

ECONOMIA CIRCULAR

**Jerónimo
Martins**

CASO DE ESTUDO ECONOMIA CIRCULAR

Projecto de Ecodesign de
Embalagens no Grupo
Jerónimo Martins

15.09.2021

CARACTERIZAÇÃO EMPRESA E PROJETO

Jerónimo Martins

Com mais de 225 anos de história, somos um Grupo de Distribuição Alimentar e Retalho Especializado presente em Portugal, Polónia e Colômbia.

Procuramos democratizar o acesso a soluções alimentares de qualidade junto dos mais de quatro milhões de consumidores que visitam as nossas mais de 4.400 lojas todos os dias.

Área temática do Caso de Estudo

Economia Circular

Projecto de Ecodesign

Portugal e Polónia

Duração de execução

2010 - *Ongoing*

Equipa envolvida

Direcção Corporativa de Ambiente, Direcções de Marca Própria, Direcções de Qualidade, Direcções Comerciais

Data de publicação

Julho de 2020 (actualização em Setembro de 2021)

ENQUADRAMENTO SOBRE A ÁREA TEMÁTICA SELECIONADA

De acordo com a Comissão Europeia, foram gerados 173 kg de resíduos de embalagens por habitante em 2017, o valor mais elevado até então.

Para contrariar esta tendência, e no âmbito do Pacto Ecológico Europeu, o novo Plano de Acção para a Economia Circular tem como objectivo tornar reutilizáveis ou recicláveis todas as embalagens colocadas no mercado da União Europeia até 2030.

Este objectivo está alinhado com a definição de economia circular da Comissão Europeia, segundo a qual os produtos devem manter-se na economia o máximo de tempo possível, a utilização de recursos naturais e a produção de resíduos devem reduzir-se ao mínimo e os produtos devem ser reaproveitados por forma a continuarem a gerar valor mesmo no final da sua vida útil.



PROBLEMA: IDENTIFICAÇÃO E SUA RELEVÂNCIA PARA A EMPRESA

No Grupo Jerónimo Martins procuramos otimizar a utilização de recursos através do desenvolvimento de embalagens e produtos que sejam reutilizáveis e/ou recicláveis, da redução da produção de resíduos e do encaminhamento para valorização dos resíduos gerados nas nossas operações.

Em linha com estes princípios, o Grupo assumiu o compromisso de que todas as embalagens de Marca Própria serão 100% recicláveis até 2025, antecipando em cinco anos o alinhamento com a Estratégia Europeia para os Plásticos e com a Directiva (UE) 2019/904. Paralelamente, o Grupo aderiu ao [New Plastic Economy Global Commitment](#), no qual se compromete, até 2025, a:

- Eliminar os componentes problemáticos das embalagens de plástico de Marca Própria (ex.: policloreto de vinilo [PVC], poliestireno expandido [EPS] e poliestireno extrudido [XPS]);
- Promover modelos de produção e consumos baseados em práticas de reutilização;
- Garantir que todas as embalagens de plástico de Marca Própria são reutilizáveis ou recicláveis;
- Incorporar pelo menos 25% de conteúdo reciclado nas embalagens de plástico;
- Reduzir em 10% o consumo de plástico face a 2018 (medido em toneladas de embalagens de plástico por cada milhão de euros de volume de negócios);
- Reduzir em 15% o total de plástico virgem em embalagens de Marca Própria, embalagens de serviço, filme de paletização e sacos de caixa, face a 2018.

Adicionalmente, somos ainda membros fundadores do [Pacto Português para os Plásticos](#) e do [Pacto Polaco para os Plásticos](#) (através da Biedronka) e

integramos o grupo de trabalho de design do Plastic Waste Coalition of Action do The Consumer Goods Forum.

Para além destes compromissos, o Grupo definiu o objectivo de garantir que pelo menos 12% das embalagens dos produtos de Marca Própria são incluídas no projeto de ecodesign até 2023, face ao sortido de 2020.

