

# “Temos de ser capazes, na Europa, de olhar para (o ecodesign) do ponto de vista de política industrial”

29 de Setembro, 2021

Ao nível europeu e nacional, há duas tendências para as quais não há alternativa ou escapatória possível: o desafio dos impactos das alterações climáticas e o desafio de existir cada vez mais plástico nos oceanos.

Este foi o ponto de partida para **Nuno Lacasta**, presidente da Agência Portuguesa do Ambiente (APA), sublinhar que a “primeira tendência” se traduz obrigatoriamente em descarbonização, exigindo uma “mudança radical nos padrões de consumo e produção”, mantendo o “bem-estar”, mas, sobretudo, “olhando de forma diferente para a extração de petróleo e a utilização de produtos petrolíferos”, sendo que o plástico é uma forma de utilizar o petróleo: “É importante começar a olhar para os materiais de plástico – não como materiais que utilizamos uma vez e deitamos fora – mas sim, se possível, reutilizar e também reciclá-los”. Já na segunda tendência, o presidente da APA é perentório: “Não tarda nada vamos ter nos nossos mares e oceanos mais plástico do que toda a biomassa que lá existe”. E algo que agrava mais a situação é que o plástico não se decompõe e acaba por entrar na cadeia alimentar, podendo voltar a ser ingerido pelos seres humanos: “Temos de reduzir de forma drástica a produção e utilização do plástico. A sua reutilização e a sua reciclagem é central”, defende.

Neste cenário “negro”, há uma garantia: “A Estratégia Europeia da Economia Circular já tem quase dez anos e, apesar de ter começado de forma tímida, a Europa é hoje o continente líder nestas matérias”. E no que diz respeito às novas diretivas de resíduos, reutilização e reciclagem de plástico e plástico de uso único, trata-se de uma “guerra partilhada” que envolve cidadãos e as empresas: “Temos muitas parcerias e iniciativas diferentes. E o projeto-piloto (“Quando do Velho se Faz Novo, Todos Ganham. Ganha o Planeta”) é um bom exemplo disso”, refere.

No que diz respeito à regulamentação, Nuno Lacasta acredita que se trata de um quadro que é suficiente e ambicioso: “São metas que, depois, têm de ser compaginadas com as metas de redução de resíduos em aterro, isto é, passar para 10% em menos de uma década”.

Já no que diz respeito ao “ecodesign” e à “circularidade” das embalagens de bebidas, sendo este o tema do debate, o presidente da APA não tem dúvidas do potencial que existe no país: “Temos uma capacidade e uma margem para trabalhar o ecodesign e temos de saber aproveitar”. E um bom exemplo é que a discussão atual já se centra no ecodesign e nas oportunidades associadas, quer seja em Portugal, quer seja a nível europeu: “Temos de ser capazes na Europa de olhar para estes temas do ponto de vista de política industrial. Só Portugal gasta 4 mil milhões de euros por ano em hidrocarbonetos que poderiam ficar na economia nacional”, exemplifica.

***[blockquote style="2"]A economia como um todo tem de premiar os bons comportamentos ou penalizar os maus comportamentos[/blockquote]***

“Quando do Velho se Faz Novo, Todos Ganham. Ganha o Planeta” é um projeto-piloto para a devolução de garrafas de bebidas em plástico PET não reutilizáveis, com o objetivo de promover a adoção de comportamentos sustentáveis para que o material recolhido seja reciclado e incorporado como matéria-prima na produção de novas garrafas de bebidas. O projeto abrange um conjunto de 23 máquinas de recolha automática instaladas em grandes superfícies comerciais, localizadas em Portugal Continental. O Grupo Jerónimo Martins faz parte da lista.



