

Nespresso aposta na reciclagem e apoia Banco Alimentar

25 de Novembro, 2016

A Nespresso apresentou ontem, dia 24 de novembro, a sua estratégia de reciclagem em Portugal e o projeto de apoio que desde há sete anos tem vindo a desenvolver com o Banco Alimentar, a quem doará “65 toneladas de arroz”.

Com a presença de Stefano Goglio, Market Director da Nespresso, Isabel Jonet, Presidente do Banco Alimentar Contra a Fome, e Luis Veiga Martins, Diretor-geral da Sociedade Ponto Verde, esta iniciativa pretendia sobretudo, dar a conhecer melhor o processo de reciclagem das cápsulas de café que todos os dias são consumidas globalmente, através do projeto Recycling@home.

Como moderadora deste evento, esteve a apresentadora televisiva Catarina Furtado que louvou o projeto, à qual já se tinha associado e que na sua perspetiva é “uma viagem de criação de valor”, numa estratégia de sustentabilidade e de redução de desperdício.

“Uma chávena positiva (The Positive Cup) ” é o mote para uma iniciativa que pretende dar a conhecer “uma parte menos conhecida da Nespresso”, defendeu Stefano Goglio, Market Director da empresa.

Assente em três pilares, a Nespresso delimitou metas de sustentabilidade para o ano de 2020. Num primeiro pilar, o “café, que se pretende 100% proveniente de origem sustentável”. Seguidamente e face às alterações climáticas, a empresa pretende que “100% das suas operações sejam eficientes em carbono neutro”. Por fim, a parte de reciclagem “do alumínio” das cápsulas de café, para qual a Nespresso criou um saco depósito, “que vai ser entregue gratuitamente”, para esse mesmo propósito.

O objetivo é portanto mais centrado nos clientes que encomendam a partir de casa o café da marca e que na hora de entrega devolvem as cápsulas já utilizadas ao estafeta. Seguidamente, o processo é de separação do alumínio das borras de café que permanecem no seu interior.

“A vida da cápsula não acaba depois da utilização. O alumínio é infinitamente reciclável”, realça o responsável. Quanto às borras, “o objetivo é transformar o resíduo num recurso”, ou seja, num “composto orgânico”.

É precisamente neste ponto, que entra também o apoio ao banco alimentar através do projeto “Reciclar é alimentar”. O composto é posteriormente usado na agricultura e neste caso, na produção de arroz que será doado ao Banco Alimentar.

Isabel Jonet, Presidente do Banco Alimentar Contra a Fome sublinha a importância deste tipo de projetos e no facto de a Nespresso ser “uma empresa solidária no verdadeiro sentido do termo”. Mais do que, é um iniciativa de “sustentabilidade, que é bastante mais abrangente que a responsabilidade

social”, o que no seu entender demonstra como a “Nespresso é um parceiro comprometido”.

Por outro lado, Isabel Jonet destacou também a necessidade de se “manter uma linha regular” de apoio, para uma entidade, a quem “todos os dias são entregues 120 toneladas de alimentos e não apenas quando há campanhas”.

Por seu lado, Luís Veiga Martins, Diretor-geral da Sociedade Ponto Verde, frisou este modelo de “reciclagem porta a-porta” da Nespresso e na necessidade de colaboração “para dar um destino adequado às cápsulas”. O intuito é “maximizar a taxa de reciclagem”, sendo por essa razão que este tipo de campanhas “são extremamente importantes”, até porque, no seu entender, “a separação de resíduos é uma questão geracional”, o que corrobora a importância de sensibilização.

Quanto à Nespresso, mais do que apenas reciclagem este é um projeto que consiste em três vertentes: “Educate, make it easier to recycle e give back”. Para isso, a marca irá continuar com diversas atividades de sensibilização, folhetos e vídeos nas diversas boutiques.

Stefano Goglio referiu ainda que a Nespresso “tem atingido entre 10% a 15% de reciclagem das cápsulas que entram neste processo virtuoso. O objetivo é duplicar essa taxa até 2020”. Quanto ao Banco Alimentar e ao projeto de apoio, o responsável aproveitou ainda para frisar que “este é o caminho certo e que embora possa ser um custo, nós achamos que é um investimento”.