





**daped**

Associação  
Portuguesa  
de Empresas  
de Distribuição

#### Ficha técnica

APED – Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição  
Rua Alexandre Herculano, 23, 3º  
1250-008 Lisboa  
217 510 920  
geral@aped.pt  
aped.pt

#### Data

Fevereiro de 2018

#### Tiragem

250 exemplares

#### Design

GBNT - Shaping Communication



Esta brochura foi impressa em papel certificado FSC®.

# Índice

O nosso compromisso é circular.....	4
Quatro Eixos de Atuação .....	7
Sustentabilidade nos processos internos.....	8
Sustentabilidade na relação com os fornecedores .....	16
Sustentabilidade na relação com os consumidores .....	19
Sustentabilidade na relação com os <i>stakeholders</i> .....	22
Desafios para o futuro .....	26
Carta de Sustentabilidade .....	29

# O nosso compromisso é circular

A presente publicação reveste-se de uma enorme importância para a APED: ela espelha o compromisso dos seus associados com a circularidade.

A Carta de Sustentabilidade que lançámos dava já conta desse empenho conjunto com vista à garantia de um futuro mais sustentável. Aqui, revelamos algumas das práticas que, na gestão dos negócios, se traduzem na construção consciente de uma economia circular.

A distribuição adota uma atitude atenta ao longo da cadeia de valor e na relação com os seus interlocutores, fornecedores, consumidores e com outros *stakeholders*. A nossa Carta de Sustentabilidade assenta assim nessas diferentes relações, em quatro eixos, com quatro focos diferentes: um foco sobre os seus processos internos, um foco sobre a produção, um foco sobre o consumidor, e, finalmente, o foco na relação com outros *stakeholders*. São quatro linhas de força, quatro domínios de ação.

Desde o início da nossa atividade que estamos comprometidos com as comunidades junto das quais operamos, guiados por princípios de respeito e de equilíbrio em relação aos recursos e ao ambiente. Agora, de um modo renovado, procuramos liderar o caminho na transição para um modelo de economia circular.

Num planeta de recursos finitos, não podemos aceitar o desperdício. A falência dos ecossistemas, a escassez de matérias-primas e as alterações climáticas obrigam-nos a repensar o paradigma de produção e consumo.

O modelo circular é a alternativa que continuamos a abraçar, procurando expandir o ciclo de vida dos produtos e materiais que os constituem para um horizonte de inesgotabilidade e de zero desperdício.

Os objetivos globais que se encontram no Acordo de Paris, os objetivos de desenvolvimento sustentável fixados pelas Nações Unidas e o Pacote de Economia Circular estão lançados e pedem a nossa intervenção.

É necessário tomar medidas - e as empresas do setor da distribuição estão na liderança.

Incorporando inovação e eficácia nos processos, estamos já a desenvolver a nossa atividade de acordo com um modelo tendencialmente mais circular, o que tem permitido aumentar a produtividade, reduzir a pegada ambiental e contribuir para o bem-estar social.

O facto de assumirmos este desafio de forma clara e inequívoca confere-nos uma responsabilidade acrescida.

Mesmo perante as melhores práticas, questionamo-nos continuamente, modificando processos e produtos, procurando inscrever uma assinatura de sustentabilidade em todos os nossos gestos.

O nosso pacto hoje é com amanhã.

# Quatro Eixos de Atuação

Em harmonia com a Carta de Sustentabilidade, também nesta publicação acompanhamos os quatro focos de atuação do setor da distribuição, que abarcam todo o espectro da sua atividade:

- No interior da operação, incluindo logística;
- Junto dos produtores;
- Junto dos consumidores;
- Junto de todas as entidades relevantes com quem a distribuição se relaciona na sua atividade.

Aqui, divulgamos as ações desenvolvidas pelo setor no âmbito de uma economia circular e de baixo carbono.

As empresas associadas da APED estão em contacto direto e contínuo com produtores, colaboradores, consumidores, instituições de cariz social e outros *stakeholders*, tendo um papel vasto, abrangente e fundamental na economia.

A produção e disponibilização de produtos e serviços ao consumidor têm impactos a nível ambiental, social e económico, pelo que é fundamental promover a ecoeficiência ao longo da cadeia de valor.

Num modelo circular, o ciclo de vida dos produtos é otimizado, desde a conceção, com base em critérios de *ecodesign*, até à valorização dos produtos e componentes no fim da linha, tendo como objetivo a reutilização, recuperação, ou reciclagem e valorização dos materiais.

A nível das operações de loja e logística é fundamental a eficiência de processos e a inovação na prestação de serviços, proporcionando aos consumidores uma experiência única e responsável.

Por outro lado, os consumidores são cada vez mais exigentes. Como exemplo, e de acordo com o estudo *The Sustainability Imperative*, de 2015, realçamos o facto de 66% de um universo de 30 mil consumidores em 60 países estarem dispostos a pagar mais por produtos e serviços de empresas comprometidas com princípios de sustentabilidade.

Neste sentido, a incorporação destes valores contribuirá para a mudança de paradigmas de produção e consumo e permitirá dotar os consumidores da consciência de que é necessário abraçar um modelo que se quer cada vez mais circular.

