

# #EconomiaCircular: “Noocity” – As hortas que contribuem para a criação de cidades mais verdes

15 de Abril, 2021

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 “Noocity”.



Criada em Portugal por “três amigos” que queriam trazer o melhor do campo para a cidade, a “Noocity” é uma “empresa pioneira” em promover a prática de agricultura biológica e os hábitos que foram ficando esquecidos à medida que nos “urbanizamos”. É assim que **José Ruivo**, CEO da “Noocity”, explica o conceito desta *startup*: “A nossa missão é criar comunidades à volta das hortas, promovendo a transição ecológica e ligando as pessoas a si próprias, aos outros e ao nosso planeta”.

Desta forma, o nível de atuação divide-se em dois segmentos: “o B2C e o B2B”. E, além de desenvolverem “hortas em casa” num espaço exterior, seja uma varanda, terraço ou jardim, a “Noocity” vai até às empresas ou espaços colaborativos, como é o caso dos “condomínios”, das “escolas”, das “residências”, dos “hotéis” ou dos “restaurantes”, através da instalação de “hortas corporativas”, explica. É por isso que a “Noocity” está “completamente alinhada” com a evolução socioambiental, metas sustentáveis e com as exigências do novo contexto: “Atuamos no sentido de contribuir para uma mudança positiva, ajudar a mudar mentalidades e atitudes, e trazer valor à vida de quem nos procura”, sucinta.

Mas, a “Noocity” quer também “capacitar os agricultores urbanos para cultivar mais e melhores alimentos em qualquer lugar”, de uma forma prática, eficiente

e ecológica: “Acreditamos que a natureza tem um lugar fundamental nas cidades do futuro e no cotidiano das nossas comunidades e que, quando integrada de forma inteligente e sustentável nos nossos hábitos diários, poderemos partilhar o melhor que ela tem para nos dar”.

Movidos pelo “desejo profundo de causar um impacto positivo nas cidades”, José Ruivo afirma que o grande objetivo deste projeto é, essencialmente, transformar cada cidade numa “Noocity”: “um lugar onde cada cidadão vive em profunda ligação com a natureza e onde beneficia de uma vida sustentável e feliz”. E mais do que “produzir alimentos” através das hortas ou “garantir a autossuficiência”, este grupo de três amigos acreditam que o “maior benefício de uma horta corporativa é a reconexão com a natureza” e a “experiência comunitária que esta permite”, refere, acrescentando que, através do programa “Liga-te à Terra”, dão a possibilidade de “criar de atividades regulares” com ênfase na “ecologia”, nas “relações humanas” e “qualidade de vida no trabalho”, orientadas e dinamizadas pela rede de Growers. “Os Growers são a voz e as mãos na Noocity no terreno (literalmente), garantindo o sucesso de cada projeto e o envolvimento da comunidade”, adianta.

***[blockquote style="2"]Procurámos tornar as nossas soluções o mais eficientes e inteligentes possível[/blockquote]***

Uma horta em casa é um “momento de bem-estar” entre “pais, filhos, irmãos, netos ou até mesmo entre vizinhos”, diz, constatando que, já que há cada vez mais “hortas partilhadas” em condomínios ou em edifícios comuns, por exemplo. E o mesmo acontece com as empresas que decidem investir num projeto desta natureza: “Mais do que uma horta, a “Noocity” é uma verdadeira experiência de *team building* e *employee engagement* – é a possibilidade de um momento de reconexão com a natureza e com as pessoas, que pode ter um impacto muito positivo nas organizações”, declara.



Ainda que estas sejam as suas “grandes mais-valias” e “fatores de diferenciação”, o responsável declara que as “camas de cultivo” da “Noocity” são uma “solução que garante o dobro da produtividade face a uma solução de horta convencional”, uma vez que “produzem até 3 quilos de legumes por mês e permitem consumir até 80% menos de água”. Para além dos clientes passarem a contar com uma “mercearia natural na sua varanda” ou “cabazes de alimentos”, no caso dos colaboradores, José Ruivo não tem dúvidas de que as hortas “Noocity” contribuem ainda para a “criação de cidades mais verdes”.

Atualmente, a *startup* já conta com mais de 1.250 clientes individuais, com

maior predominância em Portugal e França. Já no segmento corporativo, conta com um total de 100 clientes, 70 dos mesmos em território nacional.

