. Perante todos os desafios pela frente, é nosso dever, enquanto empresa líder do setor, incitar a uma maior reflexão sobre escolhas e atitudes sustentáveis. O evento Visões do Futuro 2024 – Rumo à Sustentabilidade vai sem dúvida contribuir muito para essa reflexão conjunta. ●

“Apresentámos a primeira televisão sem box, desmaterializando e contribuindo para reduzir o uso de materiais físicos, como o papel, o plástico e outros recursos naturais. Temos também programas de incentivo à retoma de equipamentos usados”

“A Seda está comprometida em reduzir o conteúdo de plástico nas embalagens de papel composto até que seja completamente eliminado”

O Grupo Seda é pioneiro em sustentabilidade desde 1964. Porquê? O que vos leva a passar esta mensagem?

A sustentabilidade para a Seda não é apenas uma forma de operar, é uma forma de estar. A par da inovação, é um dos dois pilares que impulsionam o nosso desenvolvimento. A sustentabilidade é alimentada pela essência dos nossos produtos: uma matéria-prima renovável por excelência, o papel, e a nossa capacidade em ecodesign, que nos leva a ter um produto final para o setor alimentar e food service e que garante a segurança alimentar do consumidor, e é totalmente reciclável.

Sendo um grupo internacional que fabrica embalagens, sobretudo para a indústria alimentar, que matérias utilizam para produzir as mesmas?

Uma matéria-prima 100% renovável: o papel. O papel é, de facto, um dos poucos materiais verdadeiramente renováveis e recicláveis. A taxa de reciclagem das embalagens celulósicas na Europa já ultrapassou as metas estabelecidas pela Comissão Europeia. Além disso, o papel que usamos vem de florestas certificadas. Para preservar florestas saudáveis, a indústria do papel na Europa utiliza madeira proveniente do desbaste de árvores e resíduos de outros setores industriais, como as serrações. É isso



Anselmo Vilardebó
Administrador delegado do
Grupo Seda Ibérica

que fazemos para obter os nossos produtos. É uma escolha consciente, que faz crescer os pulmões verdes da Europa e ajuda a combater o aquecimento global: basta pensar que, por cada árvore utilizada, três a cinco são plantadas. Em 10 anos, as florestas europeias cresceram 44 mil km², uma área equivalente a 1500 campos de futebol. Além disso, as florestas absorvem 20% de todas as emissões fósseis na União Europeia todos os anos, ou seja, 806 milhões de toneladas de CO₂.

Quais são os principais tipos de embalagens que a vossa empresa oferece?

A Seda é especializada na produção de embalagens de papel, oferecendo uma vasta gama de soluções sustentáveis para a indústria alimentar. Entre os principais produtos estão copos de bebidas, embalagens para gelado, contentores de alimentos e tampas de papel. Para completar a oferta, também produzimos caixas de papel e embalagens flexíveis, adequadas para múltiplas aplicações. Neste campo, oferecemos o conceito “One Stop Shop”, ou seja, disponibilizamos aos clientes os diferentes tipos de embalagens.

Que medidas adota o grupo Seda para garantir que as suas embalagens tenham uma pegada ambiental reduzida? E como medem o impacto ambiental dessas

mesmas embalagens?

Todas as embalagens Seda são projetadas de acordo com os princípios do ecodesign, que se regem pela otimização, minimização do uso de materiais e a reciclabilidade. Para medir o impacto ambiental dos nossos produtos, utilizamos ferramentas como o cálculo da pegada de carbono dos produtos ou as LCA (análises do ciclo de vida do produto).

Que metas específicas tem o vosso grupo para reduzir as emissões de carbono ou o consumo de recursos naturais?

A Seda tem metas de redução de emissões bem definidas até 2030 e conta, para isso, com o sistema SBTi (*Science Based Targets Initiative*), o mais ambicioso do mundo em termos de monitorização e redução de emissões de gases com efeito de estufa.

Quais são os principais desafios que a vossa empresa enfrenta na produção de embalagens sustentáveis? E as principais oportunidades para o setor?

Os principais desafios e, ao mesmo tempo, oportunidades dizem respeito à atenção dada à utilização de materiais renováveis, como o papel, em detrimento de materiais não renováveis, como o plástico. Outro desafio consiste em garantir a verdadeira reciclabilidade das embalagens, depois de utilizadas. A este respeito, é importante salientar que as embalagens de papel são totalmente recicláveis e são atualmente os materiais mais reciclados na Europa.

Como se adapta o Grupo Seda às mudanças regulatórias ou às tendências do consumidor?

Já há diversos anos que a Seda está comprometida em reduzir o conteúdo de plástico nas embalagens de papel composto, até que seja completamente eliminado ao longo do tempo. Hoje, esta tendência de reduzir ou eliminar completamente o plástico também está fortemente alinhada com os requisitos dos novos regulamentos da União Europeia (SUPD – *Single Use Plastics* e PPWR – *Packaging and Packaging Waste Regulation*), e também com os consumidores.

Quais as tendências que têm identificado entre os clientes portugueses? Estão mais informados e conscientes em relação à sustentabilidade?

Sim, sem dúvida, mas ainda

temos bastante trabalho a fazer, sobretudo em termos de comunicação, campo em que as entidades públicas poderão ajudar a esclarecer e a apoiar os consumidores portugueses no prosseguimento deste processo.

De que forma a DECO PROTeste pode, em parceria com a Seda, desenvolver projetos que acelerem mudanças e comportamentos de consumo?

