

P&G compromete-se a ser neutra em carbono até 2030

17 de Julho, 2020

A **Procter & Gamble (P&G)** acaba de assumir o compromisso de descarbonizar as suas operações ao longo da próxima década, ajudando a proteger a natureza. Reconhecendo que os próximos dez anos representam um período crítico para o mundo acelerar o combate às alterações climáticas, a companhia quer ultrapassar até as metas já definidas. Isto é, além dos objetivos reconhecidos pela iniciativa Science Based Target, que envolvem reduzir a emissão de GEE em 50%, a P&G vai avançar com um conjunto de medidas de compensação de emissões ao longo da próxima década, tornando as suas operações neutras em carbono durante esse período. Com base em estimativas atuais, a P&G vai precisar de compensar aproximadamente 30 milhões de toneladas de carbono entre 2020 e 2030.

A prioridade da P&G continua a ser reduzir as emissões de GEE. A P&G tinha já o objetivo de reduzir as emissões de GEE em 50% e comprar 100% de eletricidade produzida a partir de fontes renováveis até 2030 e está no caminho certo para cumprir este compromisso. A P&G vai continuar a procurar parques eólicos, solares e geotérmicos para acelerar ainda mais a transição para as energias renováveis. Estes esforços estão alinhados com o que os dados científicos dizem ser necessário e vão continuar a ser uma aposta da companhia muito para além de 2030, com o objetivo de ajudar a limitar o aumento da temperatura média global. No entanto, existem algumas emissões que não poderão ser eliminadas até 2030. Ao investir em medidas de compensação de emissões, a empresa pretende acelerar o impacto que poderá ter nos próximos 10 anos.

Um Período Crítico

Relatórios recentes destacam que, por um lado, o mundo está aquém das reduções de emissões de GEE necessárias e que, por outro, a próxima década representa um período crítico para reduzir as emissões, conseguindo limitar o aumento de temperatura a 1,5°C. Essa tarefa será muito mais difícil se a sociedade não começar a reduzir as emissões antes do final da presente década. Em 2050, as emissões de carbono devem cair para zero, ou perto disso. A falta de ação pode colocar as gerações futuras sob maior risco relativamente ao impacto que as alterações climáticas representam, bem como dificultar o cumprimento das metas globais do Acordo de Paris.

“As alterações climáticas estão a acontecer, e precisamos de agir hoje”, afirma David Taylor, chairman e CEO da P&G. “Ao diminuir a nossa pegada de carbono e com um investimento em medidas de compensação de emissões, seremos neutros em carbono ao longo da próxima década em todas as nossas operações e estaremos a ajudar a proteger ecossistemas vulneráveis e comunidades em todo o mundo.”

Medidas de Compensação de Emissões: “A Natureza por si só pode resolver até

1/3 das alterações climáticas”

A P&G vai criar uma parceria com a Conservation International e com a World Wildlife Fund (WWF) para identificar e financiar uma série de projetos concebidos para proteger, melhorar e recuperar ecossistemas críticos, como florestas, pântanos, pradarias e turfeiras. Além de capturar mais carbono, um aspeto importante das medidas de compensação de emissões é o seu potencial para gerar co-benefícios ambientais e socioeconómicos significativos, que servem para proteger e recuperar a natureza, bem como melhorar os meios de subsistência das comunidades locais. A P&G vai procurar identificar, medir e comunicar os co-benefícios relevantes de seu investimento na natureza.

A P&G está a desenvolver um conjunto detalhado de projetos, com investimentos por todo o mundo. Os projetos já identificados incluem:

– **Recuperação da Mata Atlântica com a WWF** – Um plano de recuperação da Mata Atlântica, situada na costa leste do Brasil, com impactos significativos nos ecossistemas, na água, entre outros co-benefícios, incluindo segurança alimentar;

– **Evergreen Alliance com a Arbor Day Foundation** – Reúne empresas, comunidades e cidadãos para levar a cabo ações críticas para a preservação das necessidades da vida afetada pelas alterações climáticas – através da plantação de árvores para recuperar áreas devastadas por incêndios no norte da Califórnia e da recuperação de florestas na Alemanha;

– **Projeto de proteção de Palawan, nas Filipinas, em parceria com a Conservation International** – Esta iniciativa vai proteger, melhorar e recuperar os manguezais e ecossistemas críticos de Palawan. Palawan é a quarta área mais “insubstituível” do mundo no que toca a animais selvagens únicos sob ameaça.