RESOLUÇÃO: AÇÕES, ETAPAS, PARCERIAS

Neste contexto, e com o objectivo de reduzir o impacto ambiental das embalagens de Marca Própria e otimizar os custos de produção, transporte e gestão de resíduos das embalagens, o Grupo iniciou em 2010, em parceria com os seus fornecedores, o projecto de ecodesign de embalagens.

Com a perspectiva do ciclo de vida das embalagens, o projecto assenta em seis estratégias:

- promover a reutilização;
- eliminar componentes supérfluos;
- minimizar o peso dos componentes;
- privilegiar materiais ambientalmente mais adequados;
- fomentar a reciclagem;
- reduzir as perdas de produto.

Actualmente estas estratégias são também aplicadas a produtos de Marca Própria e não apenas às suas embalagens, sendo exemplo a alteração de plástico para cartão do bastão dos cotonetes de Marca Própria do Pingo Doce, Recheio, Biedronka e Hebe.

Para comunicar este programa aos clientes do Pingo Doce, foi criado o selo “Programa de Ecodesign”, que inclui uma descrição resumida da melhoria implementada (ex.: “Redução do peso da embalagem”), a descrição detalhada na lateral ou no verso da embalagem (ex.: “Tornámos este produto mais amigo do Ambiente através da redução do diâmetro do tubo do rolo, o que nos permitiu poupar cartão e filme plástico da embalagem, assegurando a mesma quantidade de papel.”), informação sobre o destino mais correcto para cada componente da embalagem, incluindo a respectiva infografia (ex.: “Frasco – Ecoponto Verde; Tampa – Ecoponto Amarelo”).

PRINCIPAIS DESAFIOS

- Encontrar alternativas com o mesmo desempenho operacional;

- Melhorar o desempenho ambiental real das embalagens, sem comprometer a eficiência operacional;
- Aplicação de materiais reciclados em embalagens de contacto alimentar;
- Informar os consumidores das melhorias implementadas;
- Envolver *stakeholders* externos (ex.: recicladores) nos processos de desenvolvimento e melhoria.

RESULTADOS

Desde 2011, o projecto de ecodesign permitiu evitar a utilização de cerca de 27.500 toneladas de materiais, tendo sido abrangidas 534 referências. Adicionalmente, o projecto permitiu a introdução de 143 embalagens com certificação FSC® e evitou a emissão de cerca de 4.500 toneladas de CO₂ associadas ao transporte.

Para além da alteração do bastão dos cotonetes, é também exemplo deste projecto o detergente para loiça das marcas Kraft (Biedronka) e Ultra Pro (Pingo Doce) lançado em 2019, cuja garrafa é composta por 100% de PET reciclado: 11% proveniente de resíduos marinhos recolhidos em rios, lagoas e oceanos e os restantes 89% são plástico reciclado pós-consumo.

A recolha do plástico em meio marinho é feita pela [Waste Free Oceans](#) (WFO) através de parcerias com fornecedores que utilizam redes para o efeito, contribuindo também para a redução da poluição por plástico nos rios, mares e oceanos. Além disso, a garrafa foi desenhada para ser 100% reciclável.

O Pingo Doce lançou, em 2020, a lixívia em pastilhas e, em 2021, três detergentes em pastilhas, ambos da Marca Própria Ultra. Devido à sua elevada concentração, estes produtos permitem a poupança de mais de 97% no uso de plástico na embalagem, em comparação com os produtos convencionais em garrafa. Ainda em 2021, o Pingo Doce lançou o champô sólido na marca Be Beauty, que possui uma embalagem até 50 vezes mais leve do que a de um champô equivalente líquido.

RECOMENDAÇÕES

- Estabelecer parcerias com fornecedores e divulgar os princípios de ecodesign de embalagens do Grupo;
- Incorporar critérios de ecodesign no desenvolvimento de produtos;

- Sensibilizar o consumidor para soluções reutilizáveis e para as boas práticas de separação de embalagens no seu fim de vida.

SABER MAIS

- <https://www.jeronimomartins.com/pt/responsabilidade/respeitar-o-ambiente/materiais-e-embalagens/>
- <https://www.pingodoce.pt/campanhas/eco-design-embalagens/>