Pode ajudar a informar e a educar os consumidores sobre a reciclagem consciente. Desde sempre, trabalhamos em todos os países europeus para desenvolver, cada vez mais, as melhores práticas de reciclagem. Com a McDonald's, por exemplo, em Itália, temos, há vários anos, um projeto chamado Roadshow da Sustentabilidade – Rumo a um Futuro 100% Sustentável. Este é um projeto itinerante promovido pela McDonald's Itália, pela Seda e pela Comieco, que conta a história do caminho comum de transição ecológica para a economia circular, tornado possível graças à utilização de materiais facilmente recicláveis, como o papel, a montante, e a recolha seletiva adequada e à gestão de resíduos, a jusante. A oportunidade é única: educar milhões de consumidores para comportamentos virtuosos no campo da reciclagem de resíduos e na redução do impacto ambiental, sensibilizando-os para o assunto e tornando-os conscientes da importância dos seus gestos. A McDonald's assume um papel fundamental na aceleração do processo de transição ecológica, equipando os seus restaurantes de forma a que atinjam 100% de reciclagem de embalagens, representando um elo crucial na cadeia de abastecimento de embalagens e reciclagem, desde o fabricante dessas mesmas embalagens até às fábricas de reciclagem. É crucial porque representam o ponto de

contacto e o envolvimento com o consumidor. Este projeto está também a decorrer na McDonald's Portugal. Estes projetos são particularmente relevantes porque representam um compromisso da Seda com a sua cadeia de abastecimento, permitindo-nos gerir o ciclo de vida dos resíduos de forma mais responsável, envolvendo milhões de consumidores numa viagem pelos valores e melhores práticas. O nosso objetivo é informar e formar os consumidores para os tornar cidadãos responsáveis e protagonistas comprometidos com a implementação dos princípios fundadores da economia circular. ●

“O nosso objetivo é informar e formar os consumidores para os tornar cidadãos responsáveis e protagonistas comprometidos com a economia circular”

“Até 2032, prevemos reduzir em 51% as emissões das nossas operações e em 31% as emissões da nossa cadeia de abastecimento, face a 2022”

“Por um Futuro Sustentável, à Nossa Maneira” é uma das afirmações em destaque no vosso site. Como faz a MC Continente para rumar a um futuro mais sustentável? Quais são os principais pilares em matéria de sustentabilidade?

Na MC, todos os dias são o dia certo para procurar respostas para velhos e novos desafios, contribuindo, já hoje, para a construção de um futuro melhor para as pessoas, comunidades e para o planeta. Apesar de estar em destaque na agenda pública, a preocupação com a sustentabilidade já faz parte da gestão da MC há vários anos, sendo um valor enraizado no ADN da empresa. A estratégia de sustentabilidade que desenhamos é uma ferramenta fundamental para alinhar os esforços das diferentes equipas e integrar a temática na gestão do negócio. Esta estratégia assenta em quatro agendas principais: Ação Climática, Circularidade, Produção Sustentável e Oferta Responsável, complementadas pela nossa estratégia de Apoio à Comunidade e de People. Para cada agenda, definimos objetivos, linhas e planos de ação que suportam a intervenção das nossas equipas, num esforço que vai muito além das nossas operações e que aborda diferentes desafios da nossa cadeia de valor.



Mariana Silva
Head of Sustainability MC
(Grupo Sonae)

de 86%; 66 milhões de euros de desperdício alimentar evitado; 31 milhões de euros de apoio direto à comunidade: estes são alguns números do relatório anual de 2023. Que estratégia seguiram para alcançá-los, quer ao nível da reciclabilidade, do desperdício alimentar e do apoio comunitário?

Cada agenda tem objetivos específicos, para os quais foram criados planos de ação. Ao nível da reciclabilidade das embalagens, foi realizado um trabalho entre as equipas de desenvolvimento de produto, sustentabilidade e comercial, que teve início com o mapeamento detalhado das características das nossas embalagens e aferição da sua reciclabilidade. Foram criadas diretrizes de suporte ao desenvolvimento das embalagens dos nossos produtos, alinhadas com a matriz de reciclabilidade e princípio do ecodesign, e implementado um plano de alteração para as embalagens não recicláveis. Este plano apoia os esforços de alteração e procura de soluções inovadoras. Ainda temos um importante caminho a percorrer. Para algumas embalagens, ainda não existem soluções industrialmente viáveis ou que não afetem de forma relevante as características dos produtos, como reduzir substancialmente o prazo de validade dos produtos, entre outros. Quanto ao combate ao desperdício alimentar, o plano de ação inclui um conjunto alargado de

Uma taxa de reciclabilidade de embalagens de plástico

iniciativas, que contemplam a melhoria dos mecanismos de provisionamento, a formação das nossas equipas e a criação de um conjunto de mecanismos que nos ajudam a acelerar o escoamento dos produtos que, estando em ótimas condições de consumo, se aproximam da sua data de validade. Este plano contempla ainda um conjunto de iniciativas de sensibilização dos consumidores. No apoio à comunidade, a Missão Continente desempenha um papel crucial, direcionando diariamente excedentes alimentares e não alimentares para instituições de solidariedade e promovendo um impacto positivo nas comunidades onde operamos.

Quais são os principais objetivos de sustentabilidade da MC Continente nos próximos anos?

Destacaria os objetivos ambiciosos que definimos para as emissões de gases com efeito de estufa, com metas específicas validadas pela *Science Based Targets Initiative* (SBTi): até 2032, reduzir em 51% as emissões das nossas operações e em 31% as emissões da nossa cadeia de abastecimento, face a 2022. A MC está também comprometida com a neutralidade carbónica das suas operações até 2040. Estamos igualmente focados em garantir que todas as nossas embalagens sejam recicláveis, compostáveis ou reutilizáveis, em reduzir para metade o desperdício alimentar nas operações e em assegurar zero desflorestação associada a matérias-primas críticas.

Que iniciativas têm adotado para promover produtos sustentáveis, como os biológicos ou de comércio justo? Há também programas específicos para incentivar a economia circular ou o uso de produtos de origem sustentável?

