

Makro lança campanha “Cuidar e Poupar Gota a Gota”

22 de Março, 2018

No âmbito do Dia Mundial da Água promovido pelas Nações Unidas, que se assinala hoje em todo o mundo, a Makro, em conjunto com alguns dos seus fornecedores, desenvolveu uma campanha global de sensibilização, de forma a alertar para a escassez deste recurso. Com início em 2017, a Makro desenvolve pela segunda vez a iniciativa “Cuidar e Poupar Gota a Gota”, que procura consciencializar colaboradores, clientes e a sociedade em geral para a utilização responsável da água, através de diversas atividades e informações.

Em Portugal, todas as Lojas Makro terão expostos diversos materiais que alertam para a temática e incentivam os seus clientes para uma crescente preocupação ambiental, como cartazes, stoppers e decoração de portas, sendo que os produtos de fornecedores como a Procter&Gamble (P&G), Reckitt Banckiser, Unilever FIMA, Henkel Iberica e Colgate que se juntaram à iniciativa, estarão também devidamente destacados.

De modo a otimizar a campanha, o website, o linkedIn, o facebook, e o youtube da Makro serão alimentados por vídeos e publicações com dicas de utilização de água e informações úteis. As newsletters enviadas semanalmente terão um banner com destaque para a campanha.

“Através do desenvolvimento desta iniciativa, iniciada o ano passado, conseguimos tocar milhares de clientes, bem como os nossos colaboradores a nível global. Queremos novamente alertar para os problemas relacionados com água, nomeadamente a possibilidade da sua escassez, de que ainda há pouco tempo se falava em Portugal. Trata-se de um recurso de uma grande importância e é fundamental trazer esta consciência para o mundo da distribuição. Estabelecemos metas claras para uma gestão responsável de água e, desta forma, pretendemos contribuir positivamente para a utilização responsável e sustentável deste recurso”, refere Isabel Caeiro, responsável de Comunicação da Makro Portugal.

A nível interno, a Makro Portugal desenvolveu uma campanha para impactar os seus colaboradores que passa pela consciencialização para a temática a nível global mas com ação local, dando dicas e materiais com mensagens chave, com o objetivo de impactar todos os colaboradores da empresa.

Por outro lado, Nuno Oliveira, do departamento de Qualidade e Sustentabilidade da Makro vai estar hoje na ACPP – Associação de Cozinheiros Profissionais de Portugal para desenvolver um workshop no sentido de alertar os alunos e futuros cozinheiros de Portugal para esta temática e a necessidade e importância da poupança de água na Hotelaria e restauração assim como a nível geral.

A METRO, da qual a Makro faz parte, está presente em 25 países, sendo que alguns dos quais sofrem problemas de escassez de água. Serão 18 os países com

atividades em torno deste tema, sendo que inclusivamente alguns fornecedores irão disponibilizar informações nas suas embalagens e noutros suportes sobre como a água pode ser utilizada de forma eficiente no quotidiano, por exemplo.

O objetivo da METRO para 2018 é consumir menos 100 milhões de litros de água em 2018, através de um plano que melhora a gestão da utilização deste recurso em lojas e armazéns. Na Polónia, como exemplo, já se conseguiu economizar anualmente mais de 2 milhões de litros de água com a instalação de reguladores de fluxo nas entradas de água.

O fornecedor de alimentos premium RUNGIS express, que pertence à METRO, conseguiu economizar 1 milhão de litros de água, por ano, com a instalação de uma nova máquina de lavar, em Meckenheim.

A METRO encontra-se também a cooperar com onze fornecedores globais: Barilla, Coca-Cola, Colgate, Danone Waters, Diageo, Henkel, L'Oreal, Mars Food, PepsiCO, Procter&Gamble (P&G) e Unilever Retail. A maioria destes fornecedores possuem projetos individuais, aos quais os consumidores se podem juntar através da compra de produtos dos mesmos.

Com a iniciativa Children's Safe Drinking Water, a Procter&Gamble já forneceu mais de 13 mil milhões de litros de água potável em 85 países, desde o início do programa em 2004, doando um dia de água potável por cada um dos seus produtos vendidos em lojas METRO. De acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS), 2 litros é o consumo diário de água recomendado, que são fornecidos a crianças e famílias, através do purificador P&G em embalagens de água.

A Diageo, por sua vez, doa 1€ por cada garrafa vendida em lojas do grupo METRO para a WaterAid, uma organização internacional sem fins lucrativos que fornece mundialmente água potável, bem como as instalações sanitárias correspondentes, como uma primeira medida para combater a pobreza.

Com a compra de produtos Unilever nas lojas METRO, os clientes apoiam projetos locais de água em cooperação, por exemplo, com a UNICEF, nos continentes africano e asiático.

A Mars Food, como criadora da Uncle Ben's, criou, juntamente com a ONU e o Instituto Internacional de Pesquisa do Arroz, a Plataforma de Arroz Sustentável, uma iniciativa multi-stakeholder que impulsiona a indústria para a sustentabilidade no cultivo do arroz

“Com a METRO Initiative Water, proporcionamos aos nossos clientes a oportunidade de apoiarem campanhas de ajuda aos nossos parceiros industriais e melhorar o acesso à água potável, em todo o mundo”, acrescenta a responsável.