

# Danone reforça aposta no combate ao desperdício alimentar

10 de Dezembro, 2020

A celebrar o seu 30º aniversário em Portugal, a Danone mantém-se fiel ao seu compromisso de “One Planet, One Health”, tornando a sustentabilidade o seu “código genético” em todos os projetos desenvolvidos, lançamentos, comunicações e iniciativas e levando saúde através da alimentação ao maior número de pessoas possível, pode ler-se no comunicado da empresa.

Desta forma e contrariando um pouco o espírito que se vive nesta altura do ano, com um apelo ao consumo excessivo, a Danone encetou uma “série de parcerias” que visam “reduzir o desperdício alimentar”, contribuindo para uma “sociedade mais justa e igualitária” e “consciencializando os seus consumidores a adotarem hábitos de consumo que passam por reduzir, reutilizar e reciclar, minimizando desta forma a pegada ambiental que deixam no mundo”.

## **Desperdício Alimentar**

Um terço dos alimentos em todo o mundo são desperdiçados; e só em Portugal, cerca de 1.000,000 toneladas de alimentos são desperdiçadas. Foi a pensar neste desperdício e de forma a tomar medidas conscientes que minimizem este impacto, a Danone assinou uma parceria com a Too Good To Go, aplicação que combate o desperdício alimentar e permite a venda de excedentes de restaurantes, supermercados e hotéis, onde é possível colocar à venda num marketplace online, todos os excedentes, através de Magic Boxes – caixas surpresa criadas pelos estabelecimentos, permitindo que os utilizadores adquiram refeições de qualidade a preços muito acessíveis.

Com pontos de entrega em Lisboa e no Porto, desde agosto que as Magic Boxes já salvaram três toneladas de iogurtes e leites fermentados, contribuindo para a redução do desperdício alimentar. A Danone estabeleceu também parceria com o movimento Unidos Contra o Desperdício, onde é uma das 113 empresas aderentes e para a qual, através dos seus donativos de bens a instituições como o Banco Alimentar Contra a Fome – de Lisboa, Algarve e Porto, ou a ReFood – foram oferecidos mais de 440 mil kgs em produto em iogurtes e leites fermentados – que contribuíram para alimentar milhares de famílias carenciadas.

Para Ludovic Reysset, country manager da Danone Portugal, esta medida vai ao encontro do compromisso da empresa de contribuir para um mundo melhor, fazendo-o de uma forma cada vez mais consciente e sustentável: “Na Danone temos um forte compromisso com o meio ambiente e nunca antes a nossa visão ‘One Planet. One Health’ foi tão significativa e a nossa contribuição tão evidente enquanto empresa de alimentos líder mundial. Há muito tempo que estou convencido de que uma empresa só pode ter sucesso se for SUSTENTÁVEL. Precisamos continuar a apoiar as pessoas e a cumprir a nossa missão de levar saúde através da alimentação ao maior número possível de pessoas. Estamos mobilizados e procuramos ajudar quem mais precisa neste momento difícil,

nunca esquecendo os milhares de famílias que consomem os nossos produtos todos os dias e que queremos continuar a alimentar. Através da nossa missão e do nosso compromisso com o progresso, tanto a nível empresarial como social, pretendemos construir um futuro mais sustentável, através de uma saúde, vida e de um mundo melhor para todos. Hoje, amanhã e depois de amanhã, como temos feito nos últimos 100 anos”.

Num esforço adicional na luta contra o desperdício alimentar, a Danone irá também iniciar no próximo ano a transição da forma como declara a data de validade dos seus produtos, passando de “consumir até” para “consumir de preferência antes de”, anuncia a empresa. Apesar de subtil, esta é na realidade uma “importante evolução na informação ao consumidor”, já que a declaração “consumir de preferência antes de” convida o consumidor a não deitar fora o produto imediatamente ultrapassada a data nele inscrita. Apesar de serem alimentos lácteos frescos, a empresa garante que “o iogurte e o leite fermentado são produtos com muito boa estabilidade” e, quando “devidamente conservados em frio”, continuam perfeitamente “aptos para serem consumidos até uns dias depois de atingirem a data de validade”.

Através desta medida a Danone espera contribuir para o “combate ao desperdício alimentar”, evitando desta forma que “milhares de produtos sejam diariamente descartados e não consumidos estando ainda em perfeito estado de conservação”.