Destaco o trabalho feito pelo Clube de Produtores Continente (CPC) que, para promover a produção e o consumo sustentáveis e um sistema alimentar que respeite o ambiente, estabeleceu uma Declaração para a Sustentabilidade, baseada em 11 princípios e diversas iniciativas. No último ano, lançou o Programa de Agricultura Regenerativa, que visa o desenvolvimento de um protocolo de cultivo junto dos produtores. Este abrange um conjunto de ferramentas de diagnóstico e suporte à tomada

de decisão dos produtores, de forma a garantir melhores condições do solo, salvaguardar a nutrição das plantas e gerir a água disponível, otimizando a produtividade e minimizando o impacto ambiental da atividade. O Programa de Agroecologia foi desenhado com o objetivo de apoiar os produtores aderentes com um plano de atuação para as suas explorações, com base em três fatores-chave: Água, Biodiversidade e Carbono (ABC). Saliento também o “Footprint MC”, uma plataforma que permite aos produtores aferir a pegada carbónica e hídrica dos seus produtos e identificar oportunidades de melhoria.

Quais são as práticas que a MC Continente tem adotado para reduzir o consumo de energia e o impacto ambiental nas lojas e em todas as operações logísticas? Há projetos de energia renováveis em curso?

A MC investe de forma significativa na eficiência e flexibilidade do consumo energético das suas operações, apostando na instalação de equipamentos e sistemas de melhor desempenho – tanto ao nível da refrigeração, como da climatização e da iluminação das lojas –, e criando condições para uma monitorização e uma gestão mais eficazes dos consumos. No dia-a-dia da nossa operação, o Sistema de Gestão Ambiental implementado nas lojas é crucial para a prossecução deste objetivo. Temos cerca de 80 instalações certificadas ambientalmente de acordo com a norma ISO 14001, onde se incluem todos os nossos entrepostos logísticos. A MC também tem feito um forte investimento na produção e aquisição de energia renovável. Em 2023, aumentámos em 40,5% a nossa capacidade de produção de energia renovável no local, tendo concluído o ano com 264 centrais em funcionamento. Este investimento é complementado por um conjunto de acordos de compra de eletricidade renovável a longo prazo (PPA offsite).

Quais as principais iniciativas ou programas de responsabilidade social que a vossa empresa apoia? E como promove a inclusão dentro da organização?

A Missão Continente representa todas as iniciativas de responsabilidade social do Continente, através da qual são apoiadas diversas instituições de solidariedade anualmente. No

“No primeiro trimestre de 2024, a Missão Continente distribuiu mais de 7,6 milhões de euros em produtos alimentares e não alimentares a 1033 instituições de solidariedade social e de apoio a animais”

primeiro trimestre de 2024, a Missão Continente distribuiu mais de 7,6 milhões de euros em produtos alimentares e não alimentares a 1033 instituições de solidariedade social e de apoio a animais em todo o País. Deste valor, mais de 7 milhões de euros corresponderam a excedentes alimentares – produtos que, apesar de já não terem valor comercial, conservam condições de consumo –, o equivalente a mais de 2 milhões de refeições salvas. Além das doações às instituições que ajuda regularmente, a Missão Continente disponibiliza bens alimentares aos colaboradores, para consumo nas áreas sociais das lojas e entrepostos da MC. Estes incluem produtos frescos como fruta, legumes mercearia e artigos de padaria, entre outros bens alimentares.

Quais são os critérios de seleção dos fornecedores para garantir práticas sustentáveis e éticas? Há parcerias com produtores locais para promover práticas agrícolas sustentáveis?

A seleção, qualificação e avaliação dos nossos fornecedores é realizada com base em critérios rigorosos que incluem práticas sustentáveis e éticas, como o respeito pelos direitos humanos e a proteção ambiental. Mantemos parcerias com produtores locais através do Clube de Produtores Continente (CPC), que promove práticas agrícolas mais sustentáveis e que abarca cerca de 340 produtores e mais de 570 milhões de euros em compras à produção nacional, que se refletem em mais de 240 toneladas de produtos.

Como vê a MC o futuro da sustentabilidade no retalho alimentar em Portugal? E qual será o vosso papel?

De forma genérica, em Portugal, o retalho tem assumido uma posição de destaque na prossecução da agenda da sustentabilidade. As diferentes iniciativas dinamizadas pela APED são exemplo disso, quer falemos do Roteiro para a Descarbonização do setor,

das ações de combate ao desperdício alimentar ou do piloto do Sistema de Depósito e Reembolso. Na MC, em particular, acreditamos que temos um papel a desempenhar enquanto catalisador da transformação que é necessária operar no sistema alimentar, alinhando a cadeia de abastecimento com as dimensões mais críticas e as melhores práticas, promovendo maior transparência e incentivando comportamentos mais sustentáveis entre os consumidores e promovendo o acesso a uma cesta mais saudável e sustentável.

Quais são os próximos passos para continuarem a rumar para “um futuro mais sustentável, à vossa maneira”?

Os próximos anos serão particularmente exigentes, na medida em que nos vão obrigar a conciliar a transposição e adoção de um vasto conjunto de novos requisitos legais, mantendo, simultaneamente, o foco na implementação da nossa estratégia de sustentabilidade e na prossecução dos ambiciosos objetivos que estabelecemos. O trabalho junto da cadeia de abastecimento será uma das áreas onde pretendemos acelerar, considerando os aspetos materiais da nossa atividade.

Qual a importância da parceria com a DECO PROTeste, organização que tornou possível a criação do Dia Nacional da Sustentabilidade a 25 de setembro?

Esta parceria é importante, já que salienta a importância e amplifica o impacto de ações coletivas em prol de um futuro mais sustentável. Celebrar o Dia Nacional da Sustentabilidade é uma oportunidade para destacar as práticas que temos implementado e um importante compromisso sobre o longo caminho que ainda há a percorrer, mas que sabemos estar a dar os passos certos, e a ajudar a abri-lo para muitas outras empresas e consumidores. ●

“A parceria com a DECO PROTeste salienta a importância e amplifica o impacto de ações coletivas em defesa de um futuro mais sustentável”

“O foco principal do grupo é ajudar as empresas a adotar práticas de circularidade em toda a cadeia de valor”

Pode fazer um resumo do trajeto da European Recycling Platform (ERP) Portugal e do seu papel na gestão dos resíduos? Como operam neste setor?

