

sociedade

pontoverde



RECICLA

OUTUBRO | NOVEMBRO | DEZEMBRO 2016

Trimestral

n.º 24



25 ANOS

**DO GERVÁSIO
AOS MITOS:
ANÚNCIOS QUE
MUDARAM
COMPORTAMENTOS**

A SOCIEDADE PONTO VERDE ESTÁ DE PARABÉNS!
SÃO DUAS DÉCADAS A PROMOVER A RECICLAGEM EM PORTUGAL.
SAIBA TUDO O QUE MUDOU ENTRE 1996 E 2006



OPEN INNOVATION CONHEÇA OS
PROJETOS DE EMPREENDEDORISMO

20
ANOS

sociedade
pontoverde



RECICLAR NO PRESENTE, TRANSFORMAR O FUTURO.

A Sociedade Ponto Verde está consigo desde o início da reciclagem em Portugal.

A nossa missão é organizar e gerir a retoma e valorização dos resíduos urbanos de embalagens, contribuindo para um país melhor, tanto do ponto de vista ambiental, como económico. É isso que temos vindo a fazer, ano após ano, há quase duas décadas. Orgulhamo-nos de ter contribuído para uma mudança de mentalidades e para uma real consciencialização ambiental por parte de todos, encaminhando para reciclagem, por ano, centenas de milhares de toneladas de resíduos urbanos de embalagens. Com uma experiência única, continuamos a contar com todas as empresas, municípios e sistemas municipais, para fazer do Sistema Ponto Verde uma opção segura para assegurar a reciclagem das embalagens usadas.

E, claro, contamos com o seu gesto diário. Sem ele, nada disto seria possível!

RECICLA

sociedade
ponto verde

SUMÁRIO

As emissões geradas pela presente edição da *Revista Recicla* no que respeita à produção e impressão de papel foram medidas e compensadas pela Carbono Zero

Esta revista é distribuída aos assinantes da revista *Visão* e não pode ser vendida separadamente

A RECICLA é impressa em papel reciclado e com tintas ecológicas



12 O anúncio do chimpanzé *Gervásio* marcou gerações

04 NOTÍCIAS

As últimas novidades sobre ecologia e sustentabilidade

06 TEMA DE CAPA ESPECIAL 20 ANOS SOCIEDADE PONTO VERDE

O que mudou entre 1996 e 2016? Conheça a evolução da reciclagem em Portugal

12 ANÚNCIOS CRIATIVOS

Do chimpanzé *Gervásio* aos mitos da reciclagem, sem esquecer as crianças, todos eles ajudaram a mudar mentalidades

34

Natal mais verde
Quer produzir menos resíduos nesta época natalícia? Bea Johnson explica como

15 OS NÚMEROS DA RECICLAGEM

Quantas toneladas foram encaminhadas para reciclar em 2015?

16 BOOTCAMP PONTO VERDE OPEN INNOVATION

Os projetos empreendedores que vão tornar o futuro mais verde

22 ENTREVISTA SUMOL-COMPAL

A estratégia de sustentabilidade para ter embalagens mais amigas do ambiente

24 ENTREVISTA AUCHAN

Supermercados aproveitam 92% dos resíduos que produzem

26 ECOEMPREENDEDORES

As novas preocupações ecológicas na área da restauração e hotelaria

28 ECODESIGN

Embalagens ecológicas *made in* Portugal ganham notoriedade



06

A Sociedade Ponto Verde comemora o seu 20.º aniversário em 2016 e nesta edição relembremos os principais marcos históricos ao longo de duas décadas



28 Ecodesign em português
Vários projetos nacionais ganham destaque no mundo do *design* ecológico

30 ECONOMIA CIRCULAR

Dicas para empreendedores e gestores

32 ECOEMPREENDEDORES

Conheça a nova plataforma portuguesa SmartFarmer

34 NATAL SEM RESÍDUOS

Todas as dicas de Bea Johnson, mentora do projeto Zero Waste Home

36 PEQUENOS GESTOS

A *blogger* Joana Roque ensina a fazer prendas de Natal caseiras

38 MOBILIDADE

As cidades estão mais verdes. Lisboa, Porto e Viseu têm novos projetos de mobilidade

40 AGENDA

Eventos ecológicos com interesse

42 ECOLIDS

Sugestão de leitura para o Natal: *O Pai Natal Verde*

42 Ecolids
Livro infantil ajuda os mais novos a reciclar

FICHA TÉCNICA

sociedade
ponto verde

Propriedade Sociedade Ponto Verde, S. A., Rua João Chagas, 53, 1.º, dir., 1495-764 Cruz Quebrada, Dafundo, Tel. 210 102 400, Fax 210 102 499, www.pontoverde.pt, info@pontoverde.pt, NIF 503 794 040. Diretor Luis Veiga Martins, Diretora adjunta Susana Camacho Palma. Periodicidade Trimestral (Edição n.º 24, outubro/novembro/dezembro 2016). Depósito Legal 215010/04. ICS 124501 Tiragem 17.500 exemplares

Consulte o estatuto editorial da Recicla em: http://www.pontoverde.pt/estatuto_editorial_recicla.php

A RECICLA é impressa em papel reciclado e com tintas ecológicas. Depois de a ler, dê-lhe um final ecológico: partilhe-a com um amigo ou coloque-a no Ecoponto Azul. ♻️

MEDIPRESS
Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.

Edição Editora Medipress - Sociedade Jornalística e Editorial, Lda. NPC 501 919 023. Capital Social: €74 748,90; CRC Lisboa. Composição do capital da entidade proprietária: Imprensa Publishing, S. A. - 100%, R. Calvet de Magalhães, 242, 2770-022 Paço de Arcos Tel. 21 469 80 00 • Fax 21 469 85 00 Editora Bárbara Silva Arte e projeto João Matos; Rui Garcia e Rui Guerra

Colaboradores Catarina Vilar, Fernando Brandão, Manuela Garcia, Nelma Viana, Palmira Simões (texto); Alexandre Bordalo, com agência Getty Images (fotos); António Malheiro/4Screen (vídeo); Dulce Paiva (revisão) Gestor de Produto Luís Miguel Correia Produtor Gráfico João Paulo Battie y Font Impressão Jorge Fernandes, Lda.





SOCIEDADE PONTO VERDE APOIA NOVO JOGO DA MAJORA

INDICADO PARA CRIANÇAS A PARTIR DOS TRÊS ANOS DE IDADE, O ECOHERO sensibiliza e ensina as crianças a separar os resíduos nos diferentes ecopontos de acordo com o tipo de material: vidro, papel, metal e plástico, assim como os resíduos orgânicos, de uma forma didática, simples e de fácil perceção. O diretor-geral da SPV destaca a aposta na sensibilização ambiental das crianças. “Esta associação ao ECOHERO é mais uma prova do nosso empenho e compromisso na formação dos mais novos”, diz Luís Veiga Martins. O jogo encontra-se à venda nos locais habituais e nos quiosques da marca nos centros comerciais Amoreiras Shopping, Cascais Shopping, Colombo e Norte Shopping e em majora.pt, com um PVP recomendado de €14,99.

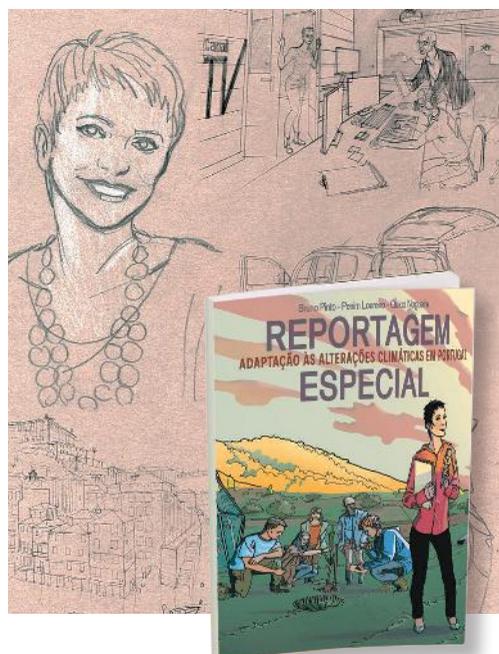
PO SEUR FINANCIA PLANOS DE ADAPTAÇÃO ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS



O PROGRAMA OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE e Eficiência no Uso de Recursos (PO SEUR) aprovou, com cerca de um milhão de euros, seis candidaturas no âmbito do concurso

lançado em maio deste ano. Destinam-se ao planeamento e produção de informação e conhecimento em adaptação às alterações climáticas no âmbito dos pactos para o desenvolvimento e coesão territorial celebrados com o Programa. A comparticipação de verbas do Fundo de Coesão nestes projetos é de 816 mil euros. As comunidades intermunicipais do Alentejo Central, Baixo Alentejo, Cávado, Douro, Região de Coimbra e Viseu Dão Lafões são as entidades beneficiárias. As operações a financiar são planos municipais, intermunicipais e regionais de adaptação às alterações climáticas e a produção de informação e conhecimento, nomeadamente estudos, análises e cartografia. Estes investimentos inserem-se no eixo prioritário 2 do PO SEUR, que tem como objetivo promover a adaptação às alterações climáticas e a prevenção e gestão de riscos. No período 2014-2020 Portugal assumiu o objetivo de reforçar as capacidades de adaptação a estas alterações, contribuindo para o desenvolvimento da estratégia nacional definida neste domínio. Mais informação disponível em poseur.portugal2020.pt.



PROBLEMAS DO CLIMA EM BANDA DESENHADA

BRUNO PINTO, BIÓLOGO, FEZ O ARGUMENTO, Penim Loureiro, arquiteto, desenhou, e Quico Nogueira, engenheiro civil, deu cor. São os autores de *Reportagem Especial: Adaptação às Alterações Climáticas em Portugal*, uma BD que pretende alertar para as consequências das alterações climáticas no nosso país. Integrado no projeto ClimAdaPT, pretende iniciar em Portugal a elaboração de Estratégias Municipais de Adaptação às Alterações Climáticas (EMAAC) e a sua integração no planeamento municipal. Envolve 26 municípios do continente, Açores e Madeira e a formação de 52 técnicos municipais. Neste livro, disponível gratuitamente em climadapt-local.pt, podemos acompanhar uma jornalista (inspirada na profissional da SIC Carla Castelo) e um repórter de imagem durante uma reportagem de televisão sobre a adaptação às alterações climáticas em Portugal. No percurso surgem histórias e personagens reais, como o físico Filipe Duarte Santos, assistimos a conversas com especialistas no tema e conhecemos desafios colocados pelas alterações climáticas e maneiras de lidar com eles.



SPV É A PRIMEIRA ENTIDADE GESTORA A RENOVAR DUAS DAS MAIS IMPORTANTES CERTIFICAÇÕES

A SOCIEDADE PONTO VERDE VIU AGORA RENOVADA, pela SGS Portugal, a certificação do seu sistema de gestão integrado com o âmbito “Gestão Administrativa do Sistema Integrado de Gestão de Embalagens e Resíduos de Embalagens”, pelos referenciais ISO em matéria de ambiente e de qualidade. A SPV é assim a primeira entidade gestora a transitar para os referenciais de 2015 da ISO 9001 e da ISO 14001. Estas normas são referenciais internacionais de gestão da qualidade e gestão ambiental, respetivamente, aplicáveis a todas as organizações independentemente da dimensão ou setor de atividade. Estes referenciais permitem às organizações comprovar o seu compromisso com a qualidade e satisfação das partes



interessadas e com a proteção ambiental. Neste sentido, as práticas dos sistemas de gestão são atualizadas, assegurando o cumprimento da legislação e a melhoria contínua. Nas suas versões de 2015, estas normas introduzem novos conceitos como a análise de contexto, o relacionamento com as partes interessadas, o pensamento baseado no risco e a perspetiva de ciclo de vida na área ambiental. Elisabete Martins, auditora coordenadora da SGS, afirma: “Todo o processo de escutar as necessidades de várias partes interessadas da sociedade é um desafio que já fazia parte das preocupações da SPV. Contudo, torna-se agora uma parte integrante do seu sistema de gestão, sendo uma mais-valia para uma organização como a SPV.”



MOEDA E LIVRO DEDICADOS AO LINCE-IBÉRICO

A MOEDA DEDICADA AO LINCE-IBÉRICO inaugurou a nova série de moedas de coleção intitulada Espécies Ameaçadas, da Imprensa Nacional-Casa da Moeda (INCM). É da autoria do escultor Luís Valadares, pesa 14 gramas, tem 30 milímetros de diâmetro e foi apresentada recentemente em Mértola, em conjunto com o livro infanto-juvenil *Sou o Lince-Ibérico*, com texto de Maria João Freitas e ilustrações de Tiago e Nadia Albuquerque, também uma edição da INCM, que integra o programa educacional do Museu Casa da Moeda. Conta ainda com a supervisão da bióloga Luísa Ferreira Nunes. Tanto a moeda, com o valor facial de cinco euros, como o livro – que procura sensibilizar a sociedade, em especial o público mais jovem, para as causas ecológicas, da biodiversidade e da proteção do ambiente – possuem uma vertente solidária, contribuindo com parte da receita para os diferentes fundos geridos pelo Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF).

A FESTA DA SUSTENTABILIDADE: TODOS TEMOS PODER

REALIZOU-SE, EM OUTUBRO, A 9.ª EDIÇÃO DO GREENFEST, o maior evento de sustentabilidade do país, que todos os anos celebra o que de melhor se faz neste âmbito, seja a nível ambiental, económico ou social. O palco desta iniciativa foi mais uma vez o Centro de Congressos do Estoril. Foram quatro dias de conferências, *workshops*, debates, palestras, oficinas e ateliês, atividades lúdicas e outras, nos quais a economia circular e o combate ao desperdício estiveram em destaque. O Greenfest dirige-se a toda a população, contando com a presença de famílias, empresas, autarquias e escolas, e tem como objetivo sensibilizar os visitantes para as questões inerentes à sustentabilidade, partilhando as melhores práticas. Entretanto já há datas para a décima edição: 28 de setembro a 1 de outubro de 2017.



CAPA | ESPECIAL 20 ANOS

20.º aniversário da SPV

1996-2016

DUAS DÉCADAS
DE RECICLAGEM

O país renova-se e avança, assim como a sua aposta na reciclagem e na sustentabilidade. Para ajudar neste processo, foi criada a Sociedade Ponto Verde em 1996. No 20.º aniversário, pedimos um desejo reciclado por cada vela apagada

Texto Catarina Vilar Arquivo SPV

Separar e enviar corretamente as embalagens para reciclagem como parte da rotina diária de uma boa casa portuguesa. Isto como tarefa tão simples como ligar o rádio para ouvir música, ter um bom livro de cabeceira, ver a novela ou o filme depois do jantar. Integrar a reciclagem nos hábitos de cada cidadão – é neste sentido que a Sociedade Ponto Verde (SPV) trabalha desde a sua criação, em novembro de 1996. Sabia que desde então foram encaminhadas para reciclagem mais de 6,8 milhões de toneladas de resíduos de embalagens, o equivalente ao peso de três Pontes Vasco da Gama? Durante este período foram investidos mais de 50 milhões de euros em ações de comunicação e sensibilização e 650 milhões de euros na recolha das embalagens separadas. E agora os números que provam que tudo isto compensa: atualmente, 7 em cada 10 lares portugueses fazem a separação das embalagens geradas, acreditando-se que nos próximos anos este valor continuará a aumentar.

