



# 08

O desperdício alimentar tem recebido, cada vez mais, atenção por parte de consumidores, produtores e operadores da distribuição moderna. Também em Portugal



# UM NOVO PARADIGMA NA ALIMENTAÇÃO

ALIMENTAR

TEXTO Bárbara Sousa  
FOTOS Shutterstock



Um fenómeno muito próprio da sociedade atual, assente no seu quotidiano consumista, nos últimos anos, o desperdício alimentar tem recebido, cada vez mais, atenção por parte de consumidores, produtores e operadores da distribuição moderna. Também em Portugal, o facto de milhões de toneladas de alimentos serem lançadas ao lixo anualmente levou à publicação de um conjunto de medidas no âmbito da Comissão Nacional de Combate ao Desperdício Alimentar, para além de inúmeras iniciativas privadas. Hoje, existem no mercado nacional empresas que combatem, ativamente, esta problemática, lado a lado com os retalhistas que inovam no reaproveitamento de ingredientes e lançam estratégias que permitem diminuir o número de alimentos desperdiçados.



Grande Consumo



Quando 2020 arrancou, todos falavam de sustentabilidade. Ao nível ambiental, na gestão dos recursos, nas práticas empresariais e comerciais, ao nível social, a nível alimentar. E, de repente, o que parecia impensável aconteceu. Um novo vírus, desconhecido por todos, rapidamente se propagou pelo mundo, infetando milhões, matando milhares, paralisando economias, colocando as vidas em suspenso. A tão apregoada sustentabilidade pareceu deixar de fazer parte do léxico mais utilizado, cedendo o seu protagonismo a outros valores de não menor importância: solidariedade, colaboração, entreaajuda, segurança.

O que não significa, necessariamente, que tenha deixado de fazer sentido falar de sustentabilidade. Muito pelo contrário. O que a atual pandemia veio destacar são, precisamente, outras faces da sustentabilidade. Um mundo mais sustentável tem de ser, necessariamente, um mundo mais solidário, mais colaborativo, onde todos, sem exceção, dos coletivos aos indivíduos, têm um papel a desempenhar na busca de soluções para os desafios que se colocam. Um mundo pós-Covid terá de ser, necessariamente,

um mundo mais sustentável.

Uma das mudanças mais significativas catalisadas pela crise pandémica prende-se com a relação com os alimentos. Neste tempo em que muitos falam do papel da pandemia na "recuperação" do planeta, aludindo às informações sobre a descida drástica dos níveis de poluição, inclusive, mostrando como a camada de ozono parece estar a recuperar, seria um paradoxo que a sustentabilidade deixasse de fazer parte das agendas. *"Um planeta saudável é também o reflexo de uma sociedade sã e segura e essa foi uma das maiores aprendizagens da circunstância da nossa atual realidade"*, nota Madalena Rugeroni, Country Manager em Portugal da Too Good to Go, que se posiciona no combate ao desperdício alimentar e redução das emissões de CO2 que dele advêm.

Até porque os indicadores não são nada bons. Recentemente, o economista-chefe do Programa Alimentar Mundial da Organização das Nações Unidas alertou que a pandemia de Covid-19 pode lançar mais de 130 milhões de pessoas, só em África, para uma situação de fome aguda. Esta estimativa pode duplicar o número de pessoas com necessidade profunda de assistência alimentar, que atualmente já afeta 135 milhões por viverem em países em conflito ou instabilidade económica e política, às quais se juntam cerca de 821 milhões de pessoas em situação de fome crónica. O mundo pós-Covid terá de ser, inexoravelmente, mais sustentável ao nível alimentar, terá de ser um mundo sem desperdício.

