

O Grupo Dia reduz o desperdício alimentar na sua operação global em 15% num ano, apostando na prevenção e em alianças estratégicas

/ Para fazer face a este grande desafio social e ambiental, o Grupo Dia foca-se na prevenção do desperdício e promove medidas para acrescentar valor que contribui para um consumo mais sustentável nos bairros e comunidades em que opera, cumprindo assim um dos objetivos do seu Plano de Sustentabilidade 2021-23.

/ A empresa fez progressos significativos em 2022, graças a uma melhor gestão de stocks nos armazéns e lojas, promovendo medidas como a venda com desconto de produtos com um prazo de validade curto, alianças com parceiros tecnológicos, a doação de produtos adequados para consumo mas que já não se encontram à venda e o aumento da recuperação de resíduos para lhes dar uma segunda vida.

/ Além disso, através do seu programa [Comer melhor todos os dias](#), a Dia fornece dicas e receitas para evitar o desperdício alimentar e poupar nos cabazes de compras, tendo ainda através da parceria com a Too Good To Go salvo mais de 220 mil refeições em cerca de 200 lojas, desde o final de 2021 até hoje, o que equivale a 549 toneladas de emissões CO2e evitadas.

28 de setembro de 2023. Prevenção, doação e recuperação. Estas são as três alavancas com as quais o Grupo Dia avança no seu objetivo de reduzir o desperdício alimentar em toda a sua cadeia de valor, desde o armazém até à loja.

Fazer avançar o desafio da redução do desperdício alimentar é uma oportunidade fundamental para proteger o clima, a segurança alimentar e a sustentabilidade dos sistemas agroalimentares mundiais. As Nações Unidas estimam que um terço dos alimentos produzidos todos os anos acaba no lixo, em que mais de 1,3 mil milhões de toneladas de alimentos são desperdiçados desde o momento em que são produzidos até chegarem às lojas, às casas e aos estabelecimentos de restauração. Este desperdício representa uma perda anual de cerca de 940 mil milhões de euros, 21% da água doce e 7% das emissões poluentes globais, segundo estimativas da [Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura](#).

Para fazer face a este grande desafio social e ambiental, o Grupo Dia aposta na prevenção do desperdício e promove medidas que valorizam e contribuem para um consumo mais sustentável nos bairros e comunidades em que está inserido, cumprindo assim um dos objetivos do seu Plano de Sustentabilidade 2021-23. E para monitorizar e medir o progresso neste parâmetro, a empresa criou um indicador comum para todos os mercados em que opera: Espanha, Argentina, Brasil e Portugal. Assim, com o objetivo de reduzir o desperdício alimentar em Espanha e Portugal em 40% em três anos, a empresa já conseguiu uma redução de 19% nestes dois países em relação a 2020 e uma redução de 15% a nível global em relação a 2021.

"Tomar medidas contra o desperdício alimentar é uma obrigação enquanto interveniente no sector da distribuição e também uma oportunidade de dar um contributo positivo para a sociedade e para a sustentabilidade ambiental", afirma **Pilar Hermida, Chief Communication & Sustainability Officer do Grupo Dia**. "Por este motivo, no Grupo Dia estamos a promover medidas centradas na prevenção em todas as fases da cadeia de valor, desde o armazém até às nossas lojas, apostando numa gestão mais eficiente da mercadoria, explorando formas de reutilizar alimentos e promovendo alianças que permitam aos clientes ajudar a evitar o desperdício alimentar".

A empresa fez progressos significativos em 2022, graças a uma melhor gestão de stocks nos armazéns e nas lojas, impulsionando medidas como a venda com desconto de produtos com um prazo de validade curto, alianças com parceiros tecnológicos, a doação de produtos adequados para consumo, mas não para venda, e o aumento da recuperação de resíduos para lhes dar uma segunda vida.

O compromisso da Dia com a prevenção levou a melhorias na gestão do sortido e do stock, utilizando formatos de serviço e de preparação de encomendas adaptados a cada produto e loja. Além disso, graças ao novo modelo logístico e operacional implementado nos armazéns e nas lojas, as encomendas foram otimizadas para responder às necessidades de venda de cada estabelecimento, reforçando o sortido de produtos frescos e efetuando um controlo diário do número de encomendas realizadas.

Alianças e donativos para reduzir o desperdício alimentar

Para além das medidas implementadas para evitar o desperdício nas suas operações diárias, o Grupo Dia promove alianças com parceiros estratégicos que contribuem para este objetivo comum com iniciativas de prevenção, recuperação e reutilização de alimentos para evitar o desperdício.