# Sustentabilidade nos processos internos

As empresas concentram-se especialmente neste ponto e a razão é fácil de compreender: é aqui que as empresas são, de pleno direito, os agentes responsáveis. É aqui que mais pode ser feito pelas suas próprias mãos: reduzir consumos e emissões, reutilizar e valorizar materiais, produtos ou componentes.

Seguem-se alguns destaques nos temas em que o investimento dos associados da APED mais se tem feito sentir, nomeadamente no que diz respeito à racionalização do consumo de água, energia e otimização da gestão de resíduos.

A água é um recurso cada vez mais escasso e fundamental à vida. O consumo de água concentra-se sobretudo no retalho alimentar, nomeadamente em atividades de limpeza, instalações sanitárias e balneários, cozinhas, sistemas de frio industrial e rega de espaços verdes. As empresas promovem o uso racional da água, recorrendo às melhores práticas de monitorização e correção de fugas, a par de um investimento em equipamentos e dispositivos como os temporizadores, ou os dispositivos de redução de caudal.

A energia é outro dos aspetos relevantes na atividade do setor da distribuição. As principais utilizações de energia nos estabelecimentos consistem na iluminação, no sistema de frio industrial, na climatização e no uso em diversos equipamentos. Neste âmbito, é fundamental a promoção do uso racional de energia, através da adoção de critérios e tecnologias de construção responsável, investimento em equipamentos energeticamente mais eficientes e aposta nas energias renováveis. Da utilização de energia pode resultar também a emissão de gases com efeito de estufa para a atmosfera, como gases refrigerantes associados a fugas acidentais nos sistemas de frio. Também aqui tem sido feito esforço mensurável, tanto na redução de consumos específicos de energia, como na substituição de gases de refrigeração por outros de menor potencial de aquecimento global.

No limite, algumas insígnias lançam como desafio para os próximos anos a autossuficiência em termos energéticos, com uma aposta na produção própria de energias eólica e solar, designadamente.

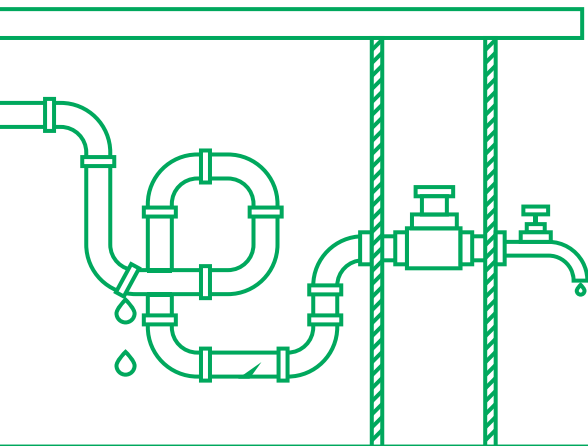
As atividades levadas a cabo pela distribuição nos seus processos internos geram naturalmente resíduos de diferentes naturezas: embalagens de plástico ou cartão, madeira, metal, resíduos indiferenciados, entre outros, que resultam da normal atividade de receção e desembalamento de mercadoria, do funcionamento das suas secções e instalações, de transporte e logística, de quebras e operações de limpeza.

Na gestão de resíduos, a grande aposta é a maximização da valorização de materiais, promovendo a sua circularidade, o que implica uma constante otimização dos processos de triagem e acondicionamento, assegurando o seu encaminhamento em condições adequadas, em cumprimento dos requisitos legais.

A doação de produtos excedentários e o encaminhamento de bens, sobretudo alimentares, para instituições de solidariedade social permite reduzir o desperdício nesse domínio, cumprindo rigorosamente critérios de segurança e qualidade e contribuindo para o bem-estar social.

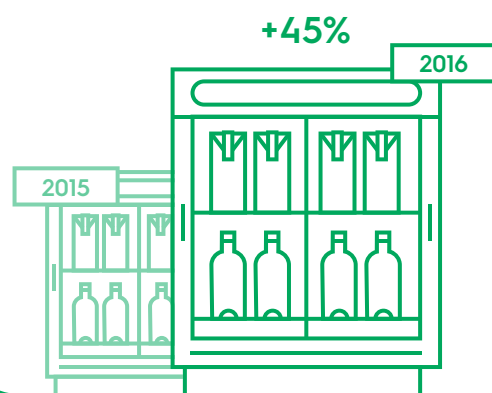
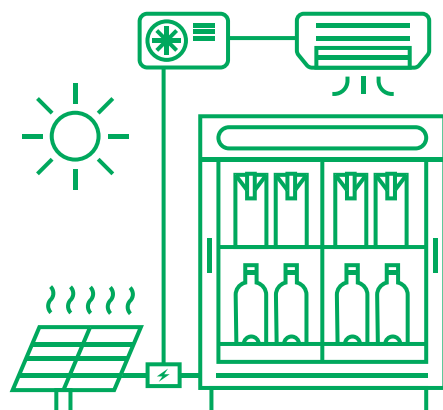
O investimento na gestão de transportes e logística constitui-se como outra das apostas feitas, por via da otimização do acondicionamento da mercadoria, da redução do consumo de combustível e das emissões de gases com efeito de estufa, aumentando assim a sua eficiência.

