



WAL-MART ANUNCIA META GLOBAL DE REDUZIR USO DE SACOLAS PLÁSTICAS EM UM TERÇO ATÉ 2013

No Brasil, a redução será de 50% no mesmo período

São Paulo, 25 de setembro de 2008 – O presidente do Wal-Mart Brasil, Héctor Núñez, ratifica a estratégia global da companhia e informa que a filial brasileira vai reduzir o uso de sacolas plásticas em suas lojas em 50% em 5 anos. A iniciativa vai envolver ações em todo o mundo e os países da operação internacional terão estratégias adequadas a cada realidade e cultura. “No Brasil, temos um programa de sustentabilidade bastante estruturado, com resultados concretos em diversas iniciativas, como construções, produtos e embalagens, eficiência energética e redução de resíduos, por exemplo. A redução das sacolas faz parte do nosso desafio e estamos muito otimistas quanto a atingir essa meta no menor tempo possível”, diz Héctor Núñez, presidente do Wal-Mart Brasil.

Os esforços do Wal-Mart poderão reduzir o consumo de energia ao equivalente a aproximadamente 678.000 barris de petróleo por ano e reduzir as emissões de CO2 em 290.000 toneladas por ano – o que representa a retirada de 53.000 carros das ruas.

No Brasil, algumas ações estão em andamento e já colaboram para a redução no uso das sacolas. Uma delas é o chamado “puxa-saco”, já implantado no Sudeste e Sul e que chegará ao Nordeste até o final deste ano. Trata-se de uma idéia simples, de fácil aplicação, que inibe o uso indiscriminado de sacolas plásticas. Uma caixa que funciona como as de lenço de papel permite que o cliente pegue apenas uma sacola de cada vez ao empacotar suas compras. Com este dispositivo, em uso desde o início deste ano, em uma única loja, por exemplo, já observou-se redução de cerca de 15% no volume das sacolas. Para mostrar ao cliente o impacto do uso indiscriminado de sacolas plásticas, as lojas do Wal-Mart no Brasil em três estados (SP, PR e RS) colocaram um carrinho de compras com 880 sacolas plásticas dentro em exposição na entrada das lojas. Este é o número de sacolas que cada pessoa gasta em um ano, segundo o Instituto Akatu. “A conscientização é uma das plataformas de sustentabilidade do Wal-Mart Brasil. Sabemos que como uma rede varejista, temos acesso a todos os públicos, tanto fornecedores, como consumidores e funcionários, que, no nosso caso, são mais de 70.000 pessoas. Queremos mostrar que, se cada um fizer a sua parte, fica mais fácil mudarmos hábitos”, diz Núñez.

Outra iniciativa que já mostra resultados, é o programa de produtividade implementado em todo o País chamado “um item a mais por sacola”, por meio do qual os funcionários foram orientados a colocar apenas uma mercadoria a mais em cada sacola de compra do cliente. Apenas com essa medida, na região Sudeste o número de sacolas utilizadas em cada loja foi reduzido em 20%.

O Wal-Mart Brasil também oferece sacolas retornáveis feitas em algodão cru desde maio de 2008 em São Paulo e Curitiba. Em 4 meses, mais de 150 mil

sacolas foram vendidas. Na última semana a novidade chegou na região metropolitana de Porto Alegre e, em três dias mais de 35 mil sacolas foram vendidas. Até novembro, a sacola retornável estará disponível em todas as lojas do Wal-Mart Brasil. O grande volume e a procura pelas sacolas mostra que o consumidor também está cada vez mais consciente do papel de cada um na preservação do meio ambiente.

'Reciclagem e redução de resíduos' é uma das três grandes áreas de atuação do programa de sustentabilidade do Wal-Mart Brasil - que inclui ainda 'clima e energia' e 'produtos sustentáveis - onde a redução de sacolas está inserida. As áreas foram divididas em 10 plataformas que detalham cada um dos temas, são capitaneadas por um executivo sênior da companhia (vice-presidentes) e propõem ações efetivas. Entre as metas globais do Wal-Mart estão reduzir os resíduos sólidos em 25% em três anos, ser abastecido 100% por energia renovável em ter lojas novas 30% mais eficientes.

Em 2005 o Wal-Mart assumiu o compromisso de adotar a sustentabilidade como um dos pilares do seu negócio, seguindo conceitos econômicos, sociais e ambientais. Para atingir seus objetivos e metas, a empresa está investindo, entre 2005 e 2010, US\$ 500 milhões em infraestrutura e aprimoramento de sistemas de gestão em busca de resultados.

Wal-Mart Brasil Assessoria de Imprensa

Simone Cardoso (11) 2103-5536 - simone.cardoso@wal-mart.com

Cristina Cassis (11) 2103-5103 - cristina.cassis@wal-mart.com

Visite a nossa Sala de Imprensa: <http://walmart.comunique-se.com.br>