Em Espanha, por exemplo, os clientes do Dia em Castela e Leão podem desfrutar de uma variedade especial de **Mr. Mendrugo**, a cerveja artesanal criada pelas Cervezas Mica, Pascual Innoventures e RobinGood. A requintada Pale Ale dourada com um toque tostado, como a cõeada do pão, disponível no Dia, é fabricada com excedentes de pão dos estabelecimentos da região, conseguindo assim desenvolver um produto que contribui para combater o desperdício alimentar e promover a economia circular.

A Dia também tem procurado parceiros tecnológicos para facilitar o escoamento de produtos com prazo próximo de caducidade. Em **Portugal**, conta com a Too Good To Go, a plataforma que permite aos utilizadores comprar 'packs de comida surpresa' a um preço melhor e assim evitar o desperdício alimentar. Esta aliança já permitiu evitar até hoje o desperdício de mais de 220 mil refeições - das quais 10 mil são surprise bags de padaria e pastelaria - e a emissão de cerca de 549

toneladas de CO2 para a atmosfera, o equivalente a 108 bilhetes de avião à volta do mundo.

Na mesma linha, os clientes Dia têm à sua disposição a aliança com a B4Waste no Brasil e com a Kigüi na Argentina. Em ambos os casos, podem comprar produtos que estão perto da data de validade com descontos de mais de 50% no seu preço. No caso do Brasil, a colaboração com a B4Waste permitiu economizar mais de 200.000 kg de alimentos em 2022.

Além disso, como complemento a estas iniciativas, a empresa promove a doação de produtos excedentes aptos para consumo, mas não para venda, provenientes de armazéns e darkstore. Em Espanha, mais de 87.000 kg foram entregues até 2022 a parceiros como a Visão Mundial e a Cáritas. Na Argentina, a Dia contribui para a luta contra o desperdício alimentar há mais de uma década, doando produtos com prazo de validade curto ao Banco de Alimentos. Em Portugal, a Dia também colabora com o Banco Alimentar e outros parceiros doando mais de 249.000 kg em 2022.

Globalmente, a empresa reduziu os excedentes de doações graças a uma melhor gestão de stocks, de 893.000 kg em 2021 para 675.000 kg em 2022, mas ainda representa uma grande quantidade de produtos que, em vez de serem destruídos, são canalizados para facilitar o acesso a alimentos para as comunidades mais carenciadas.

Dicas e receitas para tirar o máximo partido do seu cabaz de compras

As famílias estão cada vez mais conscientes do desperdício alimentar e estão a adaptar os seus hábitos de consumo para evitar deitar comida fora. O aumento da consciência ambiental e a subida dos preços dos alimentos no último ano foram fatores fundamentais para avançar na luta contra este desafio, incentivando as famílias a aproveitarem melhor os alimentos que compram e a planearem melhor as suas compras e orçamentos.

A grande causa social [Comer melhor todos os dias](#) é o programa do Grupo Dia que visa contribuir para atenuar as barreiras alimentares, para que todos sintam que é fácil seguir uma alimentação equilibrada, independentemente do local onde vivem ou do seu orçamento.

No âmbito deste programa, e como aliado da poupança das famílias, a Dia promove também ações de sensibilização para esta problemática e para facilitar a mudança de hábitos que contribuam para evitar o desperdício alimentar.

Assim, para além de conteúdos informativos como o "[Decálogo para comer melhor todos os dias](#)" ou as receitas já disponíveis na página <https://www.minipreco.pt/comer-melhor-cada-dia> e nas redes sociais, a Dia em Portugal, através da sua insígnia Minipreço, associou-se uma vez mais ao **Movimento Unidos Contra o Desperdício**, e à sua campanha de sensibilização, no âmbito da celebração do Dia



Cada dia
mais próximos

Internacional de Consciencialização das Perdas e Desperdício Alimentar (29 setembro), que junta as maiores empresas do setor numa causa comum: combater o desperdício alimentar através da promoção de comportamentos cívicos e responsáveis. Também através do endereço www.livrocontraodesperdicio.pt, uma plataforma digital que, sob a forma de um livro contra o desperdício, agrega dezenas de receitas e dicas das várias marcas parceiras, será possível fazer a diferença e contribuir para combater o desperdício alimentar.