## Uso racional da água / energia



Promovendo o uso racional da água, os associados da APED: monitorizam constantemente consumos, de forma a prevenir, identificar e corrigir fugas, desvios, ou perdas; investem ao nível dos equipamentos; instalam progressivamente mais dispositivos de redução de caudal, temporizadores, ou sistemas de aproveitamento das águas pluviais.

Entre as melhores práticas na utilização de energia contam-se: a manutenção periódica dos equipamentos; a adequação das temperaturas à funcionalidade; a utilização, sempre que possível, da iluminação natural; a monitorização dos consumos; a instalação de equipamentos energeticamente eficientes, ou alimentados por energias renováveis, através da instalação de painéis solares e fotovoltaicos.



O número de instalações de frio com menor potencial de aquecimento global (GWP) aumentou 45% em 2016, face a 2015, para um total de 196. Estão aqui incluídos exemplos como a utilização em exclusivo do dióxido de carbono, mas também outros gases refrigerantes naturais, como o propano ou o amoníaco.

## Utilização de energias renováveis

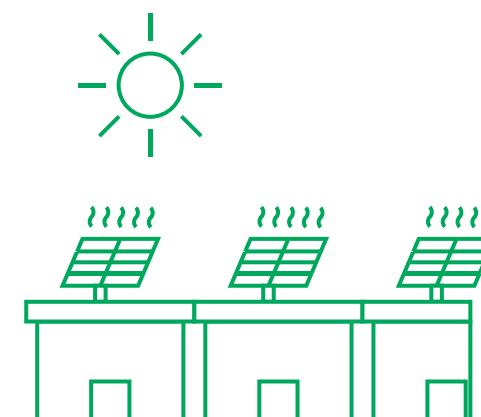


**156**  
com utilização de energias renováveis

Em 2016 havia 156 estabelecimentos com sistemas que recorriam a energias renováveis.

**140**  
com produção autónoma de energia a partir de painéis fotovoltaicos

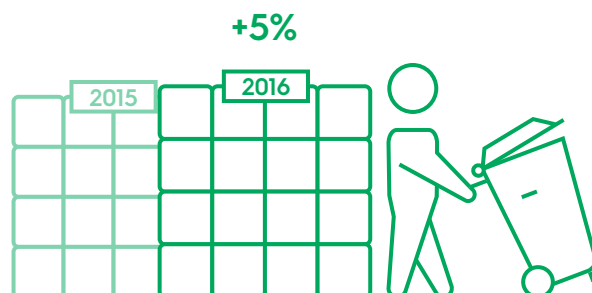
Em 2016, havia 140 estabelecimentos com produção autónoma de energia a partir de painéis fotovoltaicos, o que representa um aumento de 12% face ao ano anterior.



## Gestão de resíduos

**169.000**

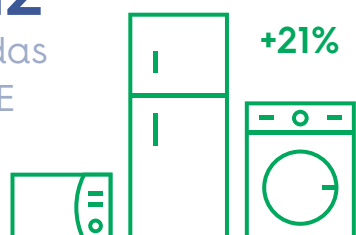
toneladas de resíduos encaminhados para valorização



Em 2016 os associados da APED encaminharam perto de 169.000 toneladas de resíduos para valorização, mais 5% do que em 2015, fruto do crescimento dos negócios. A taxa de valorização destes resíduos fixou-se em 71,9%, idêntica ao ano anterior.

**6.942**

toneladas de REEE



**113.846**

toneladas de cartão



**8.671**  
toneladas de plástico



**61,5**  
toneladas de pilhas



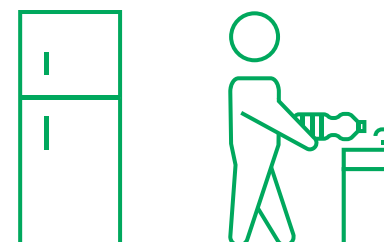
Nos principais resíduos decorrentes das operações de desembalagem e resultantes de entrega pelos clientes, registou-se:

**Cartão** 113.846 t, mais 4% do que em 2015 · **Plástico** 8.671 t, menos 1% do que em 2015  
**REEE** 6.942 t, mais 21% do que em 2015 · **Pilhas** 61,5 t, menos 17% do que em 2015.

## Recolha de óleos alimentares usados

**31%**

da população despeja os OAU nos esgotos



**22%**

utilizam os pontos de recolha em super/hipermercados



**21%**

utilizam oleões ou pontos de recolha municipais



Um estudo da Universidade Católica sobre “óleos alimentares usados” (OAU) efetuado em 2015 para a APED mostrou que: uma parte significativa da população (31%) continua a despejar os OAU nos esgotos; 22% dos inquiridos utilizam os pontos de recolha em super/hipermercados e 21% nos oleões ou pontos de recolha municipais. A distância ao ecoponto (oleão ou outro ponto de recolha) mais próximo está claramente relacionada com o comportamento de separação de OAU, ou seja, a um aumento das lojas que possam disponibilizar este serviço de recolha de óleos corresponderá um aumento da percentagem de separadores.