A ERP Portugal foi constituída há praticamente duas décadas para operar na gestão de Resíduos de Equipamentos Elétricos e Eletrónicos (REEE), por iniciativa de quatro grandes fabricantes de equipamentos: o grupo Gillette Portugal (atualmente, Procter & Gamble Portugal), a Electrolux, a Hewlett Packard Portugal e a Sony Portugal (atualmente, Sony Europe Limited, sucursal em Portugal). Em 2010, a ERP Portugal alargou o seu âmbito à Gestão de Resíduos de Pilhas e Acumuladores (RPA), atualmente designado apenas por Resíduos de Baterias (RB). Em 2020, a LE Electronics Portugal tornou-se associada da ERP Portugal. No fundo, a ERP Portugal assume a responsabilidade dos aderentes de Equipamentos Elétricos e Eletrónicos (EEE) e Baterias, tal como definido no Decreto-Lei n.º 152-D/2017, de 11 de dezembro, na sua atual redação, através da assinatura de um contrato de transferência de responsabilidade. Os produtores de EEE e Baterias, seus aderentes, têm a responsabilidade de financiar toda a cadeia de gestão dos resíduos, fazendo-o através do pagamento de prestações financeiras pelas quantidades colocadas no mercado, em massa, por categorias legais. A atividade da ERP Portugal, como Entidade Gestora de Sistemas Integrados de REEE e de RB, tem por base as licenças que lhe foram conferidas pelo Estado Português para a gestão destes



Rosa Monforte

Country General Manager da
European Recycling Platform
Portugal

resíduos, através dos despachos conjuntos números 8/ME/MAEN/2024, referente a REEE, e 7/ME/MAEN/2024, referente a Baterias, ambos de 28 de junho de 2024. Atualmente, a ERP Portugal apoia cerca de 900 empresas no cumprimento das suas obrigações legais no âmbito da responsabilidade alargada do produtor (RAP), fazendo o correto encaminhamento e tratamento de REEE e RB.

Como se integra a sustentabilidade na vossa estratégia? Quais são os principais objetivos para os próximos anos?

A sustentabilidade é parte integrante da atividade da ERP Portugal e está intrinsecamente ligada aos objetivos dos próximos anos. Com

a atribuição de novas Licenças para a Gestão de Resíduos Elétricos e Eletrónicos e Gestão de Resíduos de Baterias para os próximos 10 anos, a ERP Portugal continuará a desenvolver a sua atividade, com o foco na hierarquia da gestão de resíduos, promovendo as melhores práticas no que respeita ao correto tratamento de resíduos, onde se inclui a prevenção, a reutilização e a reciclagem. Tendo como objetivo o aumento progressivo das metas de recolha destes fluxos específicos de resíduos, que são dos setores com desempenhos mais baixos e onde o consumo mais cresce em todo o mundo, torna-se necessário sensibilizar e educar o cidadão para as obrigações cívicas, e promover novas e inovadoras redes de recolha que permitam uma melhoria de todo o processo e garantam a correta descontaminação e obtenção de matérias-primas críticas.

De que forma a ERP Portugal contribui para as metas de sustentabilidade e economia circular ao nível nacional e europeu?

A ERP Portugal integra uma plataforma europeia de gestão de resíduos com presença em 14 países europeus, tendo já expandido a atividade para outros continentes, como América do Norte e América do Sul, África e Ásia. O foco principal do grupo é o de ajudar as empresas a adotar práticas de circularidade em toda a cadeia de valor, com um *know-how* incomparável nesta área e disponibilizando uma gama alargada de serviços, que vai desde a consultoria e estudos técnicos, à oferta de serviços de *compliance*, recolha de resíduos, seleção e auditoria de fornecedores de tratamento de resíduos, entre outros. O grupo promove ainda o empreendedorismo e a inovação, através de um concurso internacional para apresentar projetos na área da economia circular, que se intitula “*Green Alley Award*”. A ERP Portugal beneficia de todo o *know-how* da plataforma que integra, incorporando as melhores práticas e implementando-as na sua gestão diária. Desenvolvemos, igualmente, a atividade com base nos ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável), em particular os referentes à produção e consumo sustentáveis, ação climática, proteção da vida marinha e da vida terrestre. Além disso, mantemos a nossa posição perante a importância dos programas de sensibilização e educação ambiental, com ações para diferentes públicos-alvo. Ao longo destes 20 anos, temos vindo a promover campanhas de alteração dos comportamentos, nomeadamente a “Geração Depositário”, a campanha “Junta na Freguesia”, e contamos, muito em breve, abrir portas ao nosso Centro de Sensibilização Ambiental, vocacionado para educar e sensibilizar o público escolar até aos 12 anos.

Trabalham com cerca de 900 empresas, com base no princípio da Responsabilidade Alargada do Produtor. O que significa isto? Qual é o plano de ação e a metodologia da ERP Portugal nesta ligação?

Significa que a ERP Portugal, nos fluxos que gere, tem a confiança de cerca de 900 empresas que transferiram as suas obrigações legais no que à Responsabilidade Alargada do Produtor diz respeito. Com a confiança firmada ao longo de 20 anos e com trabalho de transparência no mercado concorrencial, acompanhamos os produtores durante todo o processo,

desde o seu registo, transmissão periódica de informação, recolha de resíduos, rastreabilidade, comunicação e educação ambiental. Nomeadamente, através do desenvolvimento de programas, como por exemplo o “Parceiro Sustentável”, onde trabalhamos de perto com os nossos aderentes, numa ótica de sensibilização para a sustentabilidade e circularidade.