De Figo à caixinha mágica

Ainda se lembra onde estava em 1996? Nós damos uma ideia do que se passava no ano em que a SPV foi criada e começou a fazer história. Ele começara a jogar aos oito anos e nesse ano tinha apenas 11: formava-se o

craque e agora herói nacional Cristiano Ronaldo. Podemos quase apostar que na altura não perdeu os jogos da Seleção portuguesa, mas ainda longe de ser seu capitão. Nesse ano foi Inglaterra a anfitriã do Euro, Portugal não passou dos quartos de final mas ninguém esquece os heróis da altura. Vítor Baía, Fernando Couto, Figo, Sá Pinto, Rui Costa. Às telenovelas *Roseira Brava*, *Primeiro Amor* e *Vidas de Sal*, da RTP, prendiam telespectadores ao pequeno ecrã, com atores veteranos como Simone de Oliveira, Armando Cortez e Mariana Rey Monteiro.

Desde 1996 foram enviadas para reciclagem mais de 6,8 milhões de toneladas de resíduos de embalagens

Os bonecos também criticam

Na SIC estreava, em 1996, o programa *Mundo VIP*, dedicado ao *jet set* nacional e com apresentação de Felipa Garnel e Paulo Pires. Num registo jornalístico de investigação, esta estação apostava num formato que continua no ar 20 anos depois: a *Grande Reportagem*. Coordenado por Cândida Pinto, continua a convidar semanalmente para que viajemos “por cenários de guerra e de paz, de amor e de ódio”. Foi na SIC que estreou, também em 1996, o *Cara Chapada*. Não atingindo o sucesso esperado, mudou de casa e de



VEJA AQUI O VÍDEO EXCLUSIVO da evolução da SPV e da reciclagem em Portugal



nome e passou a ser um dos programas mais populares da RTP: o *Contra Informação* prendeu os portugueses às cómicas marionetas com a sua crítica apurada.

Somos um povo musical e que gosta de ouvir cantar em português. A coletânea de êxitos *O Caminho da Felicidade*, dos Delfins, foi campeã de vendas no mercado nacional em 1996. Nesse mesmo ano, o grupo de Miguel Ângelo produziu a banda sonora do filme *Adeus Pai*, de Luís Filipe Rocha, e gravou o disco *Saber Amar* nos intervalos de uma digressão internacional que passou pelo Brasil, África do Sul e Suíça. Noutro registo, os *Nocturnos de Chopin*, por Maria João Pires, liderou o *top* de vendas entre 12 e 27 de novembro, data



em que foi lançado o *Tempo*, de Pedro Abrunhosa. Entretanto, o país não via apenas a bola e a novela, também já começava a reciclar. No primeiro ano de atividade, a SPV reciclou 1500 toneladas de resíduos de embalagens. Nessa altura cobria 18,1% da população e 14,9% do território.

Os primeiros passos

A guia de transporte que acompanha os resíduos entre o sistema municipal e o reciclador, chegava inicialmente por fax. Iniciava-se aí uma troca documental entre todas as entidades envolvidas no processo. Antes de se avançar para um sistema *online* em 2001, em que tudo passa pelo mundo virtual e pela poupança de resmas de folhas. Por cada carga podiam arquivar-se até 10 folhas de papel! Nesta mudança de processos, a SPV foi pioneira entre as suas congéneres. Manuel Pássaro, diretor do Departamento de Planeamento e Projetos e o colaborador mais antigo da SPV, recorda como tudo começou: “A reciclagem limitava-se ao vidro. Em termos da predisposição do consumidor, a situação era muito incipiente, foi partir do zero. Foi como se tivéssemos de construir um edifício partindo de um terreno sem nada, com necessidade de haver um projeto e passar depois à prática. Constituiu-se a SPV em termos formais em 1996 e começou-se a pensar como se implementava o sistema com base no exemplo de empresas



semelhantes que existiam na Alemanha, Bélgica e França.” Começou por estar envolvido na preparação do caderno de encargos que se tinha de submeter à tutela – os Ministérios do Ambiente e da Economia –, e só passado um ano, e após o licenciamento, se pôde atuar ao nível dos vários parceiros. Seguiram-se muitos quilómetros pelo país para reuniões com as câmaras, de forma a sensibilizar para a implementação da recolha seletiva nos seus concelhos. Assim como as campanhas de comunicação para incentivar os consumidores a reciclar. Foi esta simbiose que permitiu que tudo avançasse.

Mundo em mudança

“O mundo de hoje é seguramente muito diferente do dos anos 90. Aqueles hábitos de separação de resíduos para reciclagem que eram de uma elite

SIGRE

EVOLUÇÃO NA RECICLAGEM

Em 1998, dois anos depois de ter sido criada a Sociedade Ponto Verde, começou a funcionar o Sistema Integrado de Gestão de Resíduos de Embalagens – SIGRE. O Sistema Ponto Verde cobria 18,1% da população e 14,9% do território. Em 2000, a SPV já chegava a 81,1% da população e cobria metade do território. Em 2010 reciclou mais de 667 mil toneladas, chegou a 99,7% da população e estava presente em 99,3% do território nacional. Em 2014 foram mais de 730 mil toneladas, das quais 419 mil toneladas de embalagens recuperadas no fluxo urbano. Desta forma, a SPV conseguiu atingir uma taxa de reciclagem de 74%. Em 2015, todos os materiais recuperados através da recolha seletiva cresceram.





A SPV foi constituída em termos formais a 19 de novembro de 1996. Depois foi pensada a implementação do sistema, tal como na Alemanha, Bélgica e França

de cidadãos estão hoje vulgarizados para um universo de milhões, para quem a separação é uma atitude natural. Inclusive a não separação, ou a indiferença perante a reciclagem multimaterial, é muito criticada e motivo de censura”, afirma Fernando Leite, presidente da LIPOR, o sistema de gestão de resíduos da área do Grande Porto. Em todo o processo de evolução dos hábitos de sustentabilidade, recorda uma história curiosa: “Um casal, há uns anos, seguiu um camião municipal bicompartimentado de recolha de papel/cartão e de plástico e metais porque

se quis certificar de que os diferentes resíduos não eram depois todos misturados no nosso centro de triagem. Para este casal terminou o mito de ‘para quê separar se depois na LIPOR eles misturam tudo?’ Podemos ser um país de brandos costumes, mas também de educadores ambientais: a celebrar as duas décadas de existência em Portugal está também o Eco-Escolas, um programa internacional da Foundation for Environmental Education, desenvolvido em Portugal desde 1996 pela Associação Bandeira Azul da Europa. Esta é uma

organização não governamental de ambiente, sem fins lucrativos, dedicada à educação para o desenvolvimento sustentável e à gestão e reconhecimento de boas práticas ambientais. Se em 1996 a Seleção Nacional de Futebol não passou dos quartos de final do Euro, em 2016 o nosso plantel trouxe a taça para casa. Portugal venceu a França por 1-0, após prolongamento na emocionante final. Éder, aos 109 minutos, marcou o golo que fez do país campeão europeu. No dia 10 de julho, o sentimento de orgulho dominou a nação de Camões. E nem só o futebol é motivo de alegria desportiva: o presidente do Comité Paralímpico de Portugal defendeu que a participação portuguesa nos Jogos Paralímpicos Rio2016 superou as melhores expectativas, com a conquista de quatro medalhas de bronze e 25 diplomas.





Diz-me o que ouves...

José Rodrigues dos Santos, o escritor que mais vende em Portugal, lançou em outubro de 2016 o seu mais recente livro, *Vaticanum*. Há 20 anos foi o jovem jornalista e pivô da RTP que anunciou no telejornal a notícia da constituição, a 19 de novembro de 1996, da Sociedade Ponto Verde. Em 1996, a música nacional andava nos ouvidos de todos, mas duas décadas mais tarde também há boas promessas. É o caso de Agir, que recentemente cativou pais e filhos numa sala icónica da capital, o Coliseu dos Recreios. O filho do músico Paulo de Carvalho e da atriz Helena Isabel mostra que a veia artística lhe corre no sangue. A mãe do jovem músico foi Beatriz na novela de 1996 *Vidas de Sal*, e é em 2016 Assunção Lencastre em *A Impostora*, da TVI. Tudo é um ciclo, tal como no mundo da reciclagem.

Como estamos agora de hábitos de reciclagem?

Entre dezembro de 2013 e até ao final do primeiro trimestre de 2015, com a Missão Reciclar, a Sociedade Ponto Verde foi para a rua e bateu à porta dos portugueses. Contactou dois milhões

COMUNICAR POR BOAS CAUSAS

TÂNIA RIBAS DE OLIVEIRA DÁ A CARA PELA SPV

É conhecida pela sua capacidade de comunicar, mas também é uma mulher de convicções e de causas. Tânia Ribas de Oliveira foi um dos rostos da parceria estabelecida entre a Sociedade Ponto Verde e a Associação Laço em 2008. Por cada tonelada de embalagens provenientes dos ecopontos e da recolha porta a porta que se conseguiu reciclar nesse ano, a SPV e os sistemas municipais doaram 1,5 euros à Laço, para comprar duas carrinhas móveis de rastreio para ajudar na sua luta contra o cancro da mama. “Foi mesmo muito divertido, até porque o gravei com uma série de amigas. A Sónia Araújo, a Rita Ferro Rodrigues, a Ana Bola. Eu e a Sónia gravámos a parte final do anúncio ‘não é por ti, é por ela’ e ficou mesmo muito carinhoso no fim. Lembro-me de comentarmos isso na altura.” A apresentadora da RTP está atenta às



questões da reciclagem, mas não é a única lá em casa: “A Sociedade Ponto Verde é uma das grandes responsáveis pela atitude muito mais ecológica que os adultos passaram a ter. As crianças começaram a aprender na escola e a ensinar os pais. O meu filho Tomás, que

ainda não tem quatro anos, diz muitas vezes que não podemos atirar nada para o chão e temos de separar o lixo!” E na hora de deixar alguns conselhos nestas matérias, a comunicadora não hesita: “Desligar as luzes que não são necessárias, fechar a torneira da água quando não está a ser

utilizada, ter horários ecológicos para utilização das máquinas. Reciclar é fácil! Pilhas no Pilhão; plástico, metal, cartão e vidro nos devidos contentores; raios X e medicamentos nas farmácias. É só estar atento!”

de lares, distribuindo 300 mil *ecobags*, clarificando as regras de reciclagem a todos os que já reciclam e recolhendo dados sobre os seus hábitos e atitudes. Os tempos mudam e a SPV adapta-se

a eles também em termos de educação ambiental. Esta ação levou a reciclagem a casa daqueles que não separam, quis acabar com mitos de separação e incentivar todos a separar cada vez mais e melhor. Nesta ação foram recolhidos dados que nos permitem afirmar que a falta de recipientes próprios para o efeito é o argumento mais utilizado para não realizarem atualmente em casa a separação de embalagens usadas e outros resíduos. Outra conclusão: as categorias de produtos onde mais predominam práticas de não separação são os aerossóis, *couvettes* de metal e bases de esfervite. Quanto a boas notícias, parece haver bastante predisposição da parte de quem atualmente não separa: 93% de famílias assumem poder vir a mudar o seu comportamento. É nos distritos de Lisboa (76%), Leiria (75%) e Vila Real (72%) que se encontram os valores mais elevados de separação.



É nos distritos de Lisboa (76%), Leiria (75%) e Vila Real (72%) que se encontram os valores mais elevados de separação de resíduos





Quem ainda não recicla diz que o vai fazer no futuro: 93% das famílias querem mudar o seu comportamento

Um país mais sustentável

Apagamos as 20 velas com olhos no futuro. António Barahona d'Almeida, presidente do conselho de administração da SPV, destaca o contributo “muito relevante para o cumprimento das metas nacionais estabelecidas pela UE retirando Portugal, em 20 anos, dos países mais atrasados e colocando-o como bom exemplo europeu”. Apesar de considerar inegável uma crescente sensibilização dos portugueses para as boas práticas da

reciclagem, ainda é possível “aumentar as quantidades por maior adesão e mais separação na origem e aumentar a qualidade dos resíduos pela prática de separação correta”.

Em altura de balanço, podemos também perspetivar o que se segue. Qual será, para o presidente da LIPOR, o maior desafio para a SPV em termos do futuro da reciclagem em Portugal?

“É nossa convicção que o modelo de negócio no setor dos resíduos vai mudar significativamente nos próximos anos. Adaptar-se a esta mudança é o desafio da SPV, como também da LIPOR. A alteração do estilo de vida, dos hábitos e dos padrões de comportamento dos cidadãos vai comandar esta mudança”, avança. Já António Barahona d'Almeida adianta à *Recicla*: “É manter o compromisso de contributo muito relevante para o cumprimento das metas nacionais, fazendo-o a custos sustentáveis e lutando por uma concertação equilibrada de múltiplos interesses para partilha de benefícios com a sociedade.”

As palavras do poeta castelhano António Machado – “o caminho faz-se caminhando” – aplicam-se à SPV, que trilhou um percurso sólido e desbravou consciências em prol de um país mais sustentável.



SEMPRE A INOVAR

Compromisso com a I&D

Uma vertente do compromisso da SPV com a sustentabilidade é a aposta em investigação e desenvolvimento (I&D) de novas tecnologias de recolha e tratamento de resíduos. Foi a responsável pelo financiamento do primeiro estudo sobre análise de ciclo de vida feito em Portugal e em 2006 anunciou o investimento de cerca de 1% da faturação, durante três anos, para financiar projetos de I&D.



A SPV COMEÇOU A DAR QUE FALAR

Reciclagem nas notícias

Em setembro de 1996, o jornal *Diário Económico* anunciava “Sociedade Ponto Verde vai chegar a Portugal”, explicando o processo de implementação e os seus objetivos. Dois meses depois, a 19 de novembro, dá-se a sua criação.



A MARCA PONTO VERDE

Em mais de 170 países

O símbolo ponto verde, propriedade da Pro Europe, é a marca registada mais utilizada em todo o mundo, estando presente em 170 países e impresso anualmente em cerca de 500 mil milhões de embalagens.





Vinte anos de comunicação

ANÚNCIOS QUE MUDARAM MENTALIDADES

A SPV envia para reciclagem mais de 700 mil toneladas de embalagens usadas. Este é o resultado de duas décadas de campanhas criativas: do chimpanzé *Gervásio* aos mitos da reciclagem

Texto **Palmira Simões**

A primeira campanha televisiva da Sociedade Ponto Verde (SPV), com grande impacto, foi para o ar, pela primeira vez, em 2000. O protagonista, um chimpanzé, não deixou ninguém indiferente. Criada pela agência Lintas, parceiro de comunicação da SPV, a ilustre personagem fez história. Tão marcante que ainda hoje toda uma geração se lembra do anúncio que passou na televisão portuguesa e que dizia: “O *Gervásio* demorou exatamente 1 hora e 12 minutos a aprender a separar as embalagens usadas. E você, de quanto tempo mais é que precisa?”

Mas recuemos a 1997. A SPV acabava praticamente de nascer e dava os primeiros passos. Necessitava de comunicar, de dizer às pessoas o que fazia, para onde queria ir e qual o objetivo. Como qualquer entidade sem fins lucrativos que começa a sua atividade, as verbas para investir em publicidade eram poucas ou mesmo nenhuma. Por outro lado, a tarefa que tinha pela frente era hercúlea: mudar comportamentos. João França Martins, diretor-geral da agência, conta à *Recicla* que nesses primeiros tempos o principal desafio foi mostrar às pessoas um mundo novo – o da reciclagem – e fazer com que interagissem com ele. “Quando pegámos no projeto, pensámos que era algo que tinha de ser desenvolvido ao longo do tempo, mas ficámos logo apaixonados pela ideia.” Ainda em 1997, fizeram uma pequena campanha de imprensa que constava de dois anúncios a dizer que as embalagens iam deixar de sujar o

NA IMPRENSA

O ano passado, a Sociedade Ponto Verde resolveu mostrar como a reciclagem ajuda a transformar o futuro do ponto de vista ambiental, económico e social com a campanha *Reciclar no Presente, Transformar o Futuro*. A mensagem principal: os resíduos, quando bem geridos e encaminhados corretamente, podem ser uma valiosa fonte de riqueza, contribuindo para o crescimento da economia e a criação de emprego.



ambiente: a imagem de uma embalagem *tetrapack* com o formato de um gato com as orelhas arrebitadas e uns bigodes e outra de uma garrafa deitada com o formato de um porquinho.

