

Pingo Doce e Recheio eliminam microplásticos de produtos de higiene pessoal, cosmética e detergentes

4 de Dezembro, 2020

O Pingo Doce e o Recheio Cash & Carry eliminaram os microplásticos dos seus produtos de marca própria das categorias de higiene pessoal, cosmética e detergentes, num total de 520 artigos, anunciou o grupo Jerónimo Martins em comunicado.

De acordo com o grupo retalhista, no Pingo Doce, os microplásticos foram retirados de “321 produtos das gamas Be Beauty, Cuida Bebé, SKINO e UltraPro”, enquanto que no Recheio a eliminação incidu sobre “199 artigos das marcas próprias MasterChef e Amanhecer”. A eliminação dos microplásticos foi possível graças a uma “análise criteriosa dos produtos já existentes”, feita em parceria com os fornecedores das duas cadeias do Grupo Jerónimo Martins, tendo sido implementados “projetos de substituição, sempre que necessário, por minerais ou por materiais vegetais”, pode ler-se no comunicado.

De acordo com João Líbano Marques, coordenador da Qualidade Marca Própria Não Alimentar – Portugal, do Grupo Jerónimo Martins, “continuaremos atentos, e a acompanhar a evolução tecnológica e legislativa, para mantermos isentos de microplásticos todos os produtos das nossas marcas próprias das categorias de higiene pessoal, cosmética e detergentes, com o intuito de preservar o meio marinho e evitar a contaminação da cadeia alimentar”, explicou. A medida insere-se nos compromissos assumidos pelo Grupo de combate à poluição por plástico e preservação da biodiversidade, tornando assim os produtos de marca própria mais sustentáveis”.

A eliminação dos microplásticos faz parte da estratégia de responsabilidade social do Pingo Doce, nomeadamente no âmbito do projecto “Amar o Mar”, um programa que agrega todas as iniciativas da insígnia, em prol da preservação dos oceanos.