

Primark adere à Carta da Indústria da Moda para a Ação Climática da ONU

29 de Outubro, 2020

*A Primark aderiu à **Carta da Indústria da Moda para a Ação Climática da Convenção-Quadro das Nações Unidas para as Alterações Climáticas (UNFCCC)**, apoiando a ambição de zero emissões e comprometendo-se a uma redução de 30% nas emissões de gases com efeito de estufa (GEE) até 2030, lê-se no comunicado enviado pela empresa.*

Ao aderir à carta, a Primark está a “comprometer-se a eliminar emissões ao longo de toda a sua cadeia de valor” para além das suas “próprias operações”, ou “emissões (Scope 3)”, que constituem a “grande maioria da pegada de carbono” da companhia. A empresa está assim empenhada em “analisar e definir um caminho de descarbonização” com base nas metodologias da *Science Based Target initiative* (SBTi), refere em comunicado.

A marca informa também que já “implementou vários processos na produção, distribuição e operações” em loja para “identificar e reduzir a sua pegada de carbono”. E para reduzir as emissões dos Scope 1 e 2, as equipas de gestão das instalações e operações de loja da Primark “procuram em permanência medidas práticas para reduzir o consumo energético da empresa”. Por exemplo, em 2015 a marca organizou um Grupo de Redução de Energia (ERG) para “identificar e implementar iniciativas de poupança de energia nas lojas”.

De acordo com Katharine Stewart, Ethical Trade and Environmental Sustainability director da Primark, “estamos muito satisfeitos por nos juntarmos à UNFCCC e comprometemo-nos a reduzir as emissões na nossa cadeia de valor. Enquanto empresa mundial de retalho de vestuário, pretendemos encontrar soluções para os desafios das alterações climáticas e reconhecemos que há sempre mais a fazer. Apesar de termos grandes ambições de tornar o nosso negócio mais sustentável, também sabemos que mesmo as pequenas mudanças podem fazer uma grande diferença, simplesmente por causa da nossa dimensão. E nós queremos fazer tudo isso sem passar o custo para os nossos clientes, pois acreditamos que a moda sustentável não deve vir com uma grande etiqueta de preço”.