De que forma se processa a gestão dos Resíduos de Equipamentos Elétricos e Eletrónicos (REEE), bem como a gestão dos Resíduos de Baterias (RB), Pilhas e Acumuladores (RPA) e Resíduos de Embalagens (RE), desde a recolha até à reciclagem?

No que diz respeito ao cidadão, a ERP Portugal atua ainda antes da recolha através das campanhas de sensibilização, para levar o consumidor até aos pontos de entrega, nomeadamente através da plataforma eureciclo.pt. Aqui o cidadão tem disponível a informação sobre os locais de entrega de resíduos mais próximos da sua localização. Esta plataforma permite ainda que qualquer empresa, escola ou entidade solicite um pedido de recolha nas suas instalações, o que fazemos sem qualquer custo. Os restantes canais de recolha da ERP Portugal são os sistemas municipais (SGRU), as empresas, as escolas, as juntas de freguesia, os comerciantes e a distribuição, tendo este último um papel preponderante pelas obrigações na “troca do velho pelo novo” e pela sua rede de proximidade ao cidadão, tornando-se um local de entrega de resíduos de fácil acesso e com uma cobertura geográfica alargada. Após recolhidos, os REEE e RB são entregues num centro de recolha, onde são separados preliminarmente, em função da sua categoria operacional de tratamento. Na etapa seguinte, são devidamente encaminhados para

tratamento, onde se procede à sua descontaminação e reciclagem ou valorização. A etapa da obtenção de matérias-primas (reciclagem) encerra o circuito e dá origem ao fabrico de novos produtos (incorporação de materiais na indústria). A ERP Portugal promove igualmente a preparação para reutilização e a reutilização, através de projetos em parceria com outras entidades, que fazem a reparação de equipamentos, estendendo a vida útil dos mesmos e ajudando os mais carenciados, uma vez que os equipamentos são doados a instituições. Nestes projetos, promove-se a educação

“Nos fluxos que gerimos, vemos o futuro com apreensão. Estamos com níveis de recolha muito baixos, o que nos deixa muito aquém das metas europeias”

e a formação, a criação de empregos “verdes” e a responsabilidade social.

Quais são as principais preocupações ambientais associadas a estes resíduos? E como está a ERP Portugal a tentar contorná-las?

As principais preocupações ambientais residem essencialmente nos resíduos que fogem do fluxo formal de recolha. Os resíduos elétricos e eletrónicos, por terem um valor positivo no mercado, são frequentemente desviados para mercados informais onde são removidos os componentes com valor económico, sem qualquer preocupação ambiental, provocando danos ambientais e a impossibilidade de recuperar matérias-primas. Conclui-se que pode acontecer existirem resíduos que contêm substâncias consideradas perigosas, como é o caso dos gases fluorados e dos metais pesados, que por não seguirem o devido fluxo, podem ter um impacto nocivo tanto para o Ambiente como para a saúde humana. Neste ponto, defendemos uma ação musculada das autoridades competentes para atuarem no mercado, na identificação e penalização dos infratores. O desvio dos resíduos, além do dano ambiental, acarreta o dano económico e a impossibilidade de cumprimento de metas.

Que inovações ou melhorias tecnológicas têm sido implementadas para otimizar o processo de reciclagem de todos estes resíduos: REEE, RB, RPA e RE?

A ERP Portugal tem vindo a participar em vários projetos que promovem a melhoria dos processos existentes, bem como trabalha na introdução de novas tecnologias. É exemplo disto a participação no consórcio de entidades que desenvolveram e aplicaram o projeto “LIFE-4-Fgases”. O âmbito foca-se na reciclagem e na reutilização seletiva de mistura de hidrofluorcarbonetos (HFC), através da integração da tecnologia de membrana com o processo de adsorção avançado HAMSYS (*Hybrid Adsorption and Membrane SYStem*). Este desenvolvimento permite uma redução drástica nas quantidades de gases que necessitam de incineração, permitindo benefícios ambientais e económicos. A ERP Portugal tem colaborado noutros projetos que visam otimizar o processo de reciclagem dos fluxos de resíduos que gere. O ecodesign

dos produtos também é fundamental para que, no futuro, possamos ter uma reciclagem mais eficiente, mas essa já é uma responsabilidade dos fabricantes, sendo que à ERP Portugal cabe apoiar iniciativas que promovam a melhoria do design dos produtos e a utilização de novos materiais.

Como vê o futuro da gestão de resíduos em Portugal e na Europa, sobretudo no contexto da transição para uma economia circular?

No que respeita aos fluxos que gerimos, vemos com grande apreensão. Estamos com níveis de recolha muito baixos, o que nos deixa muito aquém das metas europeias. Sabemos que as metas não são cumpridas na maioria dos países europeus. Contudo o desempenho de Portugal é, de facto, muito inferior à média. Por um lado, são resíduos com valor e que alimentam uma economia paralela, num país onde os salários são dos mais baixos da Europa e, por outro lado, existe muita dificuldade no controlo destas redes de desvio de resíduos e falta de recursos das autoridades competentes para atuar. Ainda assim, estamos otimistas porque estamos a identificar e a implementar medidas para aumentar os quantitativos de recolha, e acreditamos que, com inovação e educação, podemos traçar um futuro mais circular e promissor.

A DECO PROTeste tornou possível a criação do Dia Nacional da Sustentabilidade a 25 de setembro. Qual é a importância desta parceria?