Face a estes números, o balanço não podia ser mais positivo: “Procurámos tornar as nossas soluções o mais eficientes e inteligentes possível – em linha com uma nova era de *‘smart low-tech’* – tornando o cultivo mais fácil, produtivo e sustentável”. Por isso, atenta José Ruivo, todas as hortas “Noocity” são “simples, ecológicas, eficientes e muito versáteis também”. Acima de tudo, a “Noocity” trabalha em prol de um futuro melhor: “Além de apelar a um estilo de vida mais consciente e saudável, assumimos um papel ambientalmente ativo e quase de concertação social”. De acordo com o responsável, a horta é o “pretexto para falarmos dos assuntos que não podem mais ser adiados”, mas também de “nos reunirmos, interagirmos e aprendermos em conjunto com a natureza”. No fundo, é a horta que “cultiva a comunidade e não o contrário”, precisa.

### ***[blockquote style="2"]Um parceiro de valor para muitas e mais pessoas no futuro[/blockquote]***

Olhando para a vontade cada vez maior das pessoas em adotar um estilo de vida mais “slow”, mais “consciente” e onde a “natureza tem um papel mais preponderante”, o CEO da “Noocity” acredita que “o contacto com uma horta, em casa ou no local de trabalho”, é uma forma de “reforçar a mudança de *mindset*” que já se verifica e que proporciona um “impacto real no ambiente urbano”. Por isso, as “mais pequenas alterações de comportamento”, no dia-a-dia, são sempre um “passo válido” para a mudança que se vê como tão necessária: “Separar o lixo, fazer compostagem, reduzir o desperdício ou plantar o que comemos são alguns dos exemplos”, destaca.

Quanto ao futuro é objetivo deste grupo continuar a “expandir” a *startup*, sem nunca esquecer a promoção da “mudança” junto dos principais parceiros e clientes, sendo esse o grande compromisso para os próximos anos: “Continuar a crescer nos países onde já atuamos, mas também expandir-nos para outros locais que queiram adotar esta mentalidade de crescimento feliz e sustentável”. A “Noocity” é uma empresa que se adapta a “diferentes idades e propósitos de vida”, e, por isso, José Ruivo acredita que a empresa pode continuar a ser um “parceiro de valor para muitas e mais pessoas no futuro”, inclusive para as “novas gerações”.



A “Noocity”, já conta uma rede de empresas e Growers locais não só em Portugal, mas também em França e na Bélgica: “A nossa aposta prendeu-se com o facto de estes serem países onde os mercados de jardinagem e agricultura urbana estão mais desenvolvidos, assim como uma cultura de bem-estar social e partilha”. Em França, exemplifica o CEO da “Noocity”, a proposta de valor fez um “match perfeito”, visto que há já uma “cultura muito forte no âmbito da agricultura urbana”. Por seu turno, em Portugal, há um “caminho maior a percorrer, sem dúvida”, reconhece. Ainda assim, a pandemia veio “acelerar muito este movimento de consciencialização” sobre o “poder reparador da natureza”, afirma, dando conta que chegam até à empresa “pessoas e empresas que estão à procura de algo bastante similar”, isto é “uma maior ligação à natureza e um estilo de vida mais comunitário”.

Assim, as empresas que procuram a “Noocity”, incluindo em Portugal, são as que pensam no seu “bem-estar” e que vêem nas hortas um “elemento de ligação” com os outros e de reconexão com o planeta: “São empresas com um grande foco nos recursos humanos, empresas jovens, que querem fazer diferente e para as quais a sustentabilidade também é uma palavra de ordem”.

As alterações climáticas e o aquecimento global são hoje uma realidade inquestionável. E, por isso, são muitas as empresas e *startups* que têm vindo a “desenvolver novas soluções”, que visam contribuir para um “futuro mais sustentável” e evitar uma “catástrofe climática”, incluindo a nível nacional: “Sem medidas drásticas hoje, a adaptação ao impacto das alterações climáticas no futuro será mais difícil e mais dispendiosa”, alerta.

***[blockquote style="2"] Na “Noocity” baixar os braços não é uma opção: [/blockquote]***

Continuamos a desenvolver produtos e serviços inovadores que contribuam e se adaptem a um futuro mais sustentável e ecológico. Todos esses princípios estão refletidos naquilo que fazem: desde a forma como fazemos os kits, aos produtos que fazemos chegar aos nossos clientes. Continuamos a trabalhar para capacitar os

agricultores urbanos para cultivar mais e melhores alimentos em qualquer lugar, de forma prática, eficiente e ecológica. Tudo para seja possível levar as pessoas a viverem uma vida melhor, influenciando de forma positiva a alteração dos seus comportamentos e dos que as rodeiam – para que, no final, também elas sejam agentes de mudança em função de um amanhã melhor.