A construção da marca

O projeto era incipiente, os portugueses não estavam sensibilizados e era preciso apostar numa comunicação com impacto. “Uma comunicação sem arestas nunca vai a lado nenhum, pelo que para ter algum efeito tem de dividir as pessoas, forçosamente. Não conheço nenhuma boa campanha de publicidade que não o faça”, diz aquele responsável. E foi com isto em mente que em 2000 propuseram à SPV uma campanha que, acreditavam, iria fazer a diferença e mexer com as pessoas, dar-lhes um abanão, de modo a conseguirem





As crianças foram sempre uma parte importante da estratégia de comunicação da SPV, para ensinarem os adultos a reciclar

aquilo que em publicidade é o mais difícil: alterar hábitos. Neste caso seria pôr os portugueses a separar embalagens usadas por material e levá-las a colocá-las nos ecopontos respetivos. Nascia assim o *Gervásio*, o chimpanzé com consciência ecológica. Desta primeira campanha faziam parte mais três spots, cuja protagonista era uma menina que, através de um jogo de encaixes, ensinava a colocar as embalagens nos ecopontos amarelo, azul e verde. O chimpanzé cumpria a parte do abanão e depois a menina reforçava a mensagem. “Na altura, quando o *Gervásio* foi para o ar, chocou as pessoas, umas adoraram e outras odiaram. Facto é que ainda hoje é a campanha mais recordada da Sociedade Ponto Verde”, destaca França Martins

Fórmulas que funcionam

A ideia do chimpanzé e da menina não foi de todo “inocente”. Em publicidade, quando se introduzem animais ou crianças, o índice de afinidade das pessoas aos anúncios é maior. A Lintas sabia que se fizessem coisas muito rebuscadas a maioria das pessoas não iria compreender nem aderir. Além disso, o nível de inteligência do símio, obviamente treinado, permitiria trabalhá-lo de forma a obter os

DIVULGAR NAS ESCOLAS

Porque “é de pequenino que se torce o pepino”, a SPV lançou em 2015, em parceria com os Sistemas Municipais, o *kit* escolas, um projeto destinado a professores e alunos para dar a conhecer o mundo dos resíduos e os bastidores da reciclagem de embalagens. Estes conteúdos pretendem difundir algumas das melhores práticas sobre reciclagem e ambiente. As crianças interiorizam estes conceitos, o que contribui, desde cedo, para que a separação de embalagens faça parte dos seus hábitos quotidianos. Além disso, “monitorizam” depois o comportamento dos pais, levando-os a mudar de atitude. Neste âmbito, já havia ocorrido uma experiência semelhante em 2010, ao abrigo da campanha Reciclar É Dar e Receber, que na altura deu a oportunidade a duas mil crianças de receberem material escolar.

Ao longo dos anos, as campanhas da SPV têm tido como principal objetivo mudar comportamentos e atitudes



resultados pretendidos. A escolha do nome foi uma questão de sonoridade. Uma vez aprovada a campanha, faltava operacionalizar as gravações, que nesta área da comunicação são sempre uma dor de cabeça. “As pessoas não têm noção, mas para fazer um *spot* de 30 segundos chegam a ser três dias de filmagens. No caso do *Gervásio* e das meninas, foi tudo feito em conjunto, os três filmes demoraram dois dias seguidos de filmagens, começar às 7 da manhã e acabar às 2 da madrugada”, esclarece o publicitário. Teria hoje o anúncio do chimpanzé resultado da mesma forma? Atualmente, e passados 17 anos, já se viu tanta coisa em publicidade que agora o *Gervásio* provavelmente não iria ser a “pedrada no charco” da altura. “O mundo hoje está completamente diferente e, como tal, teríamos de usar outro tipo de fórmulas”, remata.

A publicidade ontem e hoje

João França Martins diz haver uma grande diferença nestas quase duas décadas de comunicação que separam o *Gervásio* de então e os anúncios de agora, até porque as marcas têm atualmente uma consciência social que à época não existia: “Há imensas marcas a fazer campanhas de consciencialização



Sabia que...
 ... a comunicação e sensibilização do consumidor custou nestes quase 20 anos 50 milhões de euros, em muitos casos em parceria com os municípios?

social com vista a mudar a vida de muita gente.” Apesar disso, ainda há um longo caminho a trilhar. Muitas são as pessoas que dizem separar as embalagens; no entanto, uma parte muito significativa não o faz. Por isso, defende, é pertinente que o investimento em educação e comunicação seja feito de uma forma regular. “Cada vez temos de começar a tocar as pessoas mais cedo e de forma impactante, pelo que todas as ações de sensibilização feitas nas escolas são muito úteis.”

Dezassete anos de presença contínua nos ecrãs, e não só

A SPV anda há quase duas décadas a “educar” os portugueses para a reciclagem por várias vias: na imprensa, nas escolas, em outdoors, nas redes sociais, em festivais de música, nos grandes



Os festivais de verão foram a mais recente aposta da SPV para sensibilizar o público para hábitos mais ecológicos

QUEBRAR MITOS SOBRE A RECICLAGEM



Foi em 2015 que a Sociedade Ponto Verde convidou dois humoristas para, a sorrir, falar-se de assuntos sérios: os mitos mais comuns sobre reciclagem de embalagens. É preciso lavar as embalagens antes de as colocar no ecoponto? A reciclagem causa desemprego? Depois de recolhidas

no ecoponto, as embalagens usadas voltam a ser misturadas dentro do camião? Há ecopontos suficientes? Estas e outras dúvidas foram esclarecidas durante a campanha Recicla Mitos, constituída por quatro filmes de um minuto e meio.

e pequenos ecrãs... através de campanhas de sensibilização sucessivas. Todas elas momentos incontornáveis da história da SPV que nos fizeram companhia na televisão (e algumas também no cinema) ao longo destes anos. Antes do *Gervásio*, em 1999, um broto de feijão chamava a atenção para o contributo da reciclagem para a conservação da Natureza. No ano 2000, para além do famoso chimpanzé *Gervásio*, surgia a menina do jogo de encaixes. Em 2004 aparecem os Super-Heróis, seguidos da campanha de rua Separar Toca a Todos. Entre 2005 e 2007, as crianças voltam em grande ao pequeno ecrã com várias campanhas memoráveis: Enganos, Pequeno, Teatrinho, Perguntas, Pedinchões e Crescidos. Em 2009, a SPV pôs as embalagens a falar e a contar o que foram e em que se vão transformar e em 2011 a campanha Reciclar É Dar e Receber contou com os testemunhos de várias celebridades. Ainda neste ano apareceu Message in a bottle. Em 2012 foi a vez da Campanha Numa Hora, lançando a questão: o que conseguimos reciclar em 60 minutos? Por último, em 2015, os humoristas César Mourão e Nuno Markl ‘reciclaram’ os Mitos relacionados com a reciclagem.





Em 1998, os resultados da SPV apontavam para apenas 1495 toneladas encaminhadas para reciclagem. Quase 20 anos depois...

OS NÚMEROS NÃO MENTEM...

No ano de 2015 a Sociedade Ponto Verde encaminhou para a reciclagem 442 mil toneladas de resíduos urbanos e embalagens. Para perceber melhor a enorme dimensão deste processo, trata-se do equivalente a...



ABRANGÊNCIA DO SISTEMA PONTO VERDE



Esta é a abrangência do Sistema Ponto Verde em Portugal, no qual os consumidores têm um papel crucial a desempenhar no ciclo de sustentabilidade.

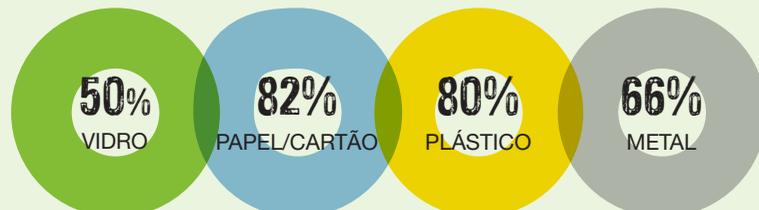


PONTO VERDE NO MUNDO

No total, 35 países em todo o mundo recorrem ao Sistema Ponto Verde para gerir os seus resíduos de embalagens. Portugal é um deles. Os direitos de utilização do símbolo Ponto Verde são geridos pela Pro Europe.

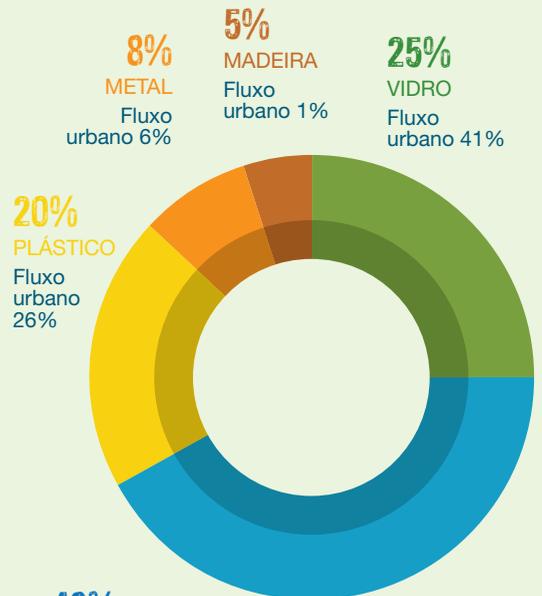
TAXA DE RETOMA DE FLUXO URBANO EM 2015

64% RESULTADOS OBTIDOS EM 2015



NÚMEROS

Desde 1996 que a SPV trabalha para transformar os resíduos que os consumidores separam e colocam nos ecopontos em novos objetos e embalagens. Estes são os números registados com a ajuda de todos...



Fonte: Resultados da Sociedade Ponto Verde



Bootcamp Ponto Verde Open Innovation

TRÊS DIAS A APOIAR A INOVAÇÃO E A I&D

Foram apreciados 14 projetos, numa iniciativa que representa mais um passo em frente e pioneiro da Sociedade Ponto Verde na promoção da economia circular e da sustentabilidade

Texto Palmira Simões



A Sociedade Ponto Verde inovou há 20 anos com a implementação do sistema integrado de gestão de resíduos de embalagem, e com isso deu início a todo um processo de transformação a que hoje se chama 'economia circular'. Desde o início, colocou a investigação e desenvolvimento como pilares estratégicos da sua atividade. Os resíduos constituem cada vez mais um mercado de criação de valor. Um estudo realizado em 2013 pela SPV para avaliar o impacto da gestão de resíduos de embalagens a nível económico, social e ambiental aponta que só este setor criou 2400 postos de trabalho. Se se acrescentar o setor dos resíduos urbanos, esse valor sobe para 12 a 15 mil postos de trabalho, num país que produz, no geral, cerca de 30 milhões de toneladas de resíduos. Foi com os olhos postos nesta realidade e no seu potencial que esta entidade deu mais um passo inovador e pioneiro ao promover uma plataforma – a Ponto Verde Open Innovation – de suporte a projetos que contribuam para o desenvolvimento dessa cultura de mudança e de sustentabilidade. Caracterizada como um acelerador de empresas para a investigação, desenvolvimento e inovação no setor do ambiente, reúne parceiros de prestígio das mais diversas áreas – empresarial, académica, científica, ambiental, tecnológica, da banca e do empreendedorismo –, que apoiam institucionalmente e contribuem para a sua divulgação. “Tendo em conta todo o nosso historial de conhecimento e o nosso papel no setor dos resíduos, é importante para a SPV não se cingir apenas àquilo que são resíduos de embalagem, mas continuar a fomentar algo mais vasto, como é o caso da

Luís Veiga Martins destaca a importância para a Sociedade Ponto Verde de fomentar a inovação, a investigação e o desenvolvimento





14

PROJETOS APRESENTADOS

Na categoria de inovação: BactEnergia, Book in a Loop, Ecobox System, EcoIncer, EcoPontas & PapaChicletes, GreenBin, O2W e Tyoolip. Na categoria de investigação e desenvolvimento: Basic Waste Management, Bio3Plas, Ecoemb, Mobile-pro-U, Recyclables Online e ReShape IT. Nas páginas seguintes desenvolveremos um pouco mais o conceito de cada um deles.

OS WORKSHOPS

O primeiro *workshop* do *bootcamp*, *From idea to value proposition*, pretendeu dar resposta à identificação dos clientes, dos problemas que se pretendem resolver, apresentando para tal a tecnologia/solução adequada para o efeito.

No segundo, *Innovation legal warfare*, a VdA apresentou os principais aspetos legais a ter em consideração quando se inicia um novo negócio, produto ou serviço, exemplificando os pontos fundamentais a considerar como *background*, a propriedade de resultados e a proteção de resultados. Foram também abordadas questões relacionadas com a constituição de empresas e/ou sociedades e formas de financiamento disponíveis.

Os dois últimos, *Presenting & pitching to win* e *Final tips to impress the jury*, centraram-se na elaboração de uma apresentação vencedora, identificando os pontos fundamentais a abordar para que o júri se sinta conquistado pelos projetos apresentados e tenha vontade de investir. Cada equipa desenvolveu e treinou a sua apresentação, para que a mesma respondesse aos pontos reconhecidos como essenciais.

inovação, investigação e desenvolvimento. É isto que estamos a fazer com o Ponto Verde Open Innovation, que deu origem a este *bootcamp*”, refere Luís Veiga Martins, diretor-geral da Sociedade Ponto Verde.

À procura de financiamento

O *bootcamp*, nesta sua primeira edição, decorreu em Lisboa, no início de outubro, tendo contado com 14 equipas participantes e idêntico número de projetos. O mesmo esteve a cargo da Nova Business School e da VdA, Vieira de Almeida Sociedade de Advogados, que durante três dias procuraram capacitar as equipas promotoras e respetivos projetos para o desafio de convencerem potenciais investidores e financiadores a apadrinharem as suas ideias. Ou seja, “dar-lhes valências em termos de gestão (económico-financeira e jurídica) para, no último dia, passarem pelo crivo dos parceiros de capital, não



com o foco de financiamento garantido em vista, mas com o de possível financiamento”, explica ainda Luís Veiga Martins. A própria SPV apresentou-se como uma eventual financiadora de projetos relacionados com o seu âmbito de atividade: embalagens e resíduos de embalagens.

Até chegarem aqui, os 14 participantes passaram por várias fases ao longo da sua candidatura. Uma vez cumpridos todos os requisitos para a aceitação dos projetos a concurso, em número que excedeu as expectativas da organização, os mesmos foram avaliados pela StartUp Lisboa e pela EY antes de serem submetidos a um *advisory board* composto por 12 personalidades independentes, que os analisou e selecionou. Lembramos que podiam candidatar-se universidades, *start-ups* com até três anos de implementação no mercado, empresas e pessoas singulares maiores de 18 anos.