A DECO PROTeste é nossa aderente desde o início da nossa existência. Como entidade credível, juntámo-nos, em primeira análise, com o objetivo de divulgarmos a nossa plataforma eureciclo.pt. Esta plataforma tem como objetivo permitir que a população saiba, de forma transversal e georreferenciada, onde depositar os seus resíduos, de forma a que nós façamos depois a recolha. Além disso, estamos a lançar, neste Dia Nacional da Sustentabilidade, um estudo em conjunto com a DECO PROTeste, cujo objetivo passa por perceber as dificuldades que os portugueses encontram no correto encaminhamento dos resíduos de ambos os fluxos, assim como perceber, nos vários públicos-alvo a atingir, quais as metodologias que devem ser aplicadas para uma taxa menor de desvio das metas. ●

“Defendemos uma ação musculada das autoridades. O desvio dos resíduos, além do dano ambiental, acarreta o dano económico e a impossibilidade de cumprimento de metas”

SABERPOUPAR.pt É EQUILIBRAR AS CONTAS

Poupe no crédito à habitação,
combustíveis, energia, seguros,
telecomunicações, custos
bancários e supermercados

Simule já em
SaberPoupar.pt

POUPE
MAIS DE
1600 €
POR ANO

Se preferir, fale connosco:
211 215 730
(Dias úteis, das 9h às 18h, chamada para rede fixa nacional)



DECO PROTeste
SABER É PODER



COMO VERIFICAR A QUALIDADE DA ÁGUA DA TORNEIRA

Em Portugal, 98,88% da água distribuída para consumo humano é segura, segundo a Entidade Reguladora dos Serviços de Águas e Resíduos. Ao abrir a torneira em casa pode beber com toda a segurança. As análises à qualidade da água na torneira do consumidor são feitas a vários parâmetros físico-químicos e microbiológicos, assim como a cheiro, sabor, cor, e até radioatividade. Ao escolher água da torneira, em vez de a comprar engarrafada, além de ser mais amigo do ambiente (evita resíduos de plástico ou de vidro), consegue uma poupança considerável por ano. No entanto, o seu aspeto não é uniforme em todas as torneiras nacionais. Nada que nos impeça de a beber. O que podemos fazer se uma destas situações acontecer? Destacam-se alguns gestos simples. Por vezes, a água pode sair turva ou branca. Provavelmente, deve existir

ar dissolvido na água, devido às oscilações de pressão nas tubagens e nos reservatórios. É um fenómeno pontual e não afeta a qualidade. Se deixar a água repousar alguns instantes num copo transparente, voltará a ficar límpida.

Outras vezes, aparece castanha ou avermelhada. A “culpa” é da formação e do arrastamento de depósitos de ferro nas tubagens. Para voltar a ficar clara, basta deixar correr a água durante algum tempo. Use-a só depois deste procedimento.

Se souber a cloro, não há problema. Este químico é usado para purificar a água, eliminando bactérias e microrganismos que podem contaminar o abastecimento e causar doenças. A receita, para que o cheiro ou o sabor passem, é agitar a água, de forma a libertar o cloro mais rapidamente, ou guardá-la no frigorífico, bem acondicionada.

Água dura ou macia?

Outro aspeto a ter em conta em algumas regiões do País: a água é dura quando tem grandes concentrações de sais dissolvidos, como cálcio e magnésio. Pode, por isso, não dissolver bem sabão, detergentes e champôs, e pode causar acumulações de calcário nos equipamentos.

De um modo geral, a água é mais macia no Norte e no Centro, com algumas exceções (Cantanhede, Mira e Alcobaça, onde é muito dura), e moderada a muito dura no Sul. De um modo geral, na Área Metropolitana de Lisboa, a água é macia, e só Cascais apresenta água mais dura.

Algumas marcas de detergente para lavar roupa aconselham a dose a usar de acordo com a dureza da água, que é diferente ao longo do território nacional. Por isso, muitas vezes, assinalam-no num mapa incluído na embalagem. ◆



NOVE MITOS SOBRE RECICLAGEM

Algumas frases feitas sobre a reciclagem estão erradas. Não embarque em notícias falsas ou boatos. Destacamos alguns mitos frequentes.

Veja aqui o [vídeo](#)

“Separamos, e o camião mistura tudo”

De facto, a recolha de papel e de plástico pode ser feita com o mesmo camião, para poupar recursos. Mas este veículo tem dois compartimentos, para separar ambos os tipos de materiais.

“É preciso lavar as embalagens antes de as colocar no ecoponto”

Mais um clássico da boateira. Todas as empresas recicladoras estão equipadas com sistema de lavagem. Não é necessário lavar as embalagens. Deve, antes, escorrê-las e espalmá-las.

“Já pago a gestão de resíduos na fatura da água”

Até 1 de julho de 2026, o cálculo da tarifa de resíduos deixará de estar indexado à quantidade de água consumida.

“Os produtos só podem ser reciclados uma vez”

Os materiais não têm todos a mesma durabilidade, mas, por exemplo, o metal e o vidro podem ser reciclados vezes sem conta.

“Se separar, tiro trabalho às pessoas”

Pelo contrário. Se fizer a correta separação dos resíduos em casa, irá contribuir para a criação de mais postos de trabalho. Será necessário recrutar mais pessoas para as estações de triagem.

“Não tenho espaço na cozinha para fazer a separação dos resíduos”

Há desculpas melhores, convenhamos... Existem contentores pequenos, que se montam uns em cima de outros. Outra opção é pendurar um saco no puxador da porta.

“Reciclar não traz benefícios para o planeta”

Os benefícios são claros. A energia poupada pela reciclagem de materiais

face ao que seria gasto para fazer os mesmos produtos “de raiz” é de 95%, no caso das latas de alumínio, e de 60%, no do papel. Além disso, reciclar faz com que os materiais tenham nova vida, impedindo que sejam incinerados ou que acabem no aterro.

“Para serem recicladas, as embalagens têm de estar em perfeitas condições”

É uma ideia estranha, mesmo na escala dos mitos. Aliás, as embalagens devem, sempre que possível, ser espalmadas, para ocuparem menos espaço nos contentores.

“Fazer a separação dos resíduos demora muito tempo”

Existem ecopontos espalhados pelas várias zonas do País. Com alguns locais a terem já recolha porta-a-porta, a diferença é apenas depositar uma embalagem no local correto ou no errado. Mesmo que não exista ecoponto à porta de casa, provavelmente terá um a curta distância. ●



O QUE FAZER COM OS BRINQUEDOS USADOS?