“A participação do retalho neste projeto piloto é crucial: sem desvalorizar a intervenção dos demais elos da cadeia de valor do plástico ou das embalagens de plástico, de facto, é no retalho que haverá a grande transformação”. Quem o diz é **Fernando Ventura**, Head of Efficiency and Innovation Environmental Projects do Grupo Jerónimo Martins, evidenciando que “há muito a mudar em termos de comportamento na relação com o consumidor”. No que diz respeito a desafios, o responsável destaca que, ao nível operacional, “todo este sistema tem que estar bem definido e montado para que não ocorra constrangimento”, quer a nível da “operação da loja”, quer ao nível “daquilo que vão ser as práticas do consumidor”. Este desafio traduz-se num outro: “Como envolver o consumidor, como explicar o que muda, porque muda e o que tem de fazer, sendo que algumas das práticas do consumidor podem reduzir a eficiência e eficácia de um sistema destes”, destaca. Já no que diz respeito às “lições” a tirar deste piloto é, essencialmente, a identificação daquilo que são os impactos na operação: “De que forma é que temos que adaptar ou o desenvolver novos procedimentos e, por outro lado, as adaptações que temos de desenvolver a nível infraestrutural, sendo este um desafio maior para universo de lojas pequenas”.

Ao nível da experiência na promoção do ecodesign das embalagens de bebidas, esse é um tema que, desde 2009, tem sido trabalhado pelo grupo. Do ponto de vista operacional, o foco tem sido as marcas próprias: “Quando falamos de plástico de uso único, as embalagens representam mais de 90% da totalidade em peso e a marca própria aproxima-se dos 90%, permitindo ter um poder de influência superior do que quando falamos de marcas de indústrias”.

Quando se fala no futuro e sobre o sistema de depósito de embalagens de bebidas, o responsável atenta na importância de se fazer um trabalho cuidado no desenho do sistema. O objetivo é que esse impacto a nível do consumo seja mínimo ou que, idealmente, não exista”. Depois, o consumidor tem de ser responsabilizado: “A economia como um todo tem de premiar os bons comportamentos ou penalizar os maus comportamentos”.

***[blockquote style="2"]Para as indústrias que têm dinheiro para investir e querem investir, não saber as regras é terrível[/blockquote]***

Em representação da Coca-Cola esteve **Manuel Bastos**, Public Affairs, Communication & Sustainability, que destacou a importância do sistema de

depósito de reembolso para atingir as metas, aumentando a circularidade dos materiais e fazer sentir o verdadeiro valor do material. Ao nível dos desafios, o responsável destacou a adaptação das embalagens e o facto de todos “quererem o mesmo: mudar rótulos, disposição de produto, circuito. Tudo isto leva o seu tempo e as regras têm de ser claras”. E é precisamente no quadro regulamentar que o responsável alerta para a importância das definições: “É preciso serem claras de como vai ser o novo sistema de depósito de reembolso para que os produtores se possam preparar para tal, tal como para os retalhistas. Quanto mais cedo soubermos, mais cedo podemos tomar as decisões corretas”.

No que diz respeito ao consumidor, Manuel Bastos destaca a importância de se perceber a evolução do “packaging mix”, após um sistema de depósito de reembolso: “Não queremos que as embalagens que estão dentro do sistema de depósito reembolso sejam penalizadas porque estas têm depósito e as outras não, ou seja, que possa haver um critério de escolha”.

Quem corrobora a mesma ideia é **Milena Parnigoni**, CEO da ECOBERIA, que alerta para a demora da definição legislativa do sistema: “Toda a indústria e a cadeia estão à espera das futuras regras, sendo fundamentais para prever o que fazer”. Aliás, “para as indústrias que têm dinheiro para investir e querem investir, não saber as regras é terrível”. No que diz respeito a “recomendações”, a responsável defende a ideia de multiplicar o número de máquinas, seja em supermercados, nas escolas ou até mesmo nas paróquias e que tenham o incentivo económico que compense o consumidor a agir: “Não é prática colocar a garrafa no depósito”, refere.

Nuno Lacasta, Fernando Ventura, Manuel Bastos e Milena Parnigoni falaram, esta terça-feira, no webinar de **Balanço e Recomendações Sistema de Depósito de Embalagens de Bebidas de Plástico**, promovido pela Associação Águas Minerais e de Nascente de Portugal, Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED) e pela Associação Portuguesa das Bebidas Refrescantes Não Alcoólicas (PROBEB).