“A natureza deve ser uma parte essencial de qualquer estratégia para combater a crise climática”, afirma M. Sanjayan, CEO da Conservation International. “Os estudos mostram que não podemos cumprir as nossas metas climáticas, a menos que protejamos, recuperemos e melhoremos a gestão de ecossistemas ricos em carbono. Bem implementados, estes esforços podem fornecer um terço das reduções de emissões necessárias na próxima década e, sobretudo, apoiar os meios de subsistência das comunidades nas linhas de frente das alterações climáticas. Estamos muito satisfeitos por trabalharmos com a Procter & Gamble na proteção da natureza – trata-se de um investimento que representa uma vitória para as pessoas e para o planeta.”

“Trabalhamos com a P&G para impulsionar o progresso climático e proteger as florestas há mais de uma década, porque a abrangência do seu negócio permite resultados a uma escala relevante”, afirma Carter Roberts, presidente e CEO da WWF nos EUA. “É importante destacar que esse progresso não se limitou à sua presença corporativa. A P&G foi uma das primeiras parceiras da Renewable Energy Buyers Alliance, que ajudou a expandir as aquisições corporativas de energia renovável nos EUA. O anúncio feito hoje assinala mais um progresso, colocando um foco maior no papel que a preservação da natureza pode desempenhar – não apenas na absorção de emissões de carbono, mas no

fornecimento de serviços e recursos que sustentam a vida na Terra. Esperamos trabalhar com a P&G para alcançar esses novos compromissos ao longo da próxima década.”

Marcas P&G lideram a redução da Pegada de Carbono e as mudanças positivas de Hábitos Climáticos

Este compromisso de ir além do objetivo de reduzir as emissões operacionais é importante e não ficará por aqui. Há mais de duas décadas, a P&G comprometeu-se em controlar com rigor científico a Avaliação do Ciclo de Vida dos seus produtos para entender melhor as emissões da sua cadeia de fornecimento, bem como a utilização dos seus produtos pelo consumidor (emissões do âmbito 3). Mais de 85% das emissões de âmbito 3 da P&G são provenientes da utilização dos seus produtos pelos consumidores. A P&G chega a cinco mil milhões de pessoas através das suas marcas todos os dias e, com essa escala, é responsável por dar aos consumidores o poder de reduzir as suas próprias pegadas de carbono com produtos projetados para ajudar a poupar energia, água e recursos naturais.

– Mais de 60% da pegada de um detergente para a roupa reside na sua utilização por parte do consumidor, sobretudo no que toca à energia usada para aquecer a água. Ariel e Tide estão a otimizar as fórmulas dos seus detergentes para obterem alta eficiência na lavagem a baixa temperatura e inspirar comportamentos positivos na forma como se opta por lavar a roupa. O objetivo é fazer com que 70% das cargas de máquinas de lavar roupa passem a ser de ciclos de baixa temperatura, sendo que um grande progresso foi já feito educando os consumidores nos EUA, nos últimos dez anos, sobre os benefícios dos ciclos de lavagem de baixa temperatura. A P&G estima que, desde 2015, as emissões evitadas pelos consumidores que aumentaram os ciclos de lavagem a baixa temperatura foram de aproximadamente 15 milhões de toneladas de CO₂, o que equivale a tirar 3 milhões de carros das estradas.

– Pondo fim ao popular mito, a marca Fairy tem mostrado aos consumidores como a máquina de lavar louça é projetada para ser mais eficiente no que toca à poupança de água e energia, comparativamente à lavagem à mão. As cápsulas Fairy permitem aos consumidores não necessitarem de pré-lavagem, o que permite poupar água e a energia necessária para aquecê-la. Ao reduzirem a temperatura da água em 20 ° C, os consumidores podem poupar até 50% de CO₂ da pegada total a cada lavagem.

“O nosso papel enquanto líderes é viabilizar uma economia e um estilo de vida com menos emissões, acessíveis e desejáveis para todos”, disse Virginie Helias, chief sustainability Officer da P&G. “É nossa responsabilidade proteger reservas críticas de carbono e investir em soluções que recuperem o nosso planeta. Os consumidores também querem fazer mais para lidar com as alterações climáticas. Como empresa, chegamos a 5 mil milhões de pessoas através das nossas marcas, por isso esforçamo-nos por fazer a diferença todos os dias, incentivando o consumo responsável de produtos eficazes e intuitivos para adotar novos hábitos com emissões mais reduzidas.”