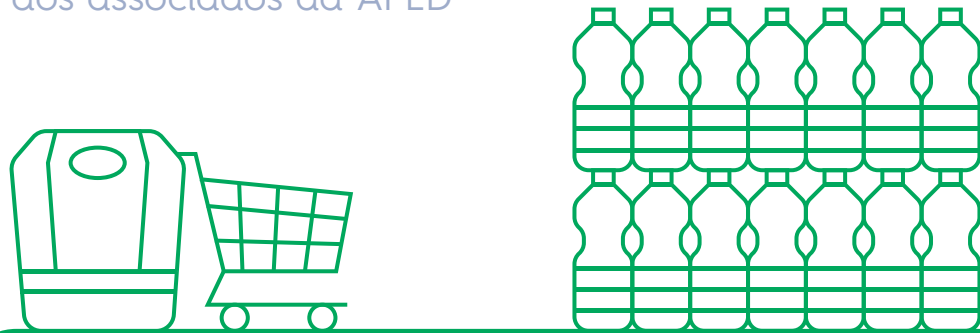
A distribuição tem dado, assim, um forte contributo ao país para a recolha e valorização dos óleos alimentares usados, através da disponibilização de uma vasta rede de pontos de recolha nas lojas.



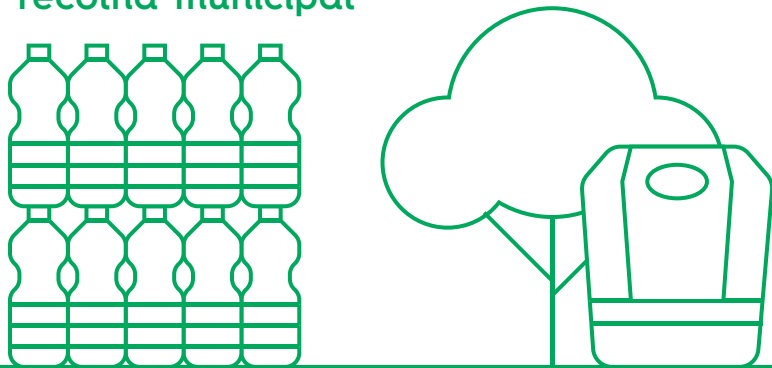
## Recolha de óleos alimentares usados

# 416

toneladas de óleos alimentares usados recolhidos nos 538 pontos dos associados da APED

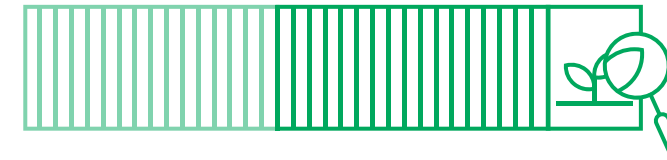


**+43%**  
do que o total  
recolhido nos pontos  
de recolha municipal



Em 2016, foram recolhidos para valorização 416 toneladas de OAU nos 538 pontos de recolha dos associados da APED, mais 43% do que o total recolhido nos 5.097 pontos de recolha municipal.

## Certificações e Auditorias



# 1.860

auditorias ambientais

2016

O número de auditorias ambientais, internas e externas, aos estabelecimentos tem vindo a aumentar significativamente: em 2010, contabilizavam-se 826, em 2016, 1.860. Estes dados são emblemáticos do enfoque dado à melhoria contínua do desempenho ambiental da atividade.



Em 2010, havia 16 estabelecimentos certificados pela norma ISO 14001. Em 2016, eram já 84. Estes números revelam a preocupação crescente com a adoção de práticas cada vez mais eficientes em todas as operações.

# Sustentabilidade na relação com os fornecedores

Com o mesmo espírito que orienta a sua gestão interna, as empresas do retalho dialogam com os seus fornecedores, procurando alinhar estratégias de sustentabilidade a longo prazo em diversos domínios: recursos, energia, resíduos, produtos, entre outros.

A gestão da cadeia de fornecedores envolve cada vez mais uma relação de confiança e de continuidade baseada na confirmação do cumprimento de critérios de produção ambientais, de direitos humanos, laborais, de qualidade e segurança que devem ser respeitados. Os cadernos de encargos são cada vez mais específicos e exigentes nestes domínios.

O acompanhamento do processo desde a conceção dos produtos tem permitido potenciar o *ecodesign*, a utilização de componentes de origem mais sustentável e a adoção de processos mais eficientes, com menos desperdício e menor consumo de energia. Fazendo uma análise conjunta ao ciclo de vida dos produtos, é possível integrar as suas diferentes etapas num ciclo mais amplo que minimiza o impacto ambiental.

Junto dos fornecedores, as empresas do retalho têm procurado pôr em prática estratégias de redução da produção de resíduos e otimização das embalagens. No doseamento de porções dos produtos alimentares, as quantidades têm sido ajustadas de modo a corresponder à composição típica dos agregados familiares atuais, reduzindo assim o desperdício.

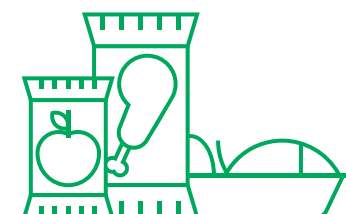
A vida útil dos produtos não alimentares é prolongada o mais possível, podendo encontrar-se serviços de reparação, retoma ou reintegração de componentes no ciclo de novos produtos ou serviços, ou oferecendo opções como recargas.