### Desperdício alimentar

Foi a partir dos anos 1990 que a problemática do desperdício alimentar atingiu uma dimensão alarmante a nível mundial, descreve o estudo PERDA – Projeto de Estudo e Reflexão sobre o Desperdício Alimentar. *"O estudo de Kantor et al. (1997) concluiu que cerca de 26% dos alimentos são perdidos na fase da distribuição e no consumo final; um outro estudo norte-americano estimou que as perdas ao nível das famílias seriam de cerca de 14%. A dimensão financeira do problema não se revela mais tranquilizadora: um estudo, encomenda-*



do pelo Governo australiano, concluiu que os alimentos desperdiçados no ano de 2004 representavam 5,3 mil milhões de dólares australianos. Um estudo mais recente de Hodges et al. (2011) conclui que, dos 222 milhões de toneladas de alimentos para consumo humano produzidos nos Estados Unidos em 2008, 57,1 milhões de toneladas (26%) se perderam nas fases da distribuição e consumo", refere o projeto.

Em 2011, a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO) apresentou um outro

## Cada português desperdiça em média 132 quilogramas de comida por ano, um valor elevado, embora abaixo do resto dos países europeus, cuja média representa 179 quilogramas per capita

estudo, intitulado "Global food losses and food waste", onde revelava que um terço da produção alimentar em todo o mundo é perdida ou desperdiçada, o que representa cerca de 1,3 mil milhões de toneladas de alimentos por ano. Na Europa, por exemplo, a quantidade de alimentos desperdiçada, anualmente, seria suficiente para alimentar 200 milhões de pessoas.

A realidade é que, à escala global, os alimentos são desperdiçados em toda a cadeia de valor, desde o início, na produção agrícola, até ao consumo final das famílias. Nos países industrializados, uma grande parte dos alimentos produzidos vai para o lixo mesmo que ainda sejam adequados para consumo humano, refere ainda a FAO. E a organização realça que as perdas e desperdícios significativos ocorrem ao nível do consumidor final e da distribuição moderna. Já nos países em desenvolvimento, os alimentos são perdidos, principalmente, no estágio inicial e médio da cadeia, ou seja, nas fases da colheita, pós-colheita, processamento e armazenamento. Muito menos comida é desperdiçada no nível do consumidor.

Hoje, o volume do desperdício alimentar representa uma parte significativa dos alimentos que são produzidos, pelo que é inegável o impacto ambiental que esse desperdício acarreta. Recursos naturais, como a água e o solo, são utilizados, e por vezes esgotados, ao serviço da produção de alimentos desperdiçados. Eurico Estêvão, Communication and Events Manager da Phenix App, confirma que este desperdício de alimentos, além de contribuir, grandemente, para as mudanças climáticas, equivale ao desperdício de recursos e trabalho. "Por este mundo fora, a sobre-exploração agrícola leva à desflorestação desenfreada. E em que medida o desperdício alimentar acaba por ter um impacto negativo? Basta pensarmos que 30% da terra que ocupamos com agricultura, no mundo inteiro, está dedicada a produzir alimentos que serão desperdiçados. Estamos a desflorestar, para desperdiçar. Tem também um impacto negativo nas emissões de gases com efeito de estufa. O CO2 gerado aquando da produção de um determinado alimento, e todo o custo ambiental que essa produção envolve, é emitido em vão ao desperdiçarmos o alimento. E ainda agravamos mais a situação quando esses alimentos desperdiçados têm de ser destruídos ou acabam em aterros sanitários, aumentan-

do o seu volume. O custo ambiental é enorme e, infelizmente, é muito difícil de ser medido".

É este cenário, no entanto, que tem motivado empreendedores a unirem-se no combate ao desperdício alimentar, com iniciativas que trabalham para evitar os desperdícios ao longo de toda a cadeia de abastecimento alimentar, na exploração agrícola, nas lojas e nos restaurantes. Exemplo disso é, precisamente, o projeto Phenix, que surgiu em França, em 2014, quando dois jovens se depararam com um mercado de trabalho muito virado para o lucro e, assim, decidiram criar uma empresa que tivesse, acima de tudo, uma motivação social. "Defender um mundo melhor, onde reutilizamos todos os nossos objetos e produtos, alimentares e não alimentares. Porque haveremos de permitir que, por exemplo, uma fruta ou vegetal acabe no lixo, apenas e só porque não tem um 'bom aspeto'? Afinal, quem define estes padrões? A loja, o comerciante? Ou será o consumidor, com a sua permanente exigência por consumir apenas o melhor e a um preço cada vez mais baixo? O que nos motiva diariamente é saber que quebramos estigmas e tabus acerca do que consumimos e fazemos ver às pessoas que o desperdício, apesar de estar presente nas nossas vidas, pode ser facilmente evitado", adianta, por sua vez, Mariana Abreu, COO da Phenix App.

