

Grupo Pão de Açúcar adere a campanha do desmatamento zero

Categories : [Notícias](#)

O Grupo Pão de Açúcar anunciou na quarta-feira (21) sua nova política de monitoramento da cadeia produtiva de carne bovina. O objetivo é só vender carne que não tenha sido produzida em áreas desmatadas da Amazônia ou em fazendas com trabalho escravo. O anúncio é uma resposta a campanha Carne ao Molho Madeira, lançada pelo Greenpeace.

Para alcançar esse propósito, a rede varejista vai exigir dados detalhados sobre a origem do produto dos frigoríficos que fornecem para o grupo. A empresa possui 832 lojas das bandeiras Extra e Pão de Açúcar e compra cerca de 6 mil toneladas de carne bovina por mês.

Além da [política de compras](#), o Grupo apresentou um plano de ação. Entre as medidas propostas estão a implantação de um programa de 100% de transparência quanto a origem da carne comercializada em suas lojas, o bloqueio de fazendas envolvidas com desmatamento, trabalho escravo e confrontos com comunidades tradicionais; criação de ferramentas para apoiar a produção responsável de frigoríficos e entrepostos fornecedores e o acompanhamento e divulgação do processo de implementação de tais políticas. A meta é que até junho deste ano as medidas estejam implementadas.

“O Grupo Pão de Açúcar está dando um importante passo na direção correta ao se comprometer com o Desmatamento Zero. Esta é uma clara sinalização a todos os seus fornecedores, e ao mercado como um todo, de que a carne que vem do desmatamento não é mais aceita pela sociedade”, afirmou Adriana Charoux, da campanha Amazônia do Greenpeace. “Vamos continuar monitorando o Grupo Pão de Açúcar para garantir o cumprimento da promessa. Falta agora que o restante do setor siga na mesma direção”, disse.

Desmatamento vindo da pecuária

Há mais de dez anos o Greenpeace monitora o avanço da Pecuária na Amazônia. Em 2009, após uma campanha da ONG, os três maiores frigoríficos do país assinaram o Compromisso Público da Pecuária, onde se comprometeram a tirar o desmatamento da Amazônia de suas cadeias produtivas. Em novembro do ano passado, o Greenpeace lançou uma nova fase da campanha, com o relatório [“Carne ao Molho Madeira – Como os supermercados estão ajudando a devastar a Amazônia com a carne que está em suas prateleiras”](#). Na ocasião, o Grupo Pão de Açúcar obteve a pior avaliação dentre os três maiores grupos do mercado. O relatório motivou a mobilização de

ativistas, que foram às lojas do Pão de Açúcar para expor a ligação entre a carne vendida em suas gôndolas com a destruição da floresta, trabalho escravo e invasão de terras indígenas. A campanha também conseguiu mobilizar os próprios consumidores da rede, que enviaram mais de 28 mil e-mails para a companhia pedindo que a rede se comprometesse a modificar suas práticas.

De acordo com o relatório do Greenpeace, nenhuma das sete maiores redes de supermercados do país conseguiu atingiu o patamar “verde”, que corresponde a um percentual de 70% a 100% de carne livre de crimes socioambientais.

Leia Também

<http://www.oeco.org.br/reportagens/24199-frigorificos-na-contramao-da-pecuaria-ilegal/>

<http://www.oeco.org.br/reportagens/21804-governo-e-aliado-na-destruicao-da-amazonia/>

<http://www.oeco.org.br/reportagens/28527-vaqueiros-gentis-criam-bois-mais-sustentaveis/>