## Projetos de *ecodesign*

Em 2016, foram lançadas 266 referências (marca própria) alvo de projetos de *ecodesign*. Estas referências dizem respeito a várias categorias de artigos, destacando-se embalagens que permitem maior longevidade dos produtos, a redução do material de embalagem, ou a melhor adaptação das porções aos níveis de consumo das famílias, gerando menos desperdício alimentar.

# 266

referências (marca própria)  
alvo de projetos de *ecodesign*



## Políticas de compras baseadas em critérios de preservação e equilíbrio dos ecossistemas



São diversas as políticas de compras baseadas em critérios de preservação e equilíbrio dos ecossistemas: certificação de produtos de origem sustentável; vinculação dos fornecedores a cadernos de encargos com requisitos de sustentabilidade; utilização de selos que permitam aos consumidores identificar preocupações ambientais em produtos de marca própria; utilização de selos relativos à proveniência do pescado; utilização de selos referentes a produtos provenientes de florestas geridas de modo sustentável; referências ao bem-estar animal; rótulos ecológicos; disponibilização de produtos de agricultura biológica e a definição de políticas globais de sustentabilidade que abrangem toda a oferta.

## Sustentabilidade do pescado



## Sustentabilidade na relação com os consumidores

No foco da atividade do retalho está sempre o consumidor. É para ele que as empresas continuamente inovam, reinventam, melhoram, tornam mais eficiente a sua gestão, incorporam mais valor nos seus produtos e serviços.

Ter o consumidor como aliado é dar um novo sentido a todo o trabalho que vai do início ao final da cadeia de valor. A distribuição aposta na promoção do consumo sustentável, de modo a provocar mudanças nos seus hábitos a médio e longo prazo. A promoção do consumo sustentável está presente não só no cabaz de produtos e serviços disponibilizados, mas também em constantes campanhas que permitem sensibilizar o consumidor para uma cultura de economia circular.

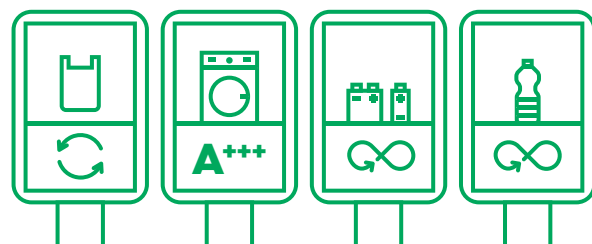
Inúmeras ações de sensibilização são levadas a cabo, apostando sobretudo na ideia de que um consumidor informado é alguém que fará melhores escolhas, para si e para todos. O fornecimento de receitas com produtos perecíveis, ou instruções sobre o acondicionamento destes bens, a informação sobre os locais para a deposição e recolha de resíduos, as campanhas de retoma, ou o apoio ao cliente para reparações ou prolongamento da vida dos produtos são alguns dos exemplos neste domínio.

As ações de sensibilização passam por todos os meios de comunicação com o consumidor, mas cada vez mais pelas redes sociais, apostando na desmaterialização. Cada vez menos papel, cada vez mais informação online ou à distância de uma app.

## Sensibilização ambiental

**+20%**

de campanhas de sensibilização ambiental face ao ano anterior



Em 2016, foram realizadas pelos associados da APED pelo menos mais 20% de campanhas de sensibilização ambiental face ao ano anterior, algumas delas ao longo de todo o ano, com inúmeras iniciativas associadas. Essas campanhas focaram-se em aspetos tão diversos quanto a reutilização de sacos de compras; a recolha de óleos alimentares usados ou de pilhas e baterias; a promoção de equipamentos energeticamente mais eficientes; o combate ao desperdício alimentar; o reforço da reciclagem e reutilização; a sensibilização para produtos provenientes de florestas ou pescado de origem e gestão sustentável e a sensibilização para a biodiversidade.

## Disponibilização de alternativas ao saco de plástico descartável

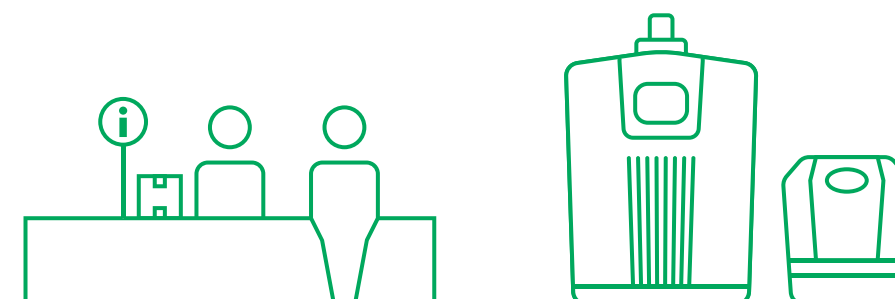
Variedade alargada de meios reutilizáveis para o transporte das compras



A distribuição tem à disposição uma variedade muito alargada de meios reutilizáveis para o transporte dos bens adquiridos, em alternativa ao saco de plástico descartável. Neste âmbito, é exemplo a disponibilização de vários tipos de sacos recorrendo a diferentes materiais, como o saco PP, saco de algodão, saco PET, saco nylon, saco de papel, saco PE de maior espessura. Outros meios incluem diversos tipos de *trolleys* ou mesmo caixas de cartão.