Do programa do *bootcamp* constavam dois dias de trabalho intenso, que começaram com um *pitch* (apresentação de 60 segundos de cada projeto), seguindo-se vários *workshops*, *teamwork* e *mentoring*, e as apresentações finais no terceiro e último dia. Os projetos encontram-se agora em fase de avaliação por parte dos investidores/financiadores.



BOOTCAMP PONTO VERDE OPEN INNOVATION OS 14 PROJETOS EMPREENDEDORES

A concurso estavam duas categorias: uma de inovação e outra de investigação e desenvolvimento. Estes são os projetos.



BACTENERGIA

TRANSFORMAR ÁGUAS RESIDUAIS EM ENERGIA

Este projeto necessita de apoio para a criação de uma *start-up* de base biotecnológica focada no desenvolvimento e comercialização de um sistema integrado, biotecnológico, autossustentável, alicerçado na utilização de microrganismos com capacidade para efetuar um tratamento mais eficiente de águas residuais industriais. Simultaneamente ao tratamento, a tecnologia proposta permite gerar diretamente a energia elétrica necessária para assegurar o funcionamento do sistema. Esta nova tecnologia poderá ser implementada como um sistema único de tratamento das águas residuais ou como um complemento de unidades já existentes.



TYOOLIP

LUXO A PARTIR DO LIXO

A Tyoolip pretende ter um lugar de destaque no mercado do calçado através da reutilização de material termoplástico para a confeção de calçado de *design* e qualidade internacional, totalmente reciclável. Acreditam que o projeto tem grande utilidade para a economia circular, bem como para o desenvolvimento da economia portuguesa no seu todo, através de um aumento das exportações, bem como para a reestruturação de outras empresas que decidam associar-se ao projeto, que consideram inovador e único. Neste momento ainda estão na fase de protótipo, pelo que precisam de investimento para passar à fase de produção e comercialização. O objetivo da Tyoolip é criar moda de luxo a partir do lixo.



ECOINCER

MUDAR O PARADIGMA

Propõe um sistema de tratamento, valorização e comercialização de escórias provenientes da incineração de resíduos sólidos urbanos (RSU), transformadas em matéria-prima para a indústria cerâmica, vidreira e cimenteira. O produto obtido é, segundo a equipa promotora, de qualidade semelhante ou superior a outras matérias-primas existentes e pode substituir de forma mais económica algumas delas. Este sistema permite, assim, uma redução de custos não só com as matérias-primas como também nos consumos energéticos e hídricos durante todo o processo de preparação. Já realizaram ensaios industriais e semi-industriais em empresas na área da cerâmica e constataram que existe aceitação do produto, por permitir uma efetiva redução de custos. A equipa especializada em engenharia cerâmica e vidro propõe-se mudar o paradigma de todos estes setores.



ECOBX SYSTEM

ECOPONTOS INTELIGENTES

O projeto apresentado remete para um sistema de monitorização em tempo real do nível de enchimento dos ecopontos, permitindo reduções de custo ao possibilitar a otimização das rotas de recolha (o ecoponto só será esvaziado quando estiver cheio), aumentar os níveis de reciclagem e reduzir as emissões de CO₂, envolvendo o cidadão em todo o processo com ferramentas próprias. Segundo um estudo já realizado, a poupança pode chegar a 55 mil euros anuais. A equipa está a desenvolver uma série de módulos para tornar este sistema único, personalizável. Os cidadãos registados poderão saber as datas de recolha, cruzar dados do sistema com outros, reportar em tempo real a existência de um equipamento partido ou avariado, gerir a recolha porta a porta, etc. É um produto escalável e facilmente internacionalizável.





ECOPONTAS & PAPACHICLETES

RUAS MAIS LIMPAS

Solução para a redução e valorização de resíduos de cigarros e pastilhas elásticas que surge de um problema: não haver, em locais públicos, onde os depositar.

O projeto já está patenteado e, a título experimental, instalaram algumas unidades na cidade de Guimarães, na forma de duas estruturas de *design* inovador, de modo a chamar a atenção dos transeuntes para a problemática e incentivar a sua utilização. Os resultados foram muito positivos, com a recolha de 45 mil pontas de cigarro e cinco mil pastilhas elásticas num curto espaço de tempo.

Neste momento decorrem ensaios preliminares para ver qual a valorização deste tipo de resíduos, para que contribua não apenas para a sustentabilidade ambiental como também económica do próprio projeto.



O2W

A MELHOR VELA DO MUNDO

Tecnologia para a valorização de resíduos de óleos alimentares, que constituem um problema ambiental já que acabam frequentemente no esgoto, poluindo os recursos hídricos do planeta. A solução O2W – The Greatest Candle in The World destina-se ao consumidor e permite transformar os óleos de cozinha usados em velas decorativas, numa perspetiva de autorreciclagem. É constituída por um *kit* que contém o material básico para fazer as velas e um copo medidor para levar ao micro-ondas, cera perfumada Oil2Wax, seis pavios e suportes de pavio. Em paralelo decorre um programa educativo centrado nas escolas, para sensibilizar as crianças para a problemática dos óleos e gorduras no ambiente. Procuram investimento para desenvolver uma ferramenta: uma garrafa que permita a filtragem e o armazenamento do óleo usado em casa.

PROJETOS CATEGORIA INOVAÇÃO



GREENBIN

RECOLHAS COM VALOR ACRESCENTADO

O principal objetivo deste projeto está na otimização e redução de custos com a recolha de resíduos, dado ser uma atividade dispendiosa. Combina sensores com um serviço e uma aplicação e permite juntar numa plataforma todas as ferramentas de gestão que trazem valor acrescentado à recolha de resíduos. Através dessa plataforma os gestores conseguem reduzir as distâncias percorridas em 45%, o tempo em 40% e o número de rotas em 25%, e ainda saber quanto irão ganhar com essa redução. O negócio assenta na venda de licenças mensais com os serviços que incluem a venda ou aluguer de sensores. Estes possuem uma autonomia para mais de 10 anos e não necessitam de manutenção. Presentemente encontram-se a negociar a solução para distribuição no mercado ibérico através de uma multinacional e em Portugal têm vários projetos piloto ativos. O investimento pretendido direciona-se sobretudo à aceleração do projeto, a expandir para outras áreas e a inundar o mercado.



BOOK IN A LOOP

ECONOMIA DE PARTILHA NA EDUCAÇÃO

Consiste numa plataforma digital para compra e venda de manuais escolares. Tem por base uma *start-up* dedicada a trazer as virtualidades da *sharing-economy* para o mercado da educação, juntando quem tem a quem precisa e propondo-se resolver um problema conhecido de todas as famílias portuguesas: os gastos com manuais escolares no início de cada ano letivo. Como funciona? As famílias com livros de que não precisam acedem à plataforma *online* e chamam um estafeta ou procuram o ponto de recolha mais próximo para a entrega dos livros. Estes são submetidos a uma avaliação segundo critérios de qualidade e só depois serão disponibilizados para venda a 40% do preço de capa, sendo metade desse valor reservado a quem entregou os manuais. O projeto já se encontra em fase de experimentação. Após consolidar a sua posição em Portugal, a Book in a Loop tem já em vista mercados como o da vizinha Espanha, Brasil e América Latina, onde o mesmo problema se verifica.





BASIC WASTE MANAGEMENT

OTIMIZAR O CIRCUITO DE RECOLHA DE RESÍDUOS

Este projeto consiste no desenvolvimento de uma aplicação de gestão integrada da recolha de resíduos seletivos em sistemas municipais e autarquias aderentes (SGRU). Propõe-se fazer frente aos principais desafios, nomeadamente a criação de ferramentas de apoio à decisão no âmbito da recolha de resíduos tipicamente de acordo com critérios regionais, especialmente em territórios de baixa densidade populacional, que permitam fundamentar investimentos. Exemplos: o tipo de recolha, de camião ou de contentor mais adequado. O foco é encontrar uma solução que optimize distâncias, tempo, quantidades de resíduos recolhidos e consumos de combustível, entre outros fatores que fazem parte do circuito de recolha, gerida através de uma plataforma atualizada diariamente que permita fornecer indicadores ou índices de qualidade de serviço e de desempenho.



BIO3PLAS

FUNGOS BIODEGRADANTES

Centrado no problema dos plásticos existentes em ambiente marinho. No futuro próximo, a proporção da poluição poderá ser a de haver um plástico no mar por cada peixe. O projeto assenta na investigação para o desenvolvimento de métodos para a biodegradação de plásticos e para a compreensão dos mecanismos de biodegradação. A solução pretende utilizar fungos e nutrientes apropriados para produzir biomassa. Esta, por seu lado, pode ser usada para produzir energia, como aditivo ou na alimentação de animais. No processo, os fungos produzem enzimas que podem ser utilizadas em várias indústrias. Um dos objetivos será contribuir para preservar o capital natural — ecossistemas e biodiversidade — que se encontra em perigo. O investimento pretendido destina-se essencialmente ao licenciamento e desenvolvimento da tecnologia.



ECOEMB

PRODUZIR SACOS ECOLÓGICOS

Aqui prevê-se o desenvolvimento sustentável de filmes bioplásticos de segunda geração a partir de resíduos biodegradáveis oriundos do setor agroalimentar, ricos em celulose. A ideia surgiu porque a equipa verificou que o principal destino destes resíduos era o aterro. Para evitá-lo, os resíduos selecionados serão alvo de um tratamento para extração e modificação da celulose, que será posteriormente utilizada na produção do filme bioplástico. Este terá especificações e propriedades que tornam possível a sua utilização como matéria-prima na produção de vários produtos, entre os quais sacos, mas também na indústria do calçado e automóvel. Espera-se assim cumprir com as diretivas e legislação ambiental, privilegiando a valorização dos resíduos, em detrimento da sua deposição. O investimento nesta fase seria aplicável na continuação da investigação para verificar se o projeto é ou não eficaz como promete.

PROJETOS CATEGORIA INVESTIGAÇÃO E DESENVOLVIMENTO



Os potenciais investidores e financiadores colocaram várias questões às equipas para melhor esclarecimento dos projetos





Algumas das ideias já estavam materializadas em protótipos ou produtos experimentais, que assim puderam ser avaliados pelos presentes no *bootcamp*



RECYCLABLES ONLINE

MAIS RECICLAGEM, MENOS CUSTOS

Sistema de monitorização em tempo real da produção de resíduos urbanos recicláveis, através de sensores para medição de peso e volume, que promete garantir a sustentabilidade ao incentivar a reciclagem. Isto porque cada tipo de resíduo gera custos (resíduos indiferenciados) ou receitas (resíduos recicláveis), logo, será mais vantajoso para os grandes produtores aumentarem a reciclagem. Segundo os promotores do projeto, a solução tecnológica apresentada revela-se “robusta, de baixo custo e fiável, para além de inovadora no mercado”, porque vai além de um simples sensor de volume, ao incluir igualmente um sensor de peso, e é este que depois se traduz na relação custo-benefício para os produtores, ao permitir gerar mais receita. Funciona com sistema *wireless*, transmitindo a informação às entidades gestoras, que depois farão a gestão dos dados. Precisam de investimento para desenvolverem um protótipo que permita fazer um ensaio com 50 contentores já existentes e respetivo acompanhamento e avaliação técnica.



MOBILE-PRO-U

MAIS VIDRO RECICLADO

Sistema integrado, com base numa unidade móvel, para processamento e recuperação de casco de vidro a partir do rejeitado pesado e das escórias. Esta ideia tem como objetivo aumentar significativamente a taxa de reciclagem de vidro, uma vez que cerca de 50% das embalagens de vidro colocadas no mercado não são recicladas. Para impedir esta situação, uma das soluções possíveis seria aumentar a recolha seletiva com mais campanhas de sensibilização, que parecem não estar a ser suficientemente eficazes. Outra hipótese seria instalar um processo de recuperação de casco de vidro em cada uma das 23 instalações de valorização orgânica e energética, hipótese já estudada e que não é economicamente viável. Perante este contexto, a solução Mobile-pro-U constitui um processo tecnológico que poderá ter uma eficiência de 60% a 80%. A ideia consiste em integrar esta tecnologia num camião TIR, que se transforma numa unidade móvel capaz de ir a todas aquelas instalações recuperar o vidro.



RESHAPE IT

RECICLAR É CRIAR

O projeto pretende sensibilizar para a reciclagem de embalagens pela via inovadora da impressão 3D. Tem como principal objetivo a demonstração de todo o processo: recolha, reciclagem e impressão de objetos. Os objetos criados com materiais reciclados através deste método podem ter várias utilizações: desde ferramentas educativas para os alunos – como, por exemplo, um polígono ou um esquema 3D de uma ligação molecular – a objetos para uso em sala de aula, como réguas e esquadros, porta-canetas e suportes diversos. O projeto tem na base um conjunto de atividades de investigação e desenvolvimento para materialização de todo o conceito e montagem de uma unidade piloto e o objetivo técnico de obtenção de um material/filamento ecológico capaz de ser utilizado por tecnologias de fabricação aditiva convencionais (impressoras 3D *low cost*).





João Paulo Machado - Sumol-Compal

“TEMOS VINDO A REDUZIR AS EMBALAGENS”

Ao abrigo da sua estratégia de sustentabilidade, e enquanto grande embalador nacional, a empresa orgulha-se de ter embalagens mais amigas do ambiente, mais seguras e funcionais

Texto Manuela Garcia



“O nosso Código de Conduta de Fornecedores incita-os a reduzirem o impacto ambiental nas suas atividades”

Há muito que as preocupações ambientais fazem parte da Sumol-Compal. A otimização dos consumos de água e energia há muito tempo que é prática corrente. Em parceria com a marca Água Serra da Estrela, a empresa mantém um programa de reflorestação de áreas protegidas, plantando espécies autóctones. Assim se escreve a política de ambiente da Sumol-Compal, aqui pela voz de José Paulo Machado, assessor do conselho de administração para a comunicação e sustentabilidade.

Nos últimos 20 anos quais foram as grandes alterações registadas em termos de políticas amigas do ambiente?

Conscientes da responsabilidade de ser a maior empresa de bebidas não alcoólicas em Portugal, temos vindo a consolidar boas práticas inerentes à atividade industrial e logística e a avaliar e implementar estratégias de utilização racional e otimizada dos recursos naturais, nos consumos de água e de energia, na redução das emissões para o solo e para a atmosfera e na otimização de materiais de embalagens e sua posterior reciclagem, entre outros aspetos. A definição e implementação da política ambiental e da estratégia de sustentabilidade da empresa tornou estes objetivos mais evidentes e transversais, havendo um compromisso de toda a organização para a implementação desses princípios e de fomento do bem-estar das comunidades envolventes, contribuindo para um desenvolvimento sustentável do negócio.

Têm alguma política de minimização da produção de resíduos?

O nosso negócio, os processos industriais e logísticos e as embalagens primárias e secundárias têm um impacto ambiental importante. Acompanhamos a evolução através de um painel de indicadores das áreas prioritárias.



Quais as grandes questões a nível ambiental que se colocam a uma empresa cuja matéria-prima são os frutos, os vegetais e as águas?

Como são recursos com origem na Natureza, toda e qualquer ameaça em termos de qualidade ou quantidade disponível é um risco para a nossa atividade; a proteção ambiental e integridade destes recursos é condição obrigatória para a sustentabilidade do nosso negócio. Os princípios de proteção ambiental são avaliados sempre numa ótica de cadeia de valor, com margens de segurança elevadas, perspetivando a sua manutenção e integridade no futuro, um trabalho feito em estreita cooperação com fornecedores ou outras entidades parceiras do negócio. A escassez de água é, naturalmente, uma das grandes preocupações da humanidade no século XXI, e por isso há muito que monitorizamos o consumo de água das nossas fábricas, que está, em média, ao nível do que de melhor se faz no mundo.