Os responsáveis referem-se à entrada em Portugal, em 2016, como um "ato de fé". Em falta estavam números e relatórios detalhados sobre este tema, com exceção do relatório de 2012, "Do Campo ao Garfo". Ainda assim, já existia um regime de incentivo fiscal para as empresas que faziam doações, nomeadamente, de excedentes de produção e eram dados os primeiros sinais de despertar para esta matéria por parte do Governo, com a criação da Comissão Nacional para o Combate ao Desperdício Alimentar, também no ano de 2016. "A par disto, Portugal sempre se afirmou como um país com um forte cariz solidário, com uma relação especial com a comida e, sendo um país com 17% de desperdício alimentar, a mudança era necessária. Assim, implementámos em Portugal, de forma gradual, os serviços de doação, de valorização animal e a Phenix App", diz Eurico Estêvão.

### Em Portugal

Cada português desperdiça em média 132 quilogramas de comida por ano, um valor elevado, embora abaixo do resto dos países europeus, cuja média representa 179 quilogramas per capita, segundo dados apresentados pela Comissão Nacional de Combate ao Desperdício Alimentar.

De acordo com dados obtidos sobre perdas e desperdício na cadeia de aprovisionamento, o estudo PERDA estima que cerca de 17% dos alimentos que são produzidos, comercializados e consumidos são perdidos ou desperdiçados em Portugal, correspondendo a cerca de um milhão de toneladas de alimentos por ano. "Comparando com o desperdício mundial, o impacto de Portugal parece insignificante, contudo, somos dos países mais pequenos da Europa, em termos de



população e de produção alimentar. Em termos práticos, se o milhão de toneladas que anualmente desperdiçamos fosse aproveitado, esses alimentos seriam suficientes para alimentar metade da população portuguesa, durante um ano inteiro", explica a COO da Phenix App.

Este valor global resulta da soma de perdas e desperdícios nas diferentes etapas da cadeia de valor. É de realçar que a etapa mais eficiente na utilização dos produtos alimentares é a do processamento, onde as perdas são minimizadas e reaproveitadas noutros processos produtivos. Por outro lado, as fases inicial e final da cadeia são onde incide a quase totalidade das perdas, sendo que quase 75% são de produtos hortícolas, cereais,

frutos e laticínios.

Mas a Phenix App não é a única aplicação que, nos dias de hoje, auxilia os portugueses a combater o desperdício alimentar. Em setembro de 2019, entrou em Portugal a Too Good To Go, um movimento que pretende combater o desperdício alimentar através de uma app. Foi criada em 2016, na Dinamarca, por um grupo de jovens empreendedores que se aperceberam da quantidade de comida que era desperdiçada num restaurante buffet, apenas porque não tinha sido consumida nos horários de serviço. A Too Good To Go permite a restaurantes, supermercados e hotéis colocarem à venda num marketplace online todos os excedentes do final do turno ou do dia, através das chamadas Magic Boxes, caixas surpresa criadas pelos estabelecimentos.

Atualmente, a Too Good To Go é uma empresa com selo B Corp. A aplicação já está presente em 14 países europeus e, no total, conta com mais de 36 mil

jetos e a prova disso". A aplicação já está presente em três distritos (Lisboa, Porto e Faro), contando com mais de 90 mil utilizadores registados, e já "salvou" mais de 3.500 refeições.

Em 2018, a FAO confirmou que o desperdício de alimentos nos Estados Unidos, Europa, China, Japão e Austrália ocorre, principalmente, durante a distribuição e no frigorífico dos consumidores.

