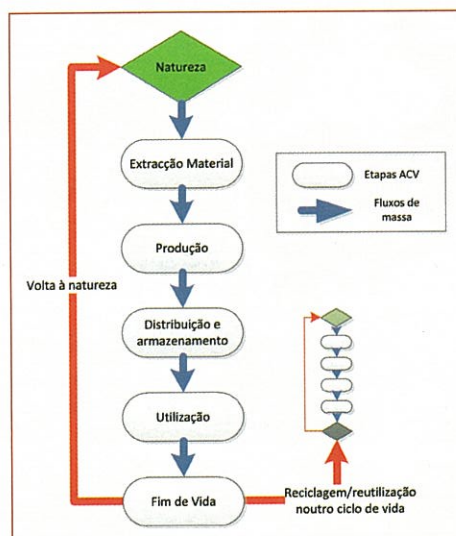


A Pegada de carbono – Um novo paradigma no setor Agro-Alimentar

Nos últimos cem anos, uma combinação do crescimento da população, desflorestação e industrialização, provocou um aumento considerável do nível de Gases de Efeito de Estufa (GEE) na atmosfera. Como consequência, a temperatura média da Terra subiu. O efeito dessas mudanças ameaça cada vez mais a produção agrícola, os ecossistemas e a qualidade de vida da população em geral. O problema é urgente e o desafio enorme, sendo necessário reinventar processos produtivos, reaproveitar e reciclar cada vez mais e reconhecer que todos os produtos que consumimos ou produzimos têm uma pegada de carbono associada.

Com a inversão do paradigma energético, têm surgido ao longo dos anos várias iniciativas que procuram quantificar o impacto no ambiente resultante da atividade produzida num determinado produto ou serviço. É nesse sentido que surge a importância na determinação da pegada de carbono, como uma ferramenta de trabalho capaz de traduzir o impacto de um produto ou serviço nas emissões de GEE para a atmosfera. Como pegada de carbono, entenda-se a emissão dos GEE que os processos envolvidos no desenvolvimento de um serviço/produto tiveram desde que as matérias-primas foram exploradas até ao momento da sua reciclagem/deposição, passando pela transformação, conceção e uso, ou seja, o que se pode designar como

avaliação do ciclo de vida de um produto. Em cada fase do ciclo de vida calculam-se as emissões associadas à energia utilizada, seja ela elétrica, gasóleo, gás natural ou emissões resultantes de ineficiências do sistema produtivo, como desperdícios ou fugas de ar comprimido (ver figura).



As 5 fases da Avaliação do Ciclo de Vida

A motivação para determinar a pegada de carbono de um dado produto ou serviço pode ter como objetivo reduzir custos e emissões diretas das empresas e dar a conhecer à comunidade (clientes, fornecedores, colaboradores, etc.) o grau de envolvimento ambiental da empresa e o reconhecimento do esforço em reduzir as emissões potenciadoras das mudanças climáticas.

A avaliação da pegada de carbono de um

serviço deverá incluir pelo menos cinco etapas essenciais:

Diagrama do processo – Lista dos materiais, atividades e processos envolvidos dentro de cada fase do processo.

Fronteiras do sistema – Definição das fronteiras do sistema, i.e., descrever objetivamente o que pode ser medido e o que deve ser medido e o que deve ser excluído. Ex. a construção de uma adega deve ser excluída.

Inventário – Recolha de informação no terreno sobre as atividades desenvolvidas. Ex. quantidade de fertilizante utilizado, gasóleo, n.º e características das garrafas de vidro, etc.

Determinação Pegada – Calcular as emissões de GEE (kg CO₂ eq por unidade funcional).

Verificação – A verificação poder ser realizada de três formas:

- auto verificação;
- verificação por terceiros;
- verificação por uma entidade acreditada (recomendável).

A comunicação da pegada de carbono poderá ser realizada de várias formas complementares, nomeadamente através de um rótulo nos produtos, providenciando informação no website ou em campanhas de marketing. O método de comunicação

dependerá da estratégia de marketing da empresa e a quem se destina a informação final.

Existem atualmente, neste âmbito, várias iniciativas Internacionais em desenvolvimento de rotulagem de produtos agro-alimentares, de caráter privado ou institucional, recorrendo a diferentes métodos de avaliação, o que tem atrasado a adoção de uma metodologia universal. Não obstante, o mercado tem reagido e parece relativamente unânime na adoção da Norma PAS 2050:2008 como a metodologia padrão para a determinação da Pegada de Carbono dos produtos alimentares, tendo como ferramenta de trabalho a Avaliação de Ciclo de Vida (ISO 14040 e ISO 14044).

A PAS 2050:2008, com forte implementação no Reino Unido, é utilizada pela Tesco, que juntamente com a Carbon Trust (entidade criada por iniciativa do Governo Britânico) têm determinado a pegada de carbono de inúmeros produtos alimentares. A política de responsabilidade corporativa da Tesco é clara: reduzir em 30% as emissões da cadeia-de-abastecimento até 2020 e desenvolver um negócio completamente neutro em Carbono até 2050. Objetivos ambiciosos como estes só poderão ser possíveis com um forte apoio e colaboração dos seus fornecedores nacionais e internacionais. Mas a Tesco não é a única empresa da grande distribuição a olhar para o futuro. A Sainsbury's, por exemplo, entre outras, começam a trilhar o seu caminho na redução da pegada de carbono através da aquisição de produtos de baixo carbono.

Foi com base nesta visão holística e integrada do problema que a Consulai, em parceria com "O Trevo", desenvolveu um projeto-piloto para a determinação da Pegada de Carbono do vinho Alentejano em duas adegas de Beja, materializando o desejo de aplicar na prática medidas que combinam mitigação, adaptação e outros benefícios ambientais, com melhorias na

eficiência e rentabilidade do sector agro-industrial (como as que visam a poupança de energia). É possível, assim, montar uma cadeia-de-custódia certificável para que o vinho produzido possa entrar numa cadeia-de-abastecimento de valor acrescentado, associado a um produto de baixo carbono, abrindo as portas para novos mercados e novos negócios. Apesar deste projeto ser apenas um primeiro passo nes-

te caminho, já suscitou o interesse de diversas cadeias de distribuição a nível nacional e internacional, o que mostra bem que o tema das alterações climáticas e da pegada de carbono estão para ficar, devendo constituir mesmo um dos principais factores de diferenciação dos produtos alimentares nos próximos anos. 🍷

Bruno Caldeira – CONSULAI