A empresa já integrou políticas de eco-design na conceção de embalamento dos produtos? Qual a receptividade?

A nossa atividade produz resíduos de natureza essencialmente orgânica e resíduos de embalagens, quer sejam vidro, metal, cartão ou PET. Nos últimos anos, ao abrigo da nossa política ambiental e plano estratégico de sustentabilidade, temos vindo a implementar diversos projetos de eco-design na conceção das embalagens, garantindo elevados níveis de segurança e funcionalidade. Entre os projetos com maior impacto ambiental podemos referir as reduções de gramagens nas garrafas de PET da marca Água Serra da Estrela, a utilização de papel FSC nas embalagens Tetra Pak, e de matérias-primas de origem vegetal, em detrimento dos plásticos derivados de petróleo, a incorporação de PET reciclado no fabrico das garrafas PET, a migração na totalidade das latas para alumínio, entre outros. Estes projetos têm impacto a nível de eficiência logística e

A FRUTA PORTUGUESA, PRIMEIRO

Ter utilizado no ano passado 70% de fruta portuguesa na laboração da fábrica de Almeirim da Sumol-Compal já é um feito assinalável. Mas esta marca quer continuar a investir em estreita colaboração com os agricultores e fruticultores nacionais, como destaca José Paulo Machado: “Um dos nossos objetivos é aumentar a utilização de fruta portuguesa, seja por transformação direta nas nossas instalações, seja através de parcerias com empresas com processamento de fruta em Portugal.” E pela primeira vez foram utilizadas na produção framboesas e cerejas produzidas no nosso país. Na mesma linha, começou a disponibilizar produtos com o selo da região de onde a fruta é originária. Assim, tem agora sumos de fruta portuguesa com as marcas Maçã das Beiras, Cereja do Fundão ou Laranja do Algarve. No que respeita ao embalamento destes e outros produtos, reduziu-se a gramagem nas garrafas de uso único da marca Água Serra da Estrela, a utilização de papel FSC, mais ecológico, nas embalagens *tetra pak*, e, na marca Compal Veggie, a utilização de BioCaps, uma tampa de origem biológica obtida com base num material que se encontra na cana-de-açúcar – uma inovação no mercado.



Em 2015 foram processadas pela fábrica da Sumol-Compal em Almeirim cerca de 14.200 toneladas de fruta

na redução da pegada de carbono e têm genericamente uma boa receptividade. No entanto, torna-se difícil aferir, de forma quantificada, a receptividade destas medidas junto dos nossos clientes e consumidores.

Que percentagem de matéria-prima de origem nacional usam no fabrico dos diferentes produtos?

Em 2015 foram processadas nas nossas instalações de Almeirim cerca de 14.200 toneladas de fruta e 10 mil toneladas de tomate. A percentagem de fruta nacional ultrapassou 70%, com a contribuição dos pomares de pessegueiros contratados, em regime de parceria exclusiva, a agricultores portugueses, cuja produção se aproximou das três mil toneladas.

A componente ambiental é importante na estratégia de comunicação?

Várias das nossas marcas têm uma forte ligação à Natureza e à preservação do ambiente. A mais notória é a Compal, com forte ligação e proximidade à árvore, como expressão – mor de naturalidade. A ênfase colocada na frutologia, enquanto misto de ciência e arte, de paixão pela fruta, tem marcado a sua visibilidade a nível internacional. Por outro lado, a marca Água Serra da Estrela tem promovido junto dos consumidores a Campanha de Reflorestação, realizada há largos anos em parceria com o Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade, plantando árvores autóctones não só no Parque Natural da Serra da Estrela como noutras áreas protegidas, recuperando *habitats* fragilizados, garantindo uma floresta diversificada, resistente ao fogo e rica em biodiversidade.





Ana Rita Cruz - Auchan/Jumbo

“APOIAMOS PRODUTORES LOCAIS E NACIONAIS”

A responsável máxima pela sustentabilidade e ambiente do grupo Auchan, detentor do Jumbo, mostra-se satisfeita com o desempenho deste departamento desde a primeira hora

Texto **Manuela Garcia** Fotos **Alexandre Bordalo**

Os supermercados Jumbo fazem atualmente 92% de aproveitamento dos resíduos que produzem, número que deixa Ana Rita Cruz orgulhosa. No entanto, o objetivo é chegar aos 100%, assume. O combate ao desperdício e o comércio responsável estão entre as práticas a desenvolver cada vez mais de modo a contribuírem para uma verdadeira economia circular.

Que medidas nortearam a criação deste departamento?

Os valores da empresa e as preocupações ambientais sempre estiveram presentes. Em 2002, altura da sua implementação, e que coincidiu com a minha entrada na empresa, fizemos o levantamento ambiental em todas as lojas existentes, 15, e analisámos a legislação aplicável para averiguar a conformidade legal e ver qual o nosso ‘estado da arte’. A partir daí, começámos a implementar planos de ação para melhoria loja a loja, com monitorização de indicadores por objetivos. Já se fazia a separação dos resíduos, mas não com a malha fina com que hoje em dia fazemos. Optámos também por dar formação em ambiente a todos os nossos colaboradores,





JANELA DE BOAS PRÁTICAS

Uma das bandeiras na área da sustentabilidade do Grupo Jumbo é o apoio à produção local e nacional. Aliás, como refere Ana Rita Cruz, “todas as lojas têm a incumbência de averiguar quais os melhores produtores e com boas práticas no seu raio de influência. Se cumprirmos todos os critérios de qualidade, o chamado *Visa Auchan*, passam a fornecedores locais e mais tarde podem alargar a distribuição a todas as lojas”. Desde o início do ano, o grupo tem um *microsite* dedicado às chamadas boas práticas ambientais. Na comunicação feita através do Jumbo Responsável (<http://responsavel.jumbo.pt/>) fica-se a conhecer o percurso de um alimento, desde a origem ao prato. “São produtos nacionais, produzidos para minimizar o impacto no ambiente, mas também para o bem-estar animal.” O frango do campo *Vida Auchan* é um exemplo. Num microfilme de três minutos, o produtor mostra o local, o modo de crescimento lento e a alimentação destes animais. Opções que conferem à carne um sabor diferente do da restante oferta do mercado, garantem. Mas há mais exemplos: uma horta caseira; a abertura de mais um concurso promovido pelo *Rik&Rok*, clube que há 20 anos faz um trabalho de sensibilização ambiental em escolas, ou até o modo como as lojas Jumbo estão a racionalizar o consumo de energia.

Enquanto empresa responsável, o Jumbo não só apoia a produção local e nacional como a preservação do planeta

e daí termos bons resultados na gestão dos resíduos, o que tem muito a ver com o termos investido nas pessoas. Elas percebem que são uma peça chave nesta engrenagem.

Em 2007, todas as lojas tinham um bom desempenho ambiental, ainda assim sobem a fasquia e as vossas lojas de Almada e Alfragide passam a ter certificação ambiental...

... à data eram as nossas duas maiores lojas. Achámos que estava na altura de começarmos a certificar lojas pelo ISO 14001, uma norma internacional que demonstra o compromisso ambiental da empresa. Atualmente, nove são lojas certificadas, o que representa 43% do volume de vendas. Ou seja, são as mais relevantes, as que impactam um maior número de pessoas. Nas nossas 33 lojas temos também atuado muito ao nível comercial. Fomos a primeira grande empresa de distribuição a incutir no consumidor a reutilização de

sacos de compras em 2008, implementando as ecocaixas, mais rápidas porque o cliente levava um saco reutilizável.

Que consequências teve nos resultados do grupo?

Temos alcançado resultados muito consistentes, como a redução de consumo de recursos e a gestão mais eficiente de resíduos e outras emissões geradas. Se analisarmos os números de 2005 e os de 2015, verificamos que consumimos hoje em dia menos 31% de eletricidade por metro quadrado. Em termos de água, consumimos menos 61% por metro quadrado. A grande evolução e os nossos melhores indicadores são os da área dos resíduos: duplicámos o número de lojas e conseguimos produzir menos 14% de resíduos.

Como se chega a esse grau de eficiência?

Separamo-los o máximo possível. Valorizamos 92% dos resíduos – só 8% vão para aterro e o nosso objetivo é chegar aos 0%. Em todas as lojas temos sítios de recolha, uns obrigatórios, outros voluntários. O cliente sabe que tem ali um sítio fixo onde pode levar pilhas, *toners* ou tinteiros, rolas de cortiça, óleos alimentares, equipamentos elétricos e eletrónicos, os mais variados resíduos...

E quais as linhas de atuação a médio prazo?

O combate ao desperdício – internamente e envolvendo os fornecedores. Por outro lado, queremos continuar este comércio responsável, com produtos mais sustentáveis, sempre ao melhor preço, tentando incutir a importância do consumo consciente, e as pessoas estão a comprar menos e melhor. Por fim, queremos contribuir para uma verdadeira economia circular e apostar no *ecodesign* dos nossos produtos de marca própria. Por último, move-nos o combate às alterações climáticas.

NÚMEROS QUE FALAM POR SI

Em dez anos, as poupanças em recursos e a redução de resíduos são visíveis, apesar do aumento do número de lojas.

	2005	2015	
Eletricidade (kWh/m ²)	690	475	- 31%
Água (litros/m ²)	1905	739	- 61%
Resíduos quantidade (t)	15511	13289	- 14%
Resíduos (% de valorização)	62%	92%	30 pp
	17 lojas	33 lojas	





Hotelaria e restauração

O QUE MUDOU NOS ÚLTIMOS 20 ANOS

Nos hotéis deixaram-se as alcatifas de cores berrantes, o papel de parede com motivos florais e apostou-se na simplicidade. À mesa aposta-se nas estações e na sustentabilidade

Texto Fernando Brandão



No centro de Leiria há um hotel que, de forma a preservar a memória de outros tempos, apresenta pendurado nos mosaicos da casa de banho um curioso suporte para papel higiénico. Por cima do gancho onde o rolo, imaculadamente branco, espera, há um cinzeiro em latão, marcado a castanho por anos seguidos de uso e abuso pelos hóspedes que ali ficaram, principalmente para descansar depois de um dia de trabalho.

Significa esta espécie de troféu que houve um tempo em que era normal e até aceitável fumar dentro de um quarto de hotel. Hoje em dia é quase impossível encontrar uma unidade hoteleira onde tal possa acontecer. Depois de anos em que era possível fazer quase tudo, hoje em dia as regras são mais apertadas e, de forma consciente, os próprios clientes também procuram espaços mais saudáveis, mais amigos do ambiente e muito mais ecológicos.



A horta biológica do restaurante Pedro Lemos, no Porto

Hotéis Verdes

Foi preciso esperar décadas para que Verde fosse sinónimo de hotelaria e restauração. Os pioneiros nesta tendência chegaram a ser apontados como excêntricos e gastadores, quando afinal de contas estavam a ser pioneiros e, até, ditadores de tendências, depressa replicadas. Quando, a poucos quilómetros de Évora, abriu o Ecorkhotel, as críticas fizeram-se ouvir de imediato, pela ideia até então inusitada de revestir o edifício principal de cortiça regional. Manuel Policarpo, diretor da unidade na altura da construção, assume que este é “um hotel de sustentabilidade, em que a cortiça é o elemento mais visível, mas onde se pretende promover o ecoturismo”. Para o conseguir apostaram apenas





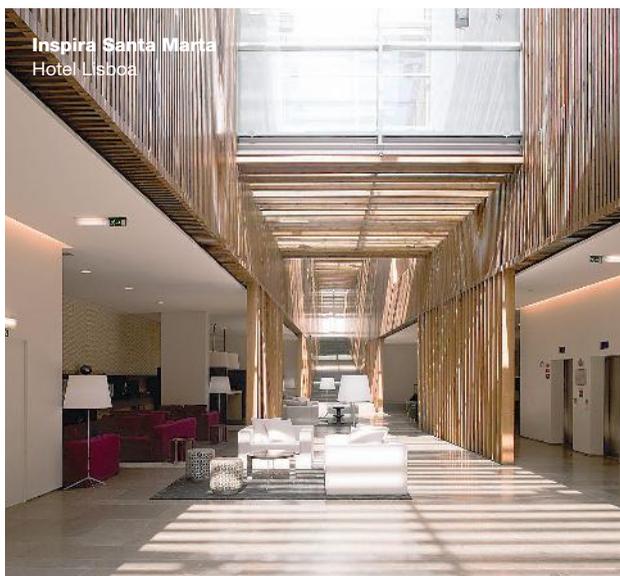
O caminho foi longo, em 20 anos muito mudou, felizmente para melhor, em nome do planeta



AS MUDANÇAS NA COZINHA

O ultrapremiado chef Gordon Ramsey dizia que não é expectável encontrar espargos durante os 12 meses do ano na carta de restaurante.

Porque, sustentava, é preciso respeitar nas propostas de qualquer restaurante a sazonalidade dos produtos e o ciclo das colheitas. Muitos, como Pedro Lemos, no Porto, premiado com uma estrela Michelin, criaram pequenas estufas e canteiros nos telhados, onde, todos os dias, vão buscar produtos frescos que fazem a diferença na hora de apresentar um prato. O mesmo que Pedro Pena Bastos, responsável pelo restaurante da Herdade do Esporão, faz todos os dias. “Os pratos são elaborados com produtos de produtores locais, acompanhando o ciclo de cada um, e por isso os menus estão sujeitos a alterações frequentes”, dizem na apresentação da carta. Tiago Emanuel Santos, no restaurante do hotel Areias do Seixo, apresenta o restaurante como um exemplo de sustentabilidade: “A gestão de resíduos tem por lema, em primeiro lugar, a redução, em seguida a reutilização e por fim a reciclagem. Os resíduos orgânicos são reencaminhados para o centro de compostagem, dando origem a um fertilizante natural para alimentar saudavelmente os solos agrícolas. Na horta do hotel nascem todos os dias frutas, legumes e ervas aromáticas, limpos, sem químicos, dando um sabor único e saudável aos pratos criados no restaurante.



em produtos da região, com a maior parte dos elementos a serem produzidos entre os mais de três mil metros quadrados da propriedade para uma menor pegada ecológica. A água usada é a que vem de dois furos nas proximidades e a energia elétrica é produzida por uma central fotovoltaica e por painéis solares discretamente colocados nas redondezas.

A sustentabilidade do *feng-shui*

Também nas cidades as últimas duas décadas trouxeram novidades à hotelaria. Depois da aposta nas alturas, a reconstrução de edifícios históricos ou com relevância trouxe associada uma forte componente ambiental, sendo o Inspira Santa Marta Hotel Lisboa o maior paradigma dessa filosofia. A preocupação vai muito para além de poupar na água e na luz, esconde-se nos pequenos detalhes, alguns ocultos dos hóspedes, mas valorizados por quem procura este tipo de hotel. Nicolas Roucos, diretor da unidade hoteleira, fala de um conceito holístico para este espaço, que alia sustentabilidade ao *feng-shui*, pensado desde a construção. A madeira, a luz natural e as *amenities* com rótulo ecológico fazem a diferença, bem como o facto de ser o primeiro hotel em Portugal a contribuir para programas nacionais e internacionais de preservação do ambiente. O Rio do Prado é outro dos exemplos de que a hotelaria mudou nos últimos 20 anos. Telmo Faria, o proprietário, diz ter criado um novo conceito de hotelaria neste espaço com 15 quartos, virados para onde o sol se deita. Apresenta uma hotelaria criativa, sustentável, que anda à procura dos românticos contemporâneos. Telmo Faria diz que a sustentabilidade é “o grande motor de todo este projeto, presente em tudo o que se relaciona com o hotel, da construção à forma como recebem os hóspedes”. A preocupação ambiental estende-se ainda à estufa biológica, onde são produzidos vegetais e frutas de acordo com o sabor das estações, para depois serem servidos no restaurante da unidade, que leva o nome de Maria Batata.