Nunca pensou no que fazer aos brinquedos que se foram acumulando ao longo dos anos? Agora que os miúdos estão mais crescidos, vai deitá-los fora? Não deve fazê-lo. Há outras crianças que os podem herdar, mesmo que não as conheça. E há outras opções para evitar colocá-los no lixo ou deixá-los esquecidos numa caixa: eles são como qualquer outro objeto, têm impacto ambiental, tal como os outros resíduos com os quais não temos uma especial relação afetiva. Doar, trocar, comprar e vender em segunda mão (desde que o brinquedo esteja em boas condições) e reparar são as primeiras opções para dar nova vida aos brinquedos. A compra e venda de brinquedos em segunda mão é uma forma de os valorizar. Podemos entregá-los a uma instituição, que, por certo, irá encaminhá-los para quem deles precisa. Outras crianças, apoiadas por instituições de solidariedade social, vão poder ganhar

novos objetos de afeição para as brincadeiras.

Atenção à segurança dos brinquedos

Deve ter alguns cuidados para garantir que os artigos estão em bom estado e não implicam riscos. Antes de comprar, tenha em atenção a informação sobre a segurança desse brinquedo e compre em sítios da internet de confiança. As lojas em segunda mão dedicadas a artigos para crianças fazem, normalmente, uma verificação. O ideal é que o brinquedo esteja na embalagem, com a informação sobre avisos de segurança, identificação e morada da marca ou representante. Caso tenha dúvidas, contacte a marca. Veja, ainda, se o brinquedo indica a faixa etária e se se adequa à idade da criança. Se estiver a selecionar um brinquedo para bebés com menos de três anos e não souber se é apropriado, deixe-o de parte.

Doar, trocar, comprar e vender em segunda mão (desde que o brinquedo esteja em boas condições) e reparar são as opções

Verifique ainda se o produto já foi alvo de recolha. Para isso, basta consultar o sistema de alerta rápido para produtos perigosos, o chamado [Sistema Safety Gate \(Rapex\)](#), que permite saber quais os brinquedos que foram retirados do mercado ao longo dos anos, o tipo de risco (asfixia, queimaduras, químico, engasgamento, cortes, choque elétrico, ferimentos, etc.) e o nível de risco (grave, etc.) para as crianças. Antes de tomar a decisão mais adequada sobre o novo destino do



brinquedo, verifique se ele está em perfeitas condições, sem pequenas peças facilmente destacáveis, que um bebé possa introduzir na boca ou no nariz, e sem pontas aguçadas que causem ferimentos. Analise também a resistência das costuras e se o enchimento tem o acesso vedado. As pilhas do tipo botão são outra preocupação. Por serem de pequena dimensão, podem ser ingeridas e provocar graves danos nos órgãos internos e, no limite, darem origem a acidentes fatais. A zona que contém as pilhas deve ser de acesso impossível para a criança. Verifique se há perigo de caírem do compartimento.

Reciclar brinquedos? É quase impossível

É difícil, senão impossível, entregar os brinquedos para reciclar. De facto, em todo o País, faltam pontos de recolha, como os que já existem para plásticos, por exemplo. Fica já a advertência: apesar de as bonecas ou figuras de ação, por exemplo, serem feitas de plástico, não podem ser encaminhadas para o ecoponto amarelo, por serem constituídas por materiais muito diversos, nem sempre recicláveis. No entanto, brinquedos como carrinhos telecomandados, por

exemplo, são REEE, ou seja, Resíduos de Equipamentos Elétricos e Eletrónicos, e têm lugares específicos para a sua recolha. Pode encontrar o mais próximo da sua área de residência consultando os sites [Onde Reciclar](#) e [Eu Reciclo](#). Onde e como doar? Onde comprar, vender e trocar brinquedos usados? [Confira a lista das instituições](#) habilitadas e das lojas lendo o artigo completo.

Onde reparar brinquedos?

HOSPITAL DE BONECAS
Muita gente já ouviu falar do mais que centenário Hospital de Bonecas, no centro de Lisboa. A loja, na Praça da Figueira, repara brinquedos desde 1830. Além dos brinquedos que lhe dão o nome, restaura vários peluches e miniaturas, como casas de bonecas. A loja aconselha a levar o brinquedo para verificação da reparabilidade por um técnico. Funciona das 10h às 19h, nos dias de semana, e das 10h às 18h, ao sábado. Se pretender uma visita ao sábado, é preferível ligar a confirmar se está aberta.

REPAIR CAFÉ

Num clima informal, gente de todas as idades reúne-se para um ritual

frequente. O Repair Café é um espaço onde várias pessoas se juntam para reparar diferentes tipos de produtos, como torradeiras, aquecedores ou varinhas mágicas. E, claro, também brinquedos.

Em Lisboa, está disponível diariamente no Mercado do Forno Tijolo, situado na freguesia de Arroios, e tem algumas regras, bem definidas: o trabalho é gratuito e feito de acordo com a disponibilidade de voluntários com experiência em reparações. Mas há também um propósito pedagógico, numa cultura de "faça você mesmo": sempre que possível, cada pessoa será incentivada a reparar o seu objeto com a ajuda de um voluntário.

Outro mandamento importante: nem sempre é possível efetuar as reparações desejadas, ou reconstruir aparelhos desmontados. Há objetos que, devemos admitir, chegaram mesmo ao fim da vida. Tal como teremos de estar preparados para admitir que alguns objetos se avariem novamente. Quem leva um aparelho para arranjar fá-lo por sua conta e risco. Os voluntários não são responsáveis pelos consertos em que participam, nem por objetos reparados que não funcionem adequadamente depois de serem levados para casa. ●



SACOS DE COMPRAS: QUAL A OPÇÃO MAIS ECOLÓGICA?

