

#Economia Circular: Good After, o supermercado que dá novas oportunidades aos produtos que seriam deitados fora

27 de Novembro, 2020

*A Economia Circular está, hoje, subjacente em muitas empresas. Produtos sustentáveis, amigos do ambiente e com um ciclo de vida longo são, cada vez mais, uma opção. Há também quem ponha em prática estes conceitos e desenvolva os seus próprios produtos. Com o objetivo de dar “voz” a projetos de cariz sustentável, a **Ambiente Magazine** irá, todas as semanas, apresentar algumas iniciativas aos nossos leitores e dar a conhecer o que se faz em Portugal nesta área. Esta semana partilhamos o projeto “**Good After**”.*



A **Goodafter.com** é um “supermercado especializado” em vender “produtos” que se encontram “perto da data de consumo preferencial” ou, mesmo, “ultrapassada”, bem como “produtos de linhas descontinuadas” ou “sazonais”. Basicamente, “tudo aquilo” que os “fornecedores” já não conseguem “vender” nos “pontos de venda habituais”. Por esse motivo, “somos um supermercado de oportunidades de produtos” que, de outra forma, seriam deitados fora: “Somos um supermercado 100% online que luta contra o desperdício”, afirma **Chantal Camps de Gispert**, gerente da Good After.

Ambientalmente, o supermercado quer provar que os “produtos” que são vendido, que já eram considerados “perdas” para os fornecedores ainda têm “valor económico”. Assim, é objetivo da Good After “informar os clientes que ‘consumir até’ e ‘consumir de preferência antes de’ são conceitos muito distintos e bem diferenciados na lei”, sustenta a gerente. Além disso, “pretendemos normalizar o consumo” de produtos com o “prazo de consumo preferencial ultrapassado” para que, inclusive, “as empresas possam também doar a instituições de caridade” produtos deste cariz: “Se provarmos que, estes produtos têm valor económico, não haverá razão para os rejeitar”, precisa.

[Estratégia delineada e concertada que abranja toda a cadeia de valor]

Sobre a temática “desperdício alimentar” Chantal Camps de Gispert refere que a “redução” do “desperdício de alimentos” é uma “parte integrante” do novo “Pacote de Economia Circular” e do “Green Deal” da Comissão Europeia que se prevê “impulsionar” a “competitividade global”, o “crescimento sustentável” e, ao mesmo tempo, “fomentar e gerar novos empregos”. Nestas matérias, a responsável considera que Portugal tem “vindo a fazer o seu caminho”. E, desde logo, o ano 2016 foi declarada pela Assembleia da República como “ano nacional” do “combate ao desperdício alimentar”, através de uma “série de medidas”, recorda. Mais recentemente, afirma a gerente da Good After, foi criada a “Comissão Nacional de Combate ao Desperdício Alimentar” onde são “várias medidas” estão a ser desenvolvidas nesse sentido.



Do ponto de vista da responsável é “fundamental” que Portugal integre uma “estratégia delineada e concertada” que abranja “toda a cadeia de valor”, desde a “produção até à valorização do resíduo alimentar”, preferencialmente a “parte não edível” e, também, que sejam definidos “indicadores” de acompanhamento ou monitorização. Para isso é “preciso saber qual a dimensão do problema no nosso país”, pelo que, atenta a responsável, é “importante aprofundar o estudo PERDA (2012)” de modo a “apreender” qual a “realidade” do desperdício alimentar: “Só conhecendo a fundo o problema é que poderemos atuar para reduzir o desperdício de alimentos, traduzindo essa redução em benefícios significativos ao nível ambiental, social e económicos”. Depois, constata Chantal Camps de Gispert é “fundamental alguma correção de desajustes” a nível “legislativo”, mas sobretudo uma “atuação mais próxima da população”, com “informação, projetos e iniciativas” que “encorajem e consciencializem” a “necessidade de cuidar e gerir” aquilo que se “produz” e “consome” reduzindo, assim, a “produção de resíduos alimentares”.

Relativamente à pandemia da Covid-19, a gerente do “supermercado especializado” considera que o “excessivo” foco na doença “não deixa muito espaço para outros problemas” que a sociedade enfrenta: “(Como) o desperdício alimentar que, como se perceberá, está intimamente relacionado com o da poluição”.

Qual é o cenário dos resíduos para os próximos 30 anos?

Uma muito mais rigorosa gestão da produção de resíduos, um melhor aproveitamento dos ciclos dos produtos e depois a sua reciclagem (a

prevenção; reutilização; a reciclagem; outros tipos de valorização). Penso que o caminho é, como faz a Good After, introduzir uma lógica económica, de valor, em todas as fases dos produtos e que nos levem a tomar atitudes/ opções mais racionais.

[blockquote style="3"] Se quer ver o seu projeto na Ambiente Magazine, envie-nos uma breve apresentação para: ambientemagazine@gmail.com [/blockquote]