Inovação e sustentabilidade

COM SELO DE QUALIDADE PORTUGUÊS

Quatro projetos que prometem mudar o mundo através da inovação e consciência ecológica.

Para um planeta mais verde, onde *design* e ambiente andam de mãos dadas

Texto Nelma Viana



Na origem desta história estão as marcas e os criadores nacionais que dão cartas no *design* de produto ecológico, não só em Portugal mas também no estrangeiro, onde arrecadaram vários prémios de referência no setor. Inovação e sustentabilidade compõem o ADN destes projetos, que, mais do que reconhecimento, procuram contribuir para uma muito necessária mudança nos hábitos de consumo das populações, redefinindo, assim, a identidade do ecossistema empreendedor do país. Três dos quatro projetos nacionais de *ecodesign* em destaque neste artigo estão ligados à cortiça, uma das matérias-primas vegetais mais versáteis do mundo... e na qual Portugal é rico. Mas, sobreiros à parte, na origem desta história estão os nomes das marcas e criadores nacionais que dão cartas no *design* sustentável, aqui e além.

-fronteiras, com projetos premiados internacionalmente.

É preciso esperar entre 25 a 30 anos para poder extrair cortiça da casca de um sobreiro pela primeira vez e, depois disso, as extrações só devem acontecer de nove em nove anos. O processo é moroso, mas compensa a espera. Conhecida pelo seu poder isolante e leveza, a cortiça é utilizada em diversas

áreas de produção, desde a construção civil ao calçado, passando pela indústria automóvel até à restauração. E depois existe a rolha, a mais emblemática “obra-prima” da cortiça que continua a incentivar a criação de produtos de *design* inovador, duradouros e reutilizáveis.

Vários exemplos

A RP10, uma embalagem de cortiça *ecofriendly* produzida pela agência Omdesing para o icónico Vinho do Porto Tawny 10 Anos, da Quinta da Ervamoira, e que arrecadou o Red Dot Award: Communication Design 2015 na categoria Packaging Design. A empresa de Leça da Palmeira inspirou-se na paisagem alentejana e nos seus montados de sobreiro para criar uma caixa com dois monoblocos de cortiça, que, depois de servirem a sua função com o vinho, podem ser reutilizados como *cooler* para garrafas, porta-canetas ou vaso decorativo. Igualmente empenhado em privilegiar a utilização de materiais naturais e sustentáveis, o *designer* Manuel Bastos – fundador da marca de mobiliário Botaca – não teve dúvidas na escolha da cortiça quando decidiu construir o primeiro sofá ecológico e 100% reciclável. Nascia Algodão Doce, um sofá





Reutilizáveis. Depois de servirem a sua função com o vinho, as embalagens RP10 Doce podem ser reaproveitadas como cooler para garrafas, porta-canetas ou vaso decorativo, entre outras utilizações

que substituiu a madeira e a espuma por cortiça, linho e penas, que se monta e desmonta em menos de nada. A estrutura, feita em blocos de cortiça, torna-o facilmente transportável e impermeável, permitindo o seu uso dentro e fora de casa. Depois só tem de decidir se quer o sofá na versão completa, em formato *chaise-longue*, ou apenas utilizar os blocos de cortiça como banco ou mesa de apoio.

E o que acontece quando uma das maiores corticeiras nacionais se junta a um gigante produtor de vidro para premiar aecoinovação em *design* de produto? Criam-se objetos incríveis, como o frasco *gourmet* de pepino de conserva desenhado e concebido pela dupla Stefanie Costa e Paulo Castro, da Universidade de Aveiro, e que foi o grande vencedor dos Glassberries Design Awards, atribuídos anualmente pela BA Glass, agora em parceria com a Amorim. O que podia ser um simples frasco de vidro com uma tampa em cortiça não o é, não só pela sua elegância e originalidade do *design*, mas também, e apesar de tudo, pelo seu reduzido impacto

O sofá Algodão Doce substituiu a madeira e a espuma por cortiça, linho e penas e é 100% reciclável



no ambiente, dada a durabilidade e possível reutilização dos materiais usados.

Já este ano foi a vez da Logoplaste, grupo industrial de produção de plástico, ser distinguida com o prémio de excelência ambiental da SC Johnson pela criação da primeira embalagem reciclada para um detergente líder de mercado nos EUA. Se de repente não está a reconhecer o nome da empresa portuguesa de *packaging*, faça uma volta pela sua despensa e frigorífico e com certeza encontrará mais de meia dúzia de exemplares com o selo Logoplaste, desde o detergente da loiça, o *ketchup* e a manteiga até à simples garrafa de água que comprou a caminho de casa. Apostada em manter a diferenciação dos seus produtos pela qualidade e sustentabilidade dos materiais utilizados, a Logoplaste estendeu o seu ramo de atividade a um laboratório de inovação em nome próprio (Logoplaste Innovation Lab), empenhado em criar soluções de embalagens cada vez mais amigas do ambiente e com pegada ecológica zero.





Web Summit

ECONOMIA CIRCULAR: UM NEGÓCIO MUITO SÉRIO

Para entrar no mercado empresarial já não basta um investimento inicial e um produto inovador. Os dias que correm são mais exigentes. O novo empreendedor, se quiser ter êxito, vai precisar de criatividade, de acompanhar o ciclo de vida do produto e, se possível, de reciclá-lo

Texto **Manuela Garcia** Fotos **João Porfírio**

Ninguém diz que é fácil levar para uma empresa os princípios da economia circular. O atual modelo económico, baseado no grande consumo, leva a que se criem novas necessidades nos consumidores e muito rapidamente os produtos ficam fora de uso, com uma média de vida cada vez mais diminuta. E a publicidade não se cansa de ir alimentando esta urgência em ter o produto que acabou de sair para o mercado.

Mas há uma esperança na nova geração de empresários que está na forja. O sinal foi dado numa das muitas conferências que trouxe mais de 50 mil empresários, investidores, políticos e estudiosos ao Web Summit de Lisboa (7 a 10 novembro). Quando se discutiu “qual o lugar da ética e dos valores na

tecnologia?”, houve quem defendesse que os empresários e os investigadores da área das novas tecnologias de hoje têm condições para deixar um mais generalizado e mais positivo impacto no mundo do que qualquer outra geração anterior. Saber tirar partido deste contexto é o grande desafio para quem se prepara para ter um negócio ou empresa. Aqui fica um pequeno guia de bordo para os tempos de alguma incerteza e para as possíveis tormentas com que se possa vir a deparar.

Visão de futuro

Em primeiro lugar, importa estar atento às oportunidades de mercado. Deve saber observar comportamentos e encontrar soluções inovadoras para o que sobra de uma indústria ou





atividade: os desperdícios materiais. De seguida, com uma boa dose de criatividade, é necessário procurar dar ao que criou um novo uso, um novo valor de mercado. É nesta segunda vida do produto que reside a chave do sucesso do negócio. A economia circular não é uma obrigação ambiental, é antes um *business case* que exige uma forma de pensar “fora da caixa”. Deve questionar-se: qual o valor que o meu produto ou serviço acrescenta ao cliente? – e a partir daqui refletir como se deve desenvolver o modelo de trabalho para que no processo consigam ser sustentáveis e criar mais valor.

Milton de Sousa, professor-adjunto na Nova SBE, dá o exemplo da Apple, que afirma estar a preparar-se para mudar de um modelo de venda de *iPhone* para um de subscrição. Ou seja, o cliente tem direito a um vale para adquirir um telemóvel mais recente se devolver o antigo, encarregando-se a empresa de o reciclar e reintroduzir na cadeia de valor. “Se pensarmos, isto é uma lealdade do cliente à empresa que de outra forma não existiria; ele não vai comprar um telefone de outra marca – isto

Ninguém duvida que a economia circular é o futuro da sustentabilidade do planeta. Haja vontade de criar valor

obriga as empresas a pensarem de forma diferente a relação com os clientes. Não é uma questão de sustentabilidade, é uma estratégia de negócio.”

O legado que se quer deixar

Se é para criar uma empresa de raiz, tudo tem de ser observado na gestão da utilização dos materiais: o mobiliário, por exemplo – de modo a garantir que não é de desgaste rápido ou mesmo feito de materiais que possam libertar substâncias tóxicas; passando pela conceção do produto –, que deve ser feito já a pensar no processo de reciclagem por que irá passar antes de entrar de novo na cadeia de mercado, na “segunda vida”. Na apresentação e venda do produto ou serviço, o



O primeiro-ministro, António Costa, marcou presença na abertura do evento que “vai tornar Lisboa a capital mundial do empreendedorismo”

empreendedor “deverá mostrar ao cliente que está a adquirir um produto que já teve outra vida; sublinhar este detalhe é uma maneira de afirmação perante a sociedade que se está também a contribuir para a sustentabilidade económica e ambiental do planeta”, regista João Vaz, consultor de engenharia e ambiente na Ecogestus.

Desafios do mercado nacional

Há ainda quem associe muito a reciclagem a um custo, “numa ótica muito moralista, provavelmente por causa de uma forte mensagem de responsabilidade social que foi difundida nos anos 90 e 2000”, afirma Milton de Sousa. A prova está na reação dos seus alunos quando nas aulas aborda esta temática: “Há uma certa perplexidade com a ideia de que a economia circular não é um custo, mas antes uma estratégia de negócio, não é um problema, é uma oportunidade. Há que encontrar soluções que exijam criatividade.” Este professor da Nova SBE viveu 12 anos na Holanda, onde trabalhou e fez doutoramento. Ali, pôde observar o conceito de *cradle to cradle* ser posto em prática: “O ir desde o início até ao fim de vida de um produto e a empresa ter uma responsabilidade na gestão desse ciclo de vida.” Quando se refere ao tecido empresarial português, não tem dúvidas: “Muitas vezes o fator de contexto serve como desculpa para não se fazerem coisas, não há motivo nenhum para que as empresas não possam assumir essa responsabilidade de forma ativa.”

João Vaz não está tão otimista. Para o consultor da Ecogestus, “é difícil introduzir os verdadeiros princípios da economia circular quando não há uma política fiscal que apoie as matérias-primas obtidas por reciclagem”. E concretiza: “Pagamos o mesmo IVA se recorrermos a boas ou más práticas ambientais, o papel reciclado e o papel virgem são disso exemplo.” Um desafio a superar.





Nova plataforma

SMARTFARMER: UM MERCADO SAUDÁVEL À DISTÂNCIA DE UM CLIQUE

Aproximar produtores e consumidores, empurrar o crescimento das economias locais, gerar emprego e criar um ciclo de comércio justo que beneficia ambas as partes são as linhas orientadoras deste projeto com selo nacional

Texto Nelma Viana



Imagine que consegue determinar a origem exata e método de produção dos alimentos que consome sem ter de se preocupar em analisar rótulos e tabelas nutricionais à lupa. Imagine, agora, que isto tudo está apenas à distância de um clique graças ao SmartFarmer, a novíssima plataforma online de dinamização dos circuitos curtos agroalimentares que pretende aproximar produtores e consumidores dos quatro cantos do país. Trocado por miúdos, trata-se de um mercado virtual de promoção do consumo local e, conseqüentemente, de crescimento das economias regionais onde produtores, distribuidores e prestadores de serviços podem pôr os seus produtos ou serviços à venda, sem intermediários, lidando só e apenas com o consumidor.

Baseando-se no princípio da gestão saudável dos recursos agrícolas, Pedro Krupenski, coordenador do projeto, explica que “a plataforma foi concebida para contribuir para a sustentabilidade do setor agrícola e da própria economia local”, defendendo, no entanto, que para isso é preciso haver um equilíbrio inabalável entre as dimensões económica, social e ambiental. Um triângulo poderoso, que promete mudar o mundo. Do ponto de vista económico, diz, o SmartFarmer torna-se vantajoso “ao reduzir o número de intermediários entre produtor e consumidor, já que permite que o produtor reverta algumas das margens da cadeia de valor a seu favor,



À DISTÂNCIA DE UM CLIQUE

Para fazer parte do universo SmartFarmer, seja na perspectiva de produtor ou consumidor, consulte o site www.smartfarmer.pt e faça o seu registo. A partir daí pode consultar a lista de vendedores associados, gerir encomendas e efetuar pagamentos por via eletrónica. Saudável, rápido e eficaz, sem sair de casa.

**Atualmente estão em funcionamento
cerca de 25 SmartFarmers.
Até final do ano esperam-se mais**

podendo, assim, reduzir substancialmente o preço dos produtos, tornando-os mais atrativos para o consumidor e estimulantes para o produtor”. Mas não só. O SmartFarmer destina-se aos pequenos agricultores (de cultura familiar) e pretende funcionar como uma plataforma que lhes permite aumentar a sua capacidade de gerar rendimento, qualidade de vida e acesso a bens e serviços de qualidade. A preocupação com as questões sociais é, aliás, uma das principais bases de atuação da Oikos (ONG para a cooperação e desenvolvimento em Portugal que suporta o projeto) no mundo: dotar as comunidades de meios que lhes permitam ampliar e consolidar a sua produção, aceder de forma protegida aos mercados e neles gerar as suas próprias fontes de sustentação. No que diz respeito ao ambiente, a plataforma permitirá, com o seu

método de intervenção local, a redução da pegada de carbono, associada aos métodos de refrigeração, armazenamento e transporte. A prática de um comércio justo para ambas as partes é essencial ao sucesso do projeto. Pedro Krupenski admite que não é fácil fugir à oferta das grandes superfícies e admite que o primeiro desafio da SmartFarmer para a desmassificação do mercado agroalimentar passa por uma mudança dos hábitos de consumo. “Os consumidores irão progressivamente compreender que o consumo local é mais vantajoso em termos de qualidade, frescura e sabor dos produtos, em termos de preço e de comodidade, e, não menos importante, tomarão consciência de que ao consumir localmente estarão a favorecer a cultura e a economia locais em que estão inseridos, contribuindo assim para o desenvolvimento das suas regiões e do país.”

Outros benefícios

Registando-se no SmartFarmer, o consumidor passa a ter acesso de forma cómoda e pouco dispendiosa a um leque variado de produtos e serviços agroalimentares, desde frescos, produtos transformados com base em técnicas ancestrais e artesanais, mas também a pacotes turísticos de experimentação do mundo rural, descontos em bens e serviços por parte dos parceiros associados (bancos, comércio local, clínicas médicas, etc.) e ainda o acesso a produtos de comércio justo oriundos de países em desenvolvimento. Para garantir uma maior difusão desta plataforma, os intervenientes locais ligados à agricultura, distribuição e produção alimentar em pequena escala devem juntar-se ao movimento.

COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO

Sem querer demonizar as grandes superfícies comerciais, é objetivo do SmartFarmer promover os produtos de comércio justo sem entrar em competição com a produção nacional, transformando-o numa ferramenta de diálogo intercultural, de promoção da justiça social e de coesão social entre cidadãos nacionais e comunidades estrangeiras residentes no país.