Acompanhe as redes sociais do Minipreço e conheça todas as promoções em curso:

Facebook - <https://www.facebook.com/minipreco>

Instagram - <https://www.instagram.com/minipreco.pt/>

Youtube - https://www.youtube.com/c/Minipre%C3%A7o_Oficial

WhatsApp - <https://whatsapp.minipreco.pt>

LinkedIn - <https://linkedin.com/company/dia-portugal-supermercados/>

Sobre o Grupo Dia

Cada dia mais próximos

Somos o Grupo Dia, a rede líder de lojas de proximidade com mais de 5.400 estabelecimentos em Espanha, Argentina, Brasil e Portugal. Somos a loja do bairro, aquela que proporciona uma experiência de compras fácil, rápida e completa, perto de casa e com produtos de qualidade a um preço acessível, tanto através das nossas lojas físicas como através do nosso canal online.

A nossa primeira loja Dia abriu as suas portas em Madrid em 1979. Hoje, quatro décadas depois, com a proximidade como a nossa força e a diversidade como a nossa bandeira, as mais de 33.400 pessoas que compõem as nossas equipas em loja, armazém e escritório, e as 19.500 na nossa rede de franquias, são movidas pelo mesmo objetivo: estar mais perto das pessoas todos os dias, a fim de oferecer alta qualidade ao alcance de todos. Juntos, construímos uma empresa que está cotada na bolsa de Espanha desde 2011 e que alcançou uma faturação de 7.286 milhões em 2022.

Para alcançar este objetivo, contamos com uma sólida rede de fornecedores, fazendo 86% das nossas compras localmente. Isto permite-nos oferecer aos nossos mais de 14 milhões de clientes fiéis em todo o mundo alimentos acessíveis a todos, com um sortido completo, um compromisso claro com produtos frescos e uma marca Dia renovada. Além disso, trabalhamos todos os dias para gerar um impacto positivo onde quer que operemos. Graças às oportunidades de emprego e autoemprego que fomentamos em cada bairro, geramos mais de 151.000 postos de trabalho diretos e indiretos em 2021 e a nossa contribuição para o PIB dos quatro países superou os 9.200 milhões de euros.

Em Portugal, a Dia opera sob a insígnia Minipreço. Com uma história de mais de 42 anos, o Minipreço tem uma dispersão geográfica sem paralelo no mercado da distribuição alimentar, com as suas cerca de 500 lojas em todo o território português, com cerca de 300 lojas a serem operados sob regime de franquias, o que comprova o sucesso da implementação deste modelo junto de empreendedores locais. Fortemente comprometida com os fornecedores locais, o Minipreço continua a ser líder no segmento de proximidade e a primeira escolha de milhares de famílias que contam com os melhores produtos, aos melhores preços e com os descontos personalizados do cartão de fidelização mais antigo do mercado português. O Minipreço é o parceiro de todos os dias e o vizinho de eleição dos bairros portugueses.

Fruto da aposta na Nova Qualidade Dia, em 2023, vários produtos exclusivos foram reconhecidos com o prémio **Sabor do Ano – Azeite biológico VivOliva, Filetes de Atum em Azeite Virgem Extra Mari Marinheira, Rissóis de Pescada para Forno Deli Salgado, Queijo 3 Leites o Chocalho e Pétalas de Chocolate, Caramelo e Sal Temptation**, e o prémio **Produto do Ano – Hamburguer Vegetariano de Espinafres Mr. Veg, Cervejas artesanais Red Ale e IPA Ramblers, Pão de Espelta, Mel e Sementes e o Pão de Curcuma, Mel e Trigo Sarraceno**.

O Minipreço foi ainda distinguido como **Melhor Supermercado de Proximidade** e **Melhor Supermercado Online**, pela revista Grande Consumo, um prémio que resulta de uma avaliação promovida junto dos consumidores nacionais e que visa enaltecer o que há de melhor no retalho físico e digital em Portugal. O Minipreço é o parceiro de todos os dias e o vizinho de eleição dos bairros portugueses.



<https://www.facebook.com/minipreco>



supermercado



www.minipreco.pt



*Cada dia
mais próximos*

diacorporate.com

#CadaDiaMaisProximos

Linkedin: [Dia Group](#)

Twitter: [@Dia Group](#)

Para mais informações:

Mediaway

João Mateus

jmateus@mediaway.pt

934485731



<https://www.facebook.com/minipreco>



supermercado



www.minipreco.pt