

## **Supermercado aposta no marketing "verde"**

*Wilian Miron*

O consumo de sacolas plásticas tradicionais anualmente chega a 12 bilhões de unidades no Brasil, sendo que, em média, cada brasileiro utiliza em torno de 66 sacolas por mês. Para economizar e apresentar um viés de rede sustentável, ao cortar esse tipo de gasto, uma ação já consolidada em países europeus, o varejo brasileiro começa efetivamente a brigar para ver quem será a rede supermercadista que mais vai pegar o estigma de empresa ecologicamente correta e sustentável. Ousados, os franceses do Carrefour Brasil anunciaram ontem, oficialmente, que irão eliminar de forma gradual, até 2014, ano da Copa do Mundo no Brasil, o uso de sacolas plásticas tradicionais em suas lojas. De acordo com a rede, ao menos 1% do dinheiro destinado a investimentos será usado para implantar ações de sustentabilidade nas lojas.

Segundo o diretor-superintendente da rede, Jean-Marc Pueyo, um dos focos da rede é implantar programas sustentáveis em todas as 70 lojas que a rede quer inaugurar neste ano construídas. "Para nós é um passo muito importante para a nossa cadeia, e também como um ato que vai ajudar bastante em nossa operação no Brasil. Queremos que em 4 anos toda a rede tenha esse programa implantado", afirmou.

Uma loja em Piracicaba (SP), foi a primeira do Carrefour a aderir à iniciativa, e para estimular a troca das embalagens tradicionais na unidade serão distribuídas gratuitamente até o final deste mês sacolas retornáveis. O Carrefour ainda colocará à venda nas lojas outras opções de embalagens sustentáveis, como a sacola 100% biodegradável, desenvolvida em parceria com a empresa Basf, produzida com base em uma resina especial derivada do milho, que pode se decompor em até 180 dias.

Outras alternativas serão as sacolas retornáveis, com preços entre R\$ 1,90 a R\$ 15,00, além do oferecimento de caixas de papelão aos clientes da rede. As embalagens tradicionais podem demorar até 400 anos para se decompor. A ação do Carrefour de eliminação da utilização de sacolas plásticas tradicionais é realizada também na França, na China e na Polônia.

### **Concorrência**

No Walmart Brasil, os clientes que optarem por não usar sacos plásticos para carregar as compras, ganharão R\$ 0,03 de desconto por cada sacola não utilizada. Outra forma da varejista brigar pelo marketing sustentável, é o programa de "Sustentabilidade de Ponta a Ponta", criado em parceria com os principais fornecedores da empresa, como: Cargill, Coca-Cola Brasil, Colgate-Palmolive, Nestlé, Procter&Gamble e Unilever, entre outras, para desenvolver ou promover alterações em produtos, como forma de reduzir os impactos socioambientais das mercadorias.

Segundo o presidente do Walmart Brasil, Héctor Núñez, a intenção da rede é promover a produção de mercadorias ecoeficientes. "Vamos incentivar a fabricação dessas mercadorias, mas não existe exclusividade na venda desses produtos. Queremos ver isso em todas as lojas, mesmo na concorrência", afirmou durante a divulgação do programa.

Já o Grupo Pão de Açúcar pretende promover as lojas verdes, que têm foco maior na área de sustentabilidade, com a economia de água, luz e menor produção de resíduos poluentes.

**Fonte: DCI, São Paulo, 16 mar. 2010, Primeiro Caderno, p. A8.**