Pequenos gestos, grandes efeitos

NATAL SIMPLES, TRANQUILO E ECOLÓGICO

Se a quadra natalícia é para si sinónimo de constante lufa-lufa, inspire-se nas sugestões de Bea Johnson e passe umas festas serenas e sem desperdícios

Texto Palmira Simões

Crianças em casa, visita de familiares, reboição, lojas cheias de gente, filas por todo o lado, gastos excessivos, desperdícios, *stress*, cansaço... Ufa! Todos os anos a história repete-se. Quem, só de pensar no cenário dos preparativos para a grande festa da família, não fica logo de rastros? Para contrariar esta tendência vimos propor-lhe algo diferente: uma nova forma de encarar o Natal (e a vida), mais simples, tranquila e ecológica. O conceito chama-se Zero Waste Home e tem percorrido mundo com os atos, as palavras e os livros da sua autora, Bea Johnson, uma francesa a viver atualmente na Califórnia (Estados Unidos da América). O segredo para desfrutar em pleno os momentos de convívio, cumplicidade, brincadeira e alegria que a quadra proporciona – frisa – “está na simplicidade”. Tome nota destas sugestões e viva este Natal com serenidade, sob uma perspetiva menos comercial, mais próxima das pessoas e da Natureza.



SOBRE O ZERO WASTE HOME

A família de Bea Johnson vive, por vontade própria, de forma minimalista mas feliz, desde que, em 2008, trocou a grande cidade de São Francisco por outra mais pequena. A simplicidade não representa perda de qualidade, antes pelo contrário. Hoje, os membros da família têm mais tempo para estar juntos, gastam menos e, acima de tudo, cuidam do ambiente. O lixo que produzem ao longo de um ano cabe num pequeno recipiente e o segredo deste feito assenta em cinco regras básicas: recusar tudo o que não faz falta; reduzir o consumo ao mínimo indispensável; reutilizar ao máximo; reciclar determinado tipo de lixo (na sequência de recusar, reduzir e reutilizar quase tudo no dia a dia), e compostar os resíduos orgânicos. Saiba mais em zerowastehome.com.



Presentes especiais

Ano após ano, na maior parte dos casos, pensar no presente para amigos e familiares constitui um quebra-cabeças. Fazemos listas, mas nem sempre sabemos muito bem o que adquirir. Primeiro conselho: dar aos outros presentes que gostaríamos de receber. Por outro lado, temos de ser proativos e explicar-lhes o tipo de prendas de que gostamos, sobretudo se já decidimos seguir uma vida *zero waste*.

No topo da lista de ofertas possíveis da autora de *Desperdício Zero* (Editorial Presença) encontram-se coisas não materiais, como as “experiências”. Adequam-se aos mais variados tipos de público, pois dão acesso a sessões de SpA e outros tratamentos de beleza, a jantares a dois, a desportos de aventura ou radicais, entre muitas outras “sensações”. Bilhetes para atividades culturais ou lúdicas – como teatros, filmes, concertos, parques temáticos – também





entram nesta categoria. Para evitar embalagens ou desperdício de papel, opte pelos *vouchers* e bilhetes eletrônicos.

Outras possibilidades:

- Dar o seu tempo. Principalmente aos mais velhos, que apreciam muito uma boa companhia para um passeio ou um jantar, para reparações em casa, uma sessão de leitura...

- Consumíveis feitos por si (doces, sabonetes, velas...).

- *E-books* e subscrições de jornais ou revistas *online*, jogos eletrônicos...

- Dinheiro (sempre muito apreciado pelos adolescentes).

Se tiver de ofertar algo material, opte por objetos que sejam reutilizáveis ou tenham utilidade e que possa igualmente executar (bijuteria, um saco/mala de pano, uma moldura...). De referir que existem na Internet variados *sites* com ideias *do it yourself* neste âmbito. Se a compra for inevitável, recorra a lojas de artigos em segunda mão, inclusive para brinquedos, físicas ou *online*.

Quanto a embrulhos, esqueça o tradicional papel decorativo e os sacos, a menos que sejam reutilizáveis. Descubra a arte japonesa *furoshiki* de embalar com tecido ou faça sacos de pano personalizados (aproveitando peças de roupa que já não usa). Como etiqueta, recorra a uma folha de árvore seca (que pode envernizar) ou a um pedaço de papel reciclado. A mensagem a escrever fica por conta do seu coração.

DUAS E CORRECEITAS

- **Bálsamo de vitamina E para oferecer:** 1 colher de sopa de cera de abelha; 4 colheres de sopa de vitamina E (por exemplo, óleo de sésamo). Misturar numa tigela. Deixar em repouso e guardar num pequeno recipiente de vidro. Ideal para usar como antirrugas à volta dos olhos, dos lábios...
- **Sopa de ossos para aproveitar os restos do peru:** separar os vários ossos da carcaça e colocá-los numa panela. Cobrir com água e deixar ferver. Baixar o lume e cozinhar até os restos de carne se separarem dos ossos. Retirar do lume e deixar arrefecer. Retirar os ossos propriamente ditos (bons para compostagem), já sem a carne, bem como eventuais gorduras e pele. À água com a carne limpa juntar outros restos, como vegetais e molho do estufado, levar a ferver novamente e a seguir reduzir o lume, deixando cozinhar durante uma hora. Temperar a gosto e servir.



A árvore de Natal pode ser um arbusto ou uma planta decorados com adornos feitos por si ou pelas crianças

Menos confusão e mais poupança

A par dos presentes, o Natal não é Natal sem decorações alusivas e a ementa tradicional. Além do mais, as crianças estão de férias e muitas vezes brincam pela casa e querem atenção. O tempo para elas é escasso, pois outras tarefas se impõem. Solução: simplifique!

Decorar: para a casa ou para a mesa, use adornos naturais, consumíveis ou reutilizáveis. É o caso de flores, folhas, ramos e pinhas, frutos e vegetais... frescos ou secos. Com imaginação, poderá construir centros de mesa lindíssimos apenas com materiais da Natureza.

Cozinhar: requer muito tempo (e dinheiro), quer para a compra dos ingredientes, quer para a sua confeção. Bea aconselha a adquirir e a confeccionar apenas a quantidade de comida necessária e adequada ao número de comensais, para não haver desperdícios. Ainda assim, caso se verifiquem sobras, procure aproveitá-las para outras refeições (os restos de bacalhau cozido e de batatas transformam-se, por exemplo, numa deliciosa receita de bacalhau com natas ou “à Brás”, de que todos gostam). Vale tudo menos deitar comida para o lixo. As compras, segundo o conceito Zero Waste Home, devem ser efetuadas evitando todo o tipo de embalagens convencionais, ou seja, dar preferência a produtos a granel, se possível junto dos produtores, que o comprador transportará em sacos de pano ou frascos de vidro (também reutilizáveis). Mas se quer mesmo descansar, em alternativa ao que aqui lhe propomos, fuja! Arrende a sua casa durante o período da quadra festiva (Natal e fim de ano) e, com esse dinheiro, faça umas miniférias. Pegue na sua família e vá conhecer outras paragens, culturas e tradições, cá dentro ou lá fora. Boas Festas!





Organização criativa

O MILAGRE DA MULTIPLICAÇÃO NA MESA DE NATAL

Sobras no frigorífico? Todas podem ser aproveitadas para criar novas refeições: por exemplo, tartes salgadas, empadas e pratos de massa, entre muitos outros

Texto Nelma Viana

Para Joana Roque, os restos de ontem servem de matéria-prima às refeições de amanhã. Empenhada no combate ao desperdício alimentar, tudo aquilo em que toca transforma em petisco ou iguaria, e é na altura do Natal que faz verdadeira magia com os cabazes caseiros que oferece à família e aos amigos. Sem dar por isso, Joana Roque completa este ano uma década de carreira ao serviço da boa comida e do movimento antidesperdício. Começou em 2006, com o blogue culinário “As minhas receitas”, com propostas de refeições simples para toda a família, para dois anos depois estender o ramo de atividade a outra plataforma parceira, “A Economia Cá de Casa”, onde partilha sugestões de economia doméstica. O tempo passou a correr e o sucesso de ambos os diários valeu-lhe, em 2011, o lançamento de um primeiro livro de receitas (que chegou à 13.ª edição). Nos dois anos seguintes repetiu a dose com mais dois títulos a chegarem ao top de vendas nacional, tornando-se, assim, a conselheira de eleição de todos os que não abdicam dos longos almoços de domingo, dos jantares rápidos de todos os dias e dos dias de festa à

volta da mesa. Prática, organizada e muito, muito eficiente, é assim Joana Roque na cozinha e na vida. Defensora de uma mesa saudável e sustentável, desde sempre que se habituou a comer os alimentos que a terra dá, no seu tempo próprio, e traz como herança dos tempos de criança os dias passados com a mãe e com a avó a dar nova vida a frutas e legumes, transformando-os em marmeladas e compotas caseiras, que hoje replica com mestria. Joana não compra presentes, prefere fazê-los e personalizá-los, não só por uma questão de simpatia por quem os recebe mas essencialmente porque era por essa altura que a sua cozinha se inundava dos produtos trazidos da quinta dos avós. “Fazia o que sempre vi a minha avó e a minha mãe fazer... Só que fazia muito mais do que dois ou três frasquinhos, que nós em casa, sozinhos, não conseguíamos consumir. Por isso passei a juntar a esses frascos de compota e taças de marmelada umas bolachinhas e licores e a oferecê-los aos amigos e família como presentes de Natal”, conta à *Recicla*. De repente nasciam, quase sem querer, verdadeiros cabazes, pelos quais os amigos aguardavam ansiosamente todos os anos. “E se não têm excesso de frutas

CONGELAR AS (RE)SOBRAS

Na cozinha, quase nada se perde, tudo se transforma. Mesmo se depois de inventar novos pratos houver produtos em excesso, pode cortá-los em pedaços e congelá-los, para reutilizar num momento posterior. Também as novas refeições podem, muitas delas, ser congeladas.



EMBALAGENS Q. B.

Guarde os recipientes de vidro e os sacos de plástico pequenos, que poderão vir a servir de embalagem a bolachas ou granola caseira. Opte por comprar em mercearias locais ou lojas de produtos a granel, onde os clientes são incentivados a levar os próprios recipientes.

ou legumes, umas bolachinhas dentro de uma embalagem é uma forma de poupar e, ao mesmo tempo, oferecer algo em que colocamos o que temos de mais precioso: o nosso tempo e a nossa dedicação.” Mas este é um “trabalho” que não se esgota na época natalícia, depende de uma grande organização ao longo do ano, não só na reutilização de frascos de vidro, caixas, taças, pequenos sacos de plástico e adereços de decoração, mas também no acondicionamento dos alimentos, que também vão servindo para utilização diária.



FRESCOS DA ÉPOCA

Nesta altura do ano, e respeitando a sazonalidade dos produtos, Joana vê-se a braços com uma cozinha farta, onde não faltam couves, dióspiros, marmelos, abóboras, batata-doce, beterraba, nozes, peras e maçãs. Em caso de dúvida, uma sopa caseira nunca falha: “Se no verão utilizo mais a curgete para a base da sopa, agora começa a ser a vez do chuchu e das abóboras.” Sempre que possível, deve respeitar-se o ciclo dos alimentos, procurando os frescos em mercados tradicionais.

TENHO FRUTA E LEGUMES A MAIS, E AGORA?

Congele o tomate maduro em pedaços ou triturado, para futuros molhos ou até bases de piza. Faça o mesmo com a fruta, que pode partir em cubinhos e utilizar mais tarde para fazer batidos ou sorvetes caseiros. O truque é usar sacos próprios para congelação e etiquetá-los corretamente, para saber sempre o que tem à disposição.



COMPRAR LOCAL E SAZONAL

Prefira produtos nacionais e da época, de preferência comprados em mercados ou diretamente ao produtor.

Evite a carne e os ovos de produção intensiva e procure sempre produtores certificados. No peixe, dê prioridade a espécies mais pequenas, nacionais e de mar, como cavalas, sardinhas, carapaus.

“

Em cada época do ano há uma oferta muito diversificada de produtos, que podem resultar em verdadeiras iguarias



VEJA AQUI O VÍDEO EXCLUSIVO

do passo a passo para fazer prendas de Natal caseiras



A pensar na qualidade de vida

“CIDADES SOBRE RODAS”

Com a entrada de fundos comunitários a partir dos anos 90, construíram-se infraestruturas de apoio à mobilidade. Um desenvolvimento que trouxe mais pessoas de outros pontos do país e novos desafios. Vamos olhar para Lisboa, Porto e Viseu. Siga-nos!

Texto: Manuela Garcia



As cidades devem proporcionar bem-estar e qualidade de vida tanto a residentes como a visitantes. Idealmente, todos deveriam poder escolher o meio de transporte mais adequado, mais económico, mais seguro e mais confortável, com o mínimo impacto ambiental. O congestionamento no acesso às cidades e a própria circulação nas zonas mais centrais são um desafio que mobiliza gestores, políticos e ambientalistas. Sendo os transportes um dos setores com mais responsabilidade na emissão de gases poluentes, há que aumentar a oferta de melhores e mais eficientes transportes públicos.

O Tejo primeiro

Das diferentes obras públicas em curso em Lisboa, uma ideia transporece: o rio está a ser devolvido às pessoas. Nas intervenções na Frente Ribeirinha, veja-se o que já foi feito entre o Terreiro do Paço e o Cais do Sodré, agora com jardins,

locais de passeio e esplanadas, acessível às pessoas e aos utilizadores de bicicleta. Mas há também a preocupação de criar espaços de convívio e fruição para todos. Veja-se em Carnide, onde as Câmaras de Lisboa e Odivelas trabalham para de uma zona degradada fazer nascer a Nova Feira Popular, um espaço de diversão integrado num parque verde, com zonas de restauração e lazer. Outra das medidas emblemáticas é Uma Praça em cada Bairro, para criar áreas de lazer e convívio entre diferentes públicos, privilegiando o uso da bicicleta, do transporte público e limitando o acesso automóvel. Aliás, já há 60 km de ciclovia na cidade e está programado até final de 2017 fazer o alargamento de passeios e colocar 2500 passadeiras adaptadas. Alvo de queixas constantes por parte dos utentes, seja por não cumprirem horários, seja por serem insuficientes para a procura, os transportes públicos perderam nos últimos anos milhares de passageiros, o que fez com que entrassem mais automóveis na cidade. Na recém-municipalizada Carris





Mais espaço para as pessoas. Passeios mais largos e ciclovias, zonas de esplanada e outras áreas de fruição são algumas das novidades para tornar a cidade de Lisboa mais agradável para todos



estão a ser criadas condições para suprir as falhas e alargar ou renovar a frota. Para o Metro de Lisboa, sob alçada da administração central e com a Câmara Municipal de Lisboa como parceira, já foram destinados 45 milhões de euros para concluir obras interrompidas e problemas de manutenção.