Qual é o impacto ambiental dos sacos de compras? Qual é a melhor opção para o consumidor? Foi o que procurou responder o teste em 2021, com as organizações de defesa do consumidor congéneres da DECO PROteste na Bélgica, em Itália e em Espanha. Submeteram-se 96 amostras de sacos à prova da capacidade e do número de usos para compensar o impacto ambiental. Avaliou-se o ciclo de vida, conjugando-o com o volume máximo de cada saco. O objetivo era responder à pergunta: “Quantos sacos de cada categoria são necessários para transportar produtos de mercearia com um volume de 20 litros e um peso de 10 quilos, numa só ida às compras?” Foi necessário enchê-los com esferovite para medir o seu volume máximo. Consoante os tamanhos dos exemplares do nosso teste, a resposta oscilou entre um e dois sacos. Quanto mais impacto tiver sobre o ambiente, maior o número de vezes

que teremos de reutilizar um saco para compensar o estrago.

Qual o saco mais amigo do ambiente?

A DECO PROteste escolheu vários cenários e personagens imaginárias que correspondiam a comportamentos de diferentes consumidores:

- A Dona Arminda, que não dispensa o seu trolley para as compras há mais de dez anos.
- O António, que se esquece sempre do saco reutilizável e tem de comprar um saco de plástico.
- A Joana, que usa um saco de algodão biológico com uma inscrição estampada.
- A Maria, que prefere o saco de poliéster com florinhas pintadas pela filha.

Quem tem a melhor prática ambiental na relação com os sacos de compras? Se escolheu o trolley usado para as

O teste traçou vários cenários: utilizadores de saco de plástico, trolley, sacos de algodão, de poliéster, entre outros materiais

compras há mais de dez anos, tem razão. A Dona Arminda tem poupado ao ambiente consideráveis quilos de plástico e de papel. Mas, se escolheu o António, também acertou. Se o cliente compra sacos de plástico a cada ida à mercearia, não estará a prejudicar o ambiente? Depende: se o consumidor se esquece com frequência dos sacos



reutilizáveis em casa, tem de considerar a melhor opção. É melhor que compre sacos de plástico do que sacos de algodão, partindo do princípio de que se irá esquecer dos últimos em casa. E se o António voltar a usar esses mesmos sacos de plástico noutras compras ou para depositar o lixo, está a reutilizá-los, de alguma forma. Vamos supor que o faz.

Veja aqui o [vídeo](#)

As respostas variam muito. Mas a pergunta mantém-se: quantas vezes, afinal, temos de utilizar cada alternativa, para que esta tenha menos impactos ambientais do que comprar sacos de plástico a cada ida às compras?

- Trolley deve ser usado 742 vezes. Mas compensa, se o usar sempre para fazer as compras, deixando de lado outras embalagens.
- Deve usar o saco de algodão biológico 149 vezes para compensar o impacto ambiental do seu fabrico. Excluindo o trolley, esta é a alternativa com mais impactos ambientais em todas as categorias do teste.
- O saco de algodão regular é para usar 101 vezes. Tem um desempenho ambiental melhor do que o dos

materiais biológicos: precisa de menos 30% de área para produzir a mesma quantidade de algodão.

- O saco de juta deve usar-se 37 a 66 vezes. Também apresenta um custo elevado para o ambiente. O intervalo entre as 37 e as 66 vezes de uso deve-se a dois exemplares diferentes avaliados no teste (um compósito e outro não).
- Os sacos de papel são usualmente vistos como mais sustentáveis. No entanto, têm entre sete e nove vezes mais impacto do que um saco de plástico de uso único.

Conclusão: deve reutilizar o mais possível, de acordo com as suas conveniências. Ninguém é um vilão, se usar um saco de plástico. Desde que não o faça apenas uma vez. Ao dar-lhe muita serventia e depois depositá-lo no ecoponto amarelo, para reciclar, cumpre o seu papel.

Sacos para fruta, legumes e pão: qual usar?

No teste, também avaliaram as chamadas embalagens de serviço, ou seja, os sacos que estão à nossa disposição nos estabelecimentos, para transportarmos fruta e legumes. E os

resultados são coerentes com os dos seus “primos” que trazemos de casa. O algodão volta a enganar: os sacos de rede comprados em grupo nas grandes superfícies, também para reutilização, exigem que os voltemos a usar para embalar os nossos frescos 952 vezes, para compensar o impacto do cenário-base que descrevemos atrás. Leu bem. Esta quantidade exorbitante reflete o valor máximo de impacto ambiental das variáveis que analisámos, para a sua produção. Os de poliéster, pelo simples facto de terem uma fita vermelha para os fechar, traduzem-se em 98 utilizações... ou, sem a fita pintada, em dez.

Se formos comprar pão, em muitas grandes superfícies, a solução é uma embalagem que mistura plástico e papel. Ai, já vemos a frequência de uso necessária para compensarmos os males ambientais subirem para 16 vezes. Tendo em conta que, à partida, não estaremos muito voltados para reutilizar este tipo de embalagens, o preço ambiental a pagar é considerável. O mais sustentável é mesmo não utilizar nenhuma embalagem. Caso seja necessário utilizar embalagem, o melhor é optar por um saco de poliéster reutilizável que não tenha tintas. ●

PORTAL DA SUSTENTABILIDADE

Com melhores escolhas e atitudes,
pode contribuir para que a Humanidade
tenha um futuro neste planeta



www.deco.proteste.pt/sustentabilidade

QUEM RECLAMA, PROTEGIDO FICA

Juntos pela
defesa dos
seus direitos

Reclamar? Todos podemos. Se teve um problema com o banco, fornecedor de energia ou operador de telecomunicações, apresente o seu caso na plataforma Reclamar. Faça valer sempre os seus direitos!

Reclame já em

www.deco.proteste.pt/reclamar

Ligue a quem liga aos seus direitos,
fale com a **DECO PROteste**.

211 215 750

(Dias úteis, das 9h às 18h, chamada para rede fixa nacional)

DECO PROteste
SABER É PODER