## Disponibilização de pontos de recolha de resíduos

Pontos de recolha de resíduos ou serviços pós-venda que permitem aumentar a circularidade dos materiais



A distribuição oferece a conveniência de pontos de recolha de resíduos, muito para lá da mera obrigação legal, ou serviços pós-venda que permitem aumentar a circularidade dos materiais bem como a durabilidade dos produtos. Ao fazê-lo, identifica-se com um modelo circular, aumentando assim a consciencialização dos clientes.



**1.388**

lojas no conjunto de associados da APED com pontos de recolha para diferentes tipos de resíduos



Em 2016, 1.388 lojas no conjunto de associados da APED tinham pontos de recolha de diferentes tipos de resíduos, para além dos que resultam de obrigação legal. Entre esses resíduos recolhidos contam-se lâmpadas incandescentes, rolhas, cápsulas, tampas e óleos alimentares usados.

# Sustentabilidade na relação com os stakeholders

Finalmente, os *stakeholders*. Falamos de fornecedores, de colaboradores, de consumidores, de pessoas que habitam as comunidades onde as empresas da distribuição operam, junto das quais as suas atividades mais impacto têm. Falamos de associações, de outras entidades, públicas e privadas, de investidores, de agentes económicos. Falamos de como o retalho participa de uma comunidade global com iniciativas fundadas numa atuação responsável.

As empresas da distribuição comunicam ativamente mensagens associadas à promoção de produtos sustentáveis, ou à sensibilização para a necessidade de redução da pegada ecológica que todos, cada um à sua escala, produzimos. Assim, associam-se a iniciativas a favor de uma cultura de economia circular, procurando contribuir para a mudança de hábitos nas comunidades.

A tendência é clara e envolve cada vez mais tempo e colaboradores em iniciativas diversas, nomeadamente de voluntariado. Há uma aposta clara na criação de parcerias e sinergias com outros agentes que se dedicam às questões da sustentabilidade e com quem o retalho tem procurado associar-se (como a Quercus, o Oceanário de Lisboa, o Greenfest, o Green Project Awards, ou o World Wildlife Fund, entre muitos outros).

Muito para além do que legalmente se lhes exige, as empresas do retalho assumem compromissos voluntários no âmbito da sustentabilidade, colaborando com plataformas globais, como a Greenpeace, o Global Compact, o Retail Forum for Sustainability ou o Leather Working Group, participando em iniciativas globais como "A Hora do Planeta", em parceria com o World Wildlife Fund, e também organizando prémios e incentivos para a inovação sustentável.

Mas é também com atenção que as empresas escutam os consumidores e outros *stakeholders* relativamente às suas próprias iniciativas de sustentabilidade e ao seu desempenho ambiental. A comunicação neste domínio é uma das boas práticas a partilhar. A monitorização do desempenho das empresas no que diz respeito à sustentabilidade contribui para desenvolver uma relação de escrutínio permanente e de confiança entre os clientes, as empresas e outros *stakeholders*, incluindo a administração pública ou investidores. Nesse sentido, os associados da APED evidenciam uma tendência crescente de comunicação em sustentabilidade.

## Comunicação em Sustentabilidade



O primeiro reporte data de 2003

A tendência de comunicação em sustentabilidade é crescente: o primeiro reporte data de 2003. Hoje existem diversas empresas que comunicam dados de sustentabilidade, seja autonomamente, seja em relatórios e contas anuais.