Porto em rede

Também na Cidade Invicta a mobilidade sustentável tem norteado a oferta de novos serviços no setor dos transportes. Iguamente aqui são cada vez mais utilizadas as aplicações inteligentes para informação de tráfego ou indicar a presença de um carro de aluguer. Por outro lado, um conceito recente no nosso país, é o sistema de aluguer à hora *carsharing*. Surgiu em 2008 na capital, mas também já está disponível no Porto. Funciona em complemento com os transportes públicos e dá acesso a parques de estacionamento localizados junto a interfaces de transporte coletivo, em ambas as cidades. Também quando o Metro do Porto começou a funcionar, em 2002, o

CARRO DO FUTURO

SE É ELÉTRICO, É BOM

Já há alguns anos disponível no mercado português, e sendo o futuro da indústria automóvel, o carro elétrico ainda tem de melhorar características como a autonomia das baterias e o tempo de carregamento - já para não falar no preço - se quiser conquistar mais utilizadores. Em dezembro de 2015 havia em circulação no nosso país 1180 destas viaturas. Mas este número poderá vir a aumentar se entrar em vigor o incentivo ao carro elétrico, proposto pelo Ministério do Ambiente no Orçamento do Estado para 2017. No ato da compra, o utilizador deverá fazer o pedido do incentivo e recebe mais tarde um cheque no valor de 2250 euros, provindo do Fundo Ambiental. Resta aguardar que a medida entre em vigor.



sistema park&ride passou a disponibilizar 3.400 lugares de estacionamento a baixo custo. Aqui, o utilizador com o mesmo cartão utiliza o parque de estacionamento e viaja de metro. Quanto à frota da STCP, são já 54,5% os autocarros movidos a gás natural e agora, para maior comodidade, há mesmo a aplicação Move Me, que mostra qual o autocarro certo para o destino pretendido, em que paragem deve sair, qual o trajeto que poderá fazer a pé até à próxima paragem ou mesmo ficar a saber qual o transporte público mais rápido àquela hora. E, se quiser saber quais os próximos autocarros a parar naquela paragem, basta enviar um SMSBUS e a resposta é na hora. Junto do público universitário, e ao abrigo do programa U-Bike, a universidade e o politécnico vão, tal como outras 13 escolas de ensino superior do país, pôr à disposição dos alunos 300 bicicletas para uso quotidiano, com a possibilidade de aluguer ao semestre.

Viseu a ficar mais sã

Chama-se Mobilidade Urbana de Viseu o programa que até 2025 quer reduzir em cinco mil toneladas as emissões de carbono para a atmosfera. Para cumprir esse objetivo será criada uma nova rede de transportes urbanos e parques de estacionamento. Prevê-se ainda criar a Central de Mobilidade de Viseu, dotada de um sistema de gestão integrado e inteligente. O centro histórico vai libertar cinco ou seis praças do uso do automóvel, para passar a ser servido por miniautocarros elétricos. Mais, até 2018 estima-se que haja 6 km de ciclovias a ligar o hospital e os polos universitários ao centro da cidade, mas o objetivo é nos próximos anos chegar a 66 km, abrangendo a periferia urbana.

Viseu não esquece também quem vive nas seis freguesias mais despovoadas. Para tal, está a ser criado o transporte a pedido. Basta que haja quatro pessoas que precisem de se deslocar e, à distância de um telefonema, a qualquer hora, esse transporte é disponibilizado pagando-se apenas o valor do bilhete normal.





ATÉ 31 DE DEZEMBRO

CONCURSO ÁGUA JOVEM 2017

ALGARVE

Estão abertas inscrições para o Concurso Água Jovem 2017, destinado a todos os jovens dos 1.º, 2.º e 3.º ciclos do ensino básico do Algarve. Promovido pela Agência Portuguesa do Ambiente – ARH do Algarve, em parceria com a Águas do Algarve e o Zoomarine, a iniciativa tem como objetivo sensibilizar para a importância da valorização dos recursos naturais e hídricos da região. Saber mais em pambiente.pt.



DATAS ECOLÓGICAS

- 31/outubro: Dia Mundial da Poupança
- 16/novembro: Dia do Mar
- 19/novembro: Aniversário SPV
- 24/novembro: Dia Mundial da Ciência
- 5/dezembro: Dia Internacional do Voluntário para o Desenvolvimento Económico-Social

ATÉ 31 DE JANEIRO

CANDIDATURAS AO GREEN KEY 2017

TUDO O PAÍS

As candidaturas para a edição de 2017 do Green Key, galardão internacional que promove o turismo sustentável em Portugal, estão abertas até 31 de janeiro de 2017. Entre os objetivos do programa encontram-se a consciencialização para a adoção de práticas e comportamentos sustentáveis entre os decisores e participantes (empresas, autoridades, clientes, fornecedores e comunidades

locais) através da educação ambiental para a sustentabilidade; a redução do impacto ambiental das atividades de comércio, serviços e restauração; a promoção da redução e eficiência no consumo dos recursos naturais; a facilitação de estratégias de *marketing* verde, e o reconhecimento das iniciativas de gestão ambiental. Candidate-se em greenkey.abae.pt/plataforma.

TODOS OS SÁBADOS

OFICINA DE RESTAURO DE MÓVEIS

PORTO

Esta oficina da Cool.Office contempla uma partilha de conhecimentos sobre renovação e restauro de móveis de pequenas dimensões (mesas, cadeiras, cadeirões, mesas de cabeceira, cómodas, espelhos...). Inclui a demonstração de alguns exemplos e possibilidades de materiais e instrumentos a usar em douramento, reutilização de móveis (pintura, estofamento...), bem como procedimentos técnicos e éticos no restauro dos mesmos. Esta oficina terá a duração que o aluno pretender, de acordo com o objetivo por si ambicionado. Realiza-se todos os sábados, das 10 às 12h30, para participantes a partir dos 12 anos. Mais informações em info@cooloffice.pt.



DE 19 DE DEZEMBRO A 2 DE JANEIRO FÉRIAS DE NATAL DEBAIXO DE ÁGUA

OCEANÁRIO DE LISBOA

Crianças entre os 4 e os 12 anos estão convidadas a celebrar as férias de Natal “em alto-mar” e a explorar o universo marinho na companhia dos seus habitantes. Nestas Férias Debaixo de Água a tradição das prendas de Natal e dos desejos para o novo ano é reinventada, proporcionando aos “pequenos marinheiros” um “mergulho” nas profundezas dos oceanos. O programa de férias apresenta atividades *hands on*, visita às exposições, artes plásticas, drama, entre outras atividades, num ambiente que fomenta o espírito de grupo, a ajuda e a amizade. Com horários flexíveis, das 8h30 às 18h30, que se ajustam à rotina dos pais. No dia 30 de dezembro, a aventura é com o programa Dormindo com os Tubarões. Preço: €40/dia por participante. Mais informações em www.oceanario.pt.

TODOS OS DIAS

AVENTURA NA PEQUENA FLORESTA

ADVENTURE PARK JAMOR, CRUZ QUEBRADA

O arborismo é uma atividade que consiste na passagem sequencial de obstáculos entre plataformas posicionadas nas copas das árvores – pontes suspensas, cordas, redes, túneis de árvore para árvore, saltos de Tarzan... Ideal para promover o gosto pela Natureza. O circuito A Pequena Floresta direciona-se a participantes com altura a partir de 1,10 m, sem limite de idade. É composto por 15 atividades/obstáculos, em que as crianças estão ligadas por uma linha de vida (são equipadas com um arnés, que permite andar de árvore em árvore com toda a segurança) que não pode ser quebrada. Tem a duração de aproximadamente 45 minutos. Todos os dias, entre as 10 e as 16 horas. Preço: €12,50/participante. Para mais informações: geral@adventurepark.pt.





Pessoas Positivas, Planeta Positivo.

'Energias Renováveis'

IKEA INVESTE 1 MILHÃO DE EUROS EM PAINÉIS SOLARES NA NOVA LOJA DE LOULÉ

A IKEA Portugal vai investir 1 milhão de euros na instalação de painéis solares fotovoltaicos na sua nova loja em Loulé, que tem abertura prevista para a primavera de 2017. Esta iniciativa reforça o compromisso do Grupo IKEA no combate às alterações climáticas, traduzido na aplicação de mais de 5 milhões de euros em projetos de eficiência energética no país, desde 2015.

Depois de avançar com a instalação de 10.000 painéis solares nas suas lojas em Alfragide, Loures e Matosinhos, no maior projeto de potência energética em coberturas a nível nacional, para autoconsumo privado, avaliado em 4 milhões de euros, a IKEA renova a aposta nas energias verdes, que se vai estender à primeira loja da marca sueca a sul do país.

“Este projeto representa o compromisso e o empenho da IKEA Portugal em contribuir, de forma decisiva, para a promoção das energias renováveis e no combate às alterações climáticas, um dos maiores flagelos globais hoje em dia. Queremos criar um melhor dia a dia para a maioria das pessoas e isso começa, inevitavelmente, em nossa casa. Por isso, estamos a dar o exemplo e investir em energia renovável para que possamos atingir rapidamente o objetivo de sermos autossuficientes a nível energético, poupando recursos e melhorando o ambiente” explica Cláudia Domingues, diretora de Comunicação Corporativa e Sustentabilidade da IKEA Portugal.

O projeto foi anunciado em junho deste ano, à margem da cerimónia de inauguração da estrutura fotovoltaica implementada na loja IKEA, em Alfragide - a primeira a ser ativada, na presença do Ministro do Ambiente, João Pedro Matos Fernandes, e o Secretário de Estado da Energia, Jorge Seguro Sanches.

“Em nome do governo de Portugal gostava de dar os meus sinceros parabéns à IKEA por esta iniciativa, não só pelo que representa por si, mas pelo que significa enquanto etapa de uma estratégia integrada de sustentabilidade. Exemplos como este enquadram-se na perfeição naquilo que são os objetivos do desenvolvimento sustentável e de como as empresas podem e devem contribuir para o alcançar dessas metas. Simultaneamente, espelha de forma muito inteligente como se pode transformar um problema - consumo energético - numa oportunidade de negócio - autossuficiência”, defendeu João Matos Fernandes, Ministro do Ambiente.



Integrada na estratégia de sustentabilidade **'Pessoas Positivas, Planeta Positivo'**, esta operação vai permitir que praticamente toda a energia produzida (98%) seja utilizada pelas lojas IKEA, o que corresponde a 26% do seu consumo energético, evitando emissões anuais de 1.250 toneladas de CO₂, o equivalente à energia elétrica fornecida a 1.162 habitações.

Este é mais um passo em direção ao objetivo global do Grupo IKEA se tornar independente em termos energéticos até 2020 e, dessa forma, continuar a inspirar as pessoas a terem uma vida em casa mais sustentável, oferecendo produtos e soluções que ajudam os clientes a poupar dinheiro, reduzindo o consumo de água e energia elétrica e reduzindo o desperdício.





ECOKIDS

AH, É VERDE!

O Pai Natal mudou de cor e vestiu a camisola verde em defesa do ambiente. Vamos ajudar?

CONTO EDUCATIVO

Reza a história que o Pai Natal, inspirado na figura de São Nicolau, vestia tradicionalmente uma camisola verde até aos anos 30...

A mudança para vermelho terá acontecido numa campanha publicitária da Coca-Cola, que adaptou a imagem do santo à cor da marca. Agora foi a vez de uma empresa portuguesa devolver o verde de origem ao Pai Natal, valendo-se da importância do velhinho de barbas no imaginário infantil para chamar a atenção dos mais novos para as questões ambientais. Empenhada em defender a magia associada ao Natal, a Betweien, empresa especializada na criação de projetos educativos inovadores, encontrou na época natalícia uma porta aberta para apresentar o tema do ambiente ao público infantil, sem maçadas nem palestras, de uma forma divertida e pedagógica, criando a história de um Pai Natal verde, cuja cor da camisola serve de bandeira pela defesa dos recursos naturais do planeta.

Consciencializar os mais pequenos

Mas como é que durante esta quadra se desvia a atenção das crianças para outro assunto que não seja o Natal? Simples: contando-lhes a história do barbudo simpático e explicando-lhes que o bom comportamento durante o ano – aquele que é avaliado pelo Pai Natal – também deve incluir o respeito pelo ambiente. Um



O Pai Natal Verde

Este conto, criado por Narciso Moreira e ilustrado por Ana Sofia Leite, apoia-se nas referências clássicas do Natal e recria um cenário de fantasia em que a educação ambiental passa a fazer parte da história do costume

ponto de partida para consciencializar os mais pequenos para a pegada ecológica, que aumenta exponencialmente em apenas dois dias de festa, de uma forma descomplicada, com sugestões práticas e criativas de preservação ambiental que podem ser adotadas durante a época, permitindo, assim, que o Natal se mantenha sustentável e se continue a repetir por muitos e bons anos. Mais do que um livro, *O Pai Natal Verde* é, acima de tudo, um projeto de educação que se alicerça num conto.

A história acabou por ser adaptada para teatro e foi nesse formato que se apresentou a várias escolas do país, numa parceria entre a Betweien e a Eco-Escolas, plataforma para a sensibilização ambiental do parque escolar. O livro encontra-se esgotado, mas a empresa garante que as visitas a escolas e associações sociais continua a ser uma das suas grandes apostas para levar o Pai Natal Verde aos quatro cantos do país. Basta fazer o pedido.



SÓ DEPOIS

No Natal, a recolha de lixo e reciclagem é limitada e os caixotes de rua costumam estar a abarrotar. Não ponhas o teu lixo/reciclagem na rua nem à porta de casa. Espera dois dias para encontrares os caixotes do lixo e ecopontos mais vazios.

DE VIVEIRO

Se a tua árvore de Natal é um pinheiro natural, certifica-te de que é trazido de um viveiro onde é produzido para esse efeito. Cortar árvores de um pinhal não é alternativa. Além disso, podes optar pelos pinheiros artificiais.

O mesmo Pai Natal de sempre, mas com um sentido acrescido de missão de uma espécie



NATAL MAIS AMIGO DO AMBIENTE

- Desliga as luzinhas da árvore de Natal antes de ires dormir.
- Aproveita os jornais e revistas velhos para embrulhar os presentes e decora-os com fitas e bolas recortadas por ti das páginas mais coloridas.
- Reutiliza as fitas decorativas de outros anos. Sempre que receberes um presente, guarda as fitas, os laços e o papel de embrulho (retirando a fita-cola com cuidado, para não rasgar).
- Separa o lixo do material reciclável e acondiciona-o convenientemente. Quase todo o "lixo" que se produz nos dias de Natal não é realmente lixo, mas antes material que pode (e deve) ser reciclado.
- Oferece os brinquedos usados a outras crianças, em vez de os deitares fora – de certeza que tens alguns já esquecidos dentro de uma caixa ou debaixo da cama. Embrulha-os de forma criativa e oferece-os a uma instituição.
- Faz apenas um pedido de presente por ano. Os brinquedos que hoje são novidade amanhã terão perdido o interesse e rapidamente se transformarão em "lixo".



ISTO NÃO É O FIM É UM NOVO COMEÇO

Escolhemos o alumínio para produzir as nossas cápsulas por este material oferecer uma proteção do café que evita a degradação promovida pelo oxigénio, a luz e a humidade; por preservar todo o potencial aromático de cada Grand Cru; e por ser infinitamente reciclável.

Igualmente reciclável, a borra de café pode ser valorizada como fertilizante natural para a agricultura. Neste âmbito, surgiu o programa da Nespresso "Reciclar é Alimentar" que, desde 2010, já permitiu entregar cerca de 386 toneladas de arroz (7,5 milhões porções de arroz) ao Banco Alimentar.

Saiba mais sobre o alumínio e a sua reciclagem em www.nespresso.com/positive

NESPRESSO.

pontoverde serviços

Ambiente: um desafio para o seu negócio, uma aposta no futuro.

**A Ponto Verde Serviços é o parceiro certo
da sua empresa para a área do Ambiente.**

Com um profundo conhecimento da realidade empresarial, a Ponto Verde Serviços disponibiliza um leque alargado de soluções de consultoria ambiental adaptadas a cada tipo de actividade económica, e oferece apoio integrado no âmbito da gestão de resíduos e do mercado voluntário de carbono, bem como ao nível da gestão de embalagens para empresas exportadoras.

Numa verdadeira aliança entre ambiente e sucesso empresarial, a Ponto Verde Serviços ajuda a sua empresa a atingir os indicadores de sustentabilidade ambiental mais determinantes para um desempenho excelente rumo a uma economia verde.



Para saber mais, visite-nos em:

www.pontoverdeservicos.pt