Portugal não se distancia muito deste cenário e do panorama típico dos países desenvolvidos. Segundo o estudo PERDA, o desperdício alimentar acontece em 32% na fase inicial de produção e em 31% na fase final, ou seja, no momento de consumo. Estes dados refletem que, em Portugal, o combate ao desperdício alimentar está muito mais perto do consumidor final e é aí onde se deve atuar. Contudo, a distribuição e o comércio (onde se incluem os restaurantes) ficam com uma fatia equivalente a 28%. Por isso, pode-se dizer que todos

## PREPARE O SEU NEGÓCIO! Produza sinalética in-house à medida das necessidades



[www.oki.com/pt](http://www.oki.com/pt)

**OKI**

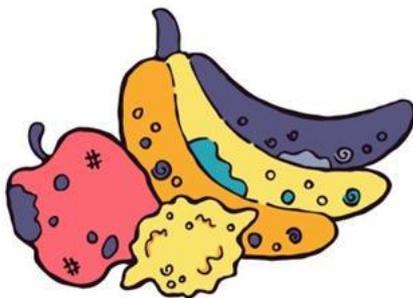


estabelecimentos parceiros e mais de 18 milhões de utilizadores, que já salvaram mais de 26 milhões de refeições, evitando que 66 mil toneladas de CO2 fossem emitidas para a atmosfera.

Segundo a empresa, também os consumidores portugueses estão cada vez mais conscientes sobre o desperdício de alimentos. "A adesão e interesse que temos sentido em relação ao nosso pro-

são responsáveis, em quota parte, pelo desperdício alimentar.

É neste contexto que a Too Good To Go celebrou recentemente uma parceria com a Auchan Retail Portugal, no movimento de combate ao desperdício alimentar. A aplicação vai permitir que os excedentes do grupo retalhista sejam vendidos em Magic Boxes. Numa primeira fase de expansão, esta par-



**Segundo o estudo PERDA, o desperdício alimentar em Portugal, acontece em 32% na fase inicial de produção e em 31% na fase final, ou seja, no momento de consumo**





ceria aplica-se apenas à loja Auchan no centro comercial Almada Fórum, sendo que, rapidamente, outras lojas do grupo se juntarão ao movimento. Nesta loja, já é possível comprar Magic Boxes, no valor de 3,99 euros, e recolhê-las no balcão de atendimento entre as 22h30 e a 00h00. Para já, estão disponíveis 10 Magic Boxes com produtos alimentares, de qualquer género, cujo prazo de validade esteja perto do fim, desde iogurtes, queijos, fiambre, pão, salgados, refeições frias, sandes e sumos do dia.

Num comunicado enviado para a redação da Grande Consumo, Ricardo Macedo, diretor de Oferta e Dinâmica Comercial de Produtos Frescos, afirma que *"a redução do desperdício é um compromisso da Auchan Retail Portugal. Por isso mesmo, procuramos sempre novas soluções que combinem a prevenção de desperdícios alimentares com a conveniência do melhor preço para o consumidor, sem prejuízo da qualidade dos produtos. É aqui que se insere esta parceria com a Too Good To Go, que se junta a uma série de iniciativas que já temos, como é exemplo a venda, a preços reduzidos, de produtos em aproximação de fim da data de validade, identificados com etiqueta laranja, bem como de frutas e legumes do self-discount, com características estéticas que, por norma, retiram estes produtos do circuito comercial"*.

Outro exemplo na distribuição moderna é o da GoodAfter. Nascida em 2016, ano que a Assembleia da República declarou

como o do combate ao desperdício alimentar, a GoodAfter é um supermercado online dedicado à venda de produtos que se encontram perto ou fora da sua data de validade preferencial, com preços até 70% mais baixos.

Segundo Chantal Camps de Gispert, diretora geral da GoodAfter, com, além de estarem mais conscientes sobre