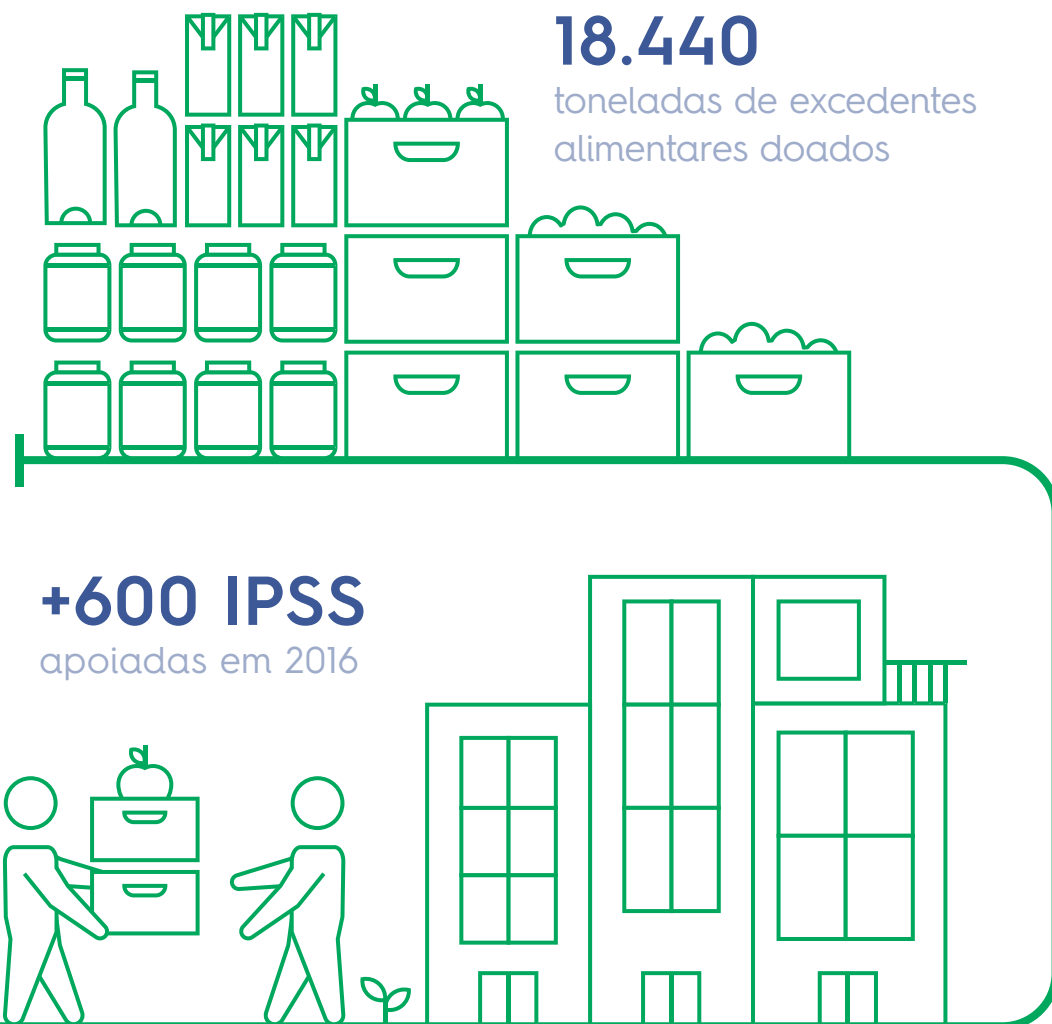
## Iniciativas de apoio à comunidade

Sensibilização para o uso da bicicleta e para o combate ao desperdício alimentar



As iniciativas de apoio à comunidade, na vertente ambiental, são inúmeras e respondem à natureza própria de cada insígnia do retalho: doação de materiais de construção, contratação de profissionais para a realização de obras, participação ou realização de intervenções diretas junto da comunidade, voluntariado, iniciativas de sensibilização para o uso da bicicleta e promoção da utilização de meios de transporte suaves e amigos do ambiente, sensibilização para consumos sustentáveis, campanhas de promoção de valores de sustentabilidade para o combate ao desperdício alimentar ou para a promoção da reciclagem ou ações no contexto escolar, como criação de sementeiras.

## Combate ao desperdício alimentar



Em 2016, reforçaram-se as parcerias com instituições de solidariedade social que operam no terreno e intensificou-se a sensibilização de colaboradores e consumidores para o combate ao desperdício alimentar. Em 2016, apoiámos mais de 600 IPSS, num valor global de mais de 18.440 toneladas em excedentes alimentares.

# Desafios para o futuro

Se inicialmente a distribuição atuou principalmente a nível da sua operação, esse foco foi-se alargando aos poucos para um espectro mais amplo, de modo a abranger todos os intervenientes na cadeia de valor, no sentido da sustentabilidade das gerações futuras.

As grandes causas constroem comunidades. A aliança entre todos – produtores, indústria, distribuição, consumidores, *stakeholders* – será a única via se quisermos construir um futuro sustentável, hoje.

A transição para um modelo totalmente circular e o objetivo de desperdício zero podem parecer realidades muito distantes. No entanto, as melhores práticas das empresas associadas da APED evidenciam que essa transição está já em marcha – e que já produz resultados. O futuro sustentável parece estar mais perto.

Agora só falta descarbonizar a economia, travar o aquecimento global, restringir os seus impactes, atingir os objetivos de desenvolvimento sustentável traçados pelas Nações Unidas, cumprir o Acordo de Paris – e estamos lá.

Só falta cumprir o plano de ação desenhado pela União Europeia para o ciclo de vida dos materiais e produtos, um plano exigentíssimo que nos vai obrigar a conceber e acompanhar os produtos de uma forma integrada.

Só falta pôr em prática uma forma de deixar de utilizar recursos como se eles fossem inesgotáveis.

Só falta mesmo mudar o paradigma.

E também só falta erradicar a pobreza e a fome, atingir a prosperidade e o crescimento económico, promover o acesso à educação, à justiça e à saúde, à água e à energia, alcançar a igualdade de géneros e erradicar outras desigualdades, proteger e manter ecossistemas saudáveis e colaborar globalmente para um paradigma de sustentabilidade na forma como habitamos a Terra. Até 2030, muito esforço conjunto nos espera.

Estes desafios não nos paralisam. Continuaremos a atuar no presente para garantir um futuro mais sustentável.

Nós estaremos lá, no futuro.

Nós, a distribuição. Nós que assinamos o compromisso com a sustentabilidade.

**Nós estaremos lá, no futuro.**

**Nós, a distribuição. Nós que assinamos o compromisso com a sustentabilidade.**

# Carta de Sustentabilidade



# Carta de Sustentabilidade

A APED considera que o compromisso ambiental, a promoção da responsabilidade social e a vertente económica são pilares fundamentais para o desenvolvimento sustentável do setor da distribuição e um contributo importante para o bem-estar das comunidades onde os associados desenvolvem as suas atividades.

