

A difícil tarefa de sumir com as sacolas

Vanessa Dezem

A mais conhecida ação sustentável do setor supermercadista - a redução da utilização das sacolas plásticas para embalar compras - é tarefa difícil, mas mostra alguns resultados positivos.

Somente no Carrefour, a segunda maior rede de supermercados do país, houve uma queda de 30% no consumo das sacolinhas, desde 2007. No Pão de Açúcar, a líder do setor, a venda de sacolas retornáveis tem crescido. Em 2009, foram vendidas 1,328 milhão de unidades. Neste ano, até agora, o clientes do Pão de Açúcar compraram 800 mil.

O Walmart, o terceiro maior grupo supermercadista do país, calcula que suas iniciativas tiraram do meio ambiente 138,9 milhões de sacolinhas em 2009. Somente com o programa que devolve ao consumidor o valor de custo da sacola não utilizada na compra (lançado pela empresa em 2008), cerca de 29,5 milhões de sacolas foram eliminadas do meio e R\$ 900 mil foram concedidos em descontos aos clientes da rede

O Carrefour, que tem uma loja piloto em Piracicaba onde foi banida a sacola, pretende estender o projeto para toda a sua rede até 2014. "Hoje, ainda apenas 15% das pessoas levam sua sacola própria no supermercado, mas isso vai aumentar", aposta o diretor de sustentabilidade do Carrefour, Paulo Pianez.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 11 ago. 2010, Empresas, p. B4.

A utilização deste artigo é exclusiva para os membros