o desperdício de alimentos, os consumidores portugueses também são *"cada vez mais conscientes de que existem dois prazos de consumo muito bem diferenciados na lei - 'consumir até' e 'consumir de preferência antes de' - que nada têm a ver"*. Conhecimento importante quando se trata de evitar colocar no lixo alimentos em condições para serem consumidos. O prazo limite de consumo - "consumir até" - trata-se de um prazo máximo de consumo, a data a partir da qual os produtos não podem ser consumidos e comercializados. Este prazo aplica-se apenas aos produtos que, por razões de segurança alimentar, não podem ser consumidos ou vendidos após essa data, como é o caso dos frescos. Por sua vez, a data de consumo preferencial - "consumir de preferência antes de" - trata-se de um prazo mínimo de consumo, a data até à qual as marcas asseguram a qualidade ótima do seu produto. Esta data não tem que ver com segurança alimentar e, uma vez que esta não está em causa, é permitido o consumo e a venda destes produtos após a indicada. Até a GoodAfter existir não havia alternativa para os fornecedores e todos os produtos em condições problemáticas tinham de ir para destruição, com os respetivos custos de logística e eliminação. Este supermercado apresenta-se como uma alternativa para os produtos que não têm lugar nos canais habituais. *"Deveríamos voltar à cultura de exigência sobre o que se consome e questionar-nos sobre aquilo que temos. Respeitar os recursos que temos e reutilizá-los. Voltar à cultura da escassez onde do pão duro se faz uma açorda. No fundo, deixar de considerar banal deitar fora coisas e comida."*

*O grande desafio dos novos empreendedores é mudar as formas e rotinas do consumidor. Tornar 'bem' atos como comprar comida fora do 'calibre' e rejeitar o conceito 'usar e deitar fora'. Há muitas oportunidades de negócio. Veja-se o projeto-piloto para a devolução de garrafas de plástico a troco de talões de desconto nos supermercados, que deverá arrancar nos próximos meses",* defende Chantal Camps de Gispert.

### Reduzir o desperdício

Todos os anos, cerca de 20% dos alimentos produzidos na União Europeia são perdidos ou desperdiçados, causando danos sociais, ambientais e económicos inaceitáveis. Por este motivo, a prevenção do desperdício de alimentos foi identificada como uma das áreas prioritárias no Plano de Ação da Economia Circular adotado pela Comissão Europeia, em dezembro de 2015.

Neste sentido, Bruxelas adotou uma metodologia comum para a prevenção do desperdício alimentar e promover a economia circular. A metodologia centra-se na avaliação dos resíduos alimentares para apoiar os Estados-membros na quantificação dos mesmos em cada fase da cadeia de abastecimento, permitindo a monitorização coerente em toda a União Europeia.

Quanto ao que podem fazer empresas e indivíduos para reduzir o desperdício de alimentos, a diretora geral da GoodAfter.com diz que é preciso ter um consumo consciente. *"Comprar aquilo que vamos consumir ao certo e não talvez. Porque o talvez pode não ser certo. Quanto às empresas, uma nova filosofia. Como sugere a FAO, porque é que os supermercados estão tão convencidos de que o consumidor irá rejeitar fruta e legumes fora dos standards a que nos habituaram? Veja-se o caso do Fruta Feia, que tem uma lista de espera de cinco mil clientes. Será que os agricultores não ajustam a sua oferta à realidade devido às penalizações da grande distribuição em caso de rutura?"*, questiona.

O projeto Fruta Feia evitou que, nos últimos seis anos, duas mil toneladas de frutas e legumes fossem parar ao lixo somente devido à sua aparência. A cooperativa aproveita cerca de um terço da fruta e vegetais que os supermercados desperdiçam por considerarem que não têm o aspeto perfeito que os consumidores procuram ou o calibre necessário. Quando arrancou, em 2013, o Fruta Feia abastecia 120 consumidores e salvava do lixo, por semana, cerca de 400 quilogramas. Em 2019, já faziam parte do projeto 235 agricultores, que tiravam do lixo, semanalmente, 15 mil quilogramas, e 5.500 associados.

De facto, já existem inúmeras iniciativas e projetos que estão ao alcance de todos e que dão dicas e ferramentas para combater o desperdício alimentar. E, afirma o estudo PERDA, parece consensual que, seja por razões económicas, ambientais ou morais, este deve ser combatido. Contudo, o passo mais importante *"é uma consciência coletiva e das consequências das opções e escolhas que fazemos enquanto consumidores. Um consumo mais consciente e sustentável certamente que ajudará, em muito, esta luta que nos toca a todos, enquanto sociedade e enquanto indivíduos, no presente e, principalmente, no futuro"*, conclui a Too Good To Go.