Consciente das suas responsabilidades na criação de valor para os consumidores, a APED promove um conjunto de princípios orientadores que considera fundamentais e diligencia de forma empenhada para que sejam adotados pelos seus associados.

## Melhoria contínua do desempenho ambiental

A APED compromete-se a promover a melhoria contínua do desempenho ambiental do setor, e incentiva a transição para uma economia mais circular e de baixo carbono, preservando o valor dos produtos e o uso eficiente dos recursos.

## Cooperação na cadeia de fornecimento

A APED estimula a adoção de princípios de integridade, transparência e eficácia em toda a cadeia de valor, baseados em critérios ambientais, éticos e sociais e compromete-se a apoiar soluções que visem a ecoeficiência dos processos, produtos e serviços.



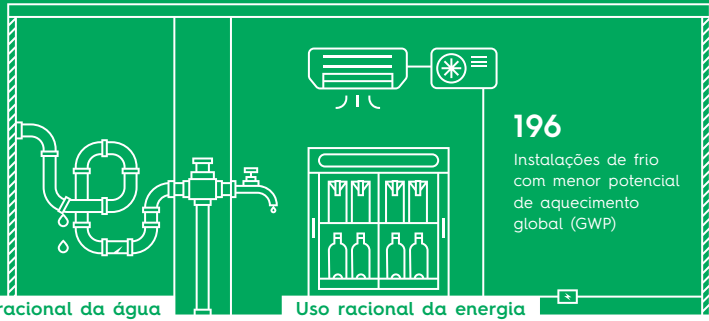
## Colaboração com stakeholders

A APED colabora com os seus stakeholders em todas as matérias de relevo para o setor, procurando acrescentar valor e potenciar os benefícios ambientais, sociais e económicos das práticas de gestão das empresas suas associadas.

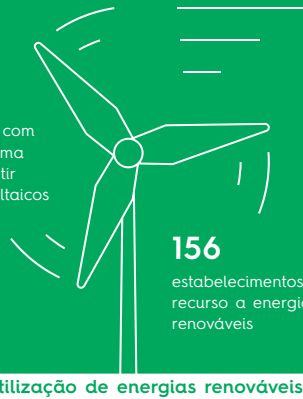
## Oferta responsável e bem-estar social

A APED incentiva a adoção de comportamentos e práticas responsáveis por parte dos seus associados junto dos recursos humanos, consumidores e comunidade em geral, contribuindo para o consumo sustentável e bem estar-social.





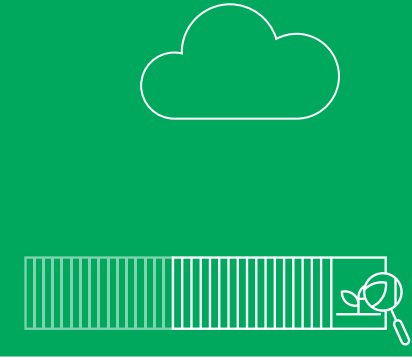
**140**  
estabelecimentos com produção autónoma de energia a partir de painéis fotovoltaicos



**156**  
estabelecimentos com recurso a energias renováveis



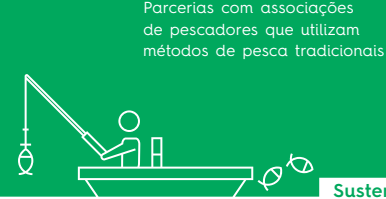
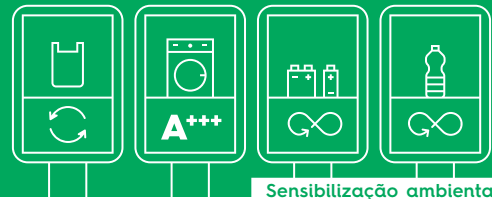
**84**  
estabelecimentos certificados pela norma ISO 14001



**18.440**  
toneladas de excedentes alimentares doados

**+600**  
IPSS apoiadas em 2016

**+20%**  
de campanhas de sensibilização ambiental face ao ano anterior



Variedade alargada de meios reutilizáveis para o transporte das compras



Sensibilização para o uso da bicicleta e para o combate ao desperdício alimentar



**21%**  
utilizam oleões ou pontos de recolha municipais



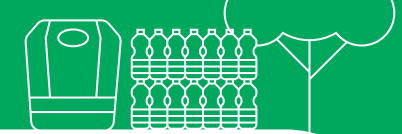
**22%**  
utilizam os pontos de recolha em super/hipermercados



**31%**  
da população despeja os OAU nos esgotos



**416**  
toneladas de OAU recolhidos nos 538 pontos de recolha dos associados



**1.388**  
lojas no conjunto de associados da APED com pontos de recolha para diferentes tipos de resíduos

Pontos de recolha de resíduos ou serviços pós-venda que permitem aumentar a circularidade dos materiais



**61,5**  
toneladas de Pilhas

**8.671**  
toneladas de Plástico

**113.846**  
toneladas de Cartão

**6.942**  
toneladas de REEE



**169.000**  
toneladas de resíduos para valorização



