

Press release

Pesquisa inédita revela que 89% dos brasileiros consideram urgente adotar alternativas mais sustentáveis de alimentação

- *Food Barometer é a primeira pesquisa de alimentação sustentável realizada pela Sodexo e Harris Interactive, com mais de cinco mil pessoas em quatro países, entre eles o Brasil.*
- *90% dos entrevistados brasileiros têm uma visão positiva sobre alimentação sustentável.*
- *65% dos entrevistados disseram estar perto de consumir alimentação mais sustentável no Brasil (maior porcentagem se comparada a outros países).*

A Sodexo, multinacional francesa nos setores de alimentação corporativa e facilities, apresenta os resultados de sua primeira pesquisa internacional de sustentabilidade “**Food Barometer**”, realizada em parceria com o instituto global de pesquisas Harris Interactive. Este levantamento inédito, que ocorreu no segundo semestre de 2023 com mais de cinco mil pessoas em quatro países (Brasil, França, Reino Unido e Estados Unidos), aponta expectativas, aspirações em relação à alimentação sustentável e os comportamentos reais das pessoas.

“Com a pesquisa Food Barometer, nosso propósito é colocar todo o ecossistema em movimento para acelerar mudanças comportamentais de consumo de alimentos rumo à sustentabilidade e, assim, impactar positivamente nosso planeta, nossas pessoas, nossos clientes, consumidores e parceiros de negócios. Este estudo inédito está nos ajudando a entender melhor as aspirações, expectativas e os desafios concretos que temos e teremos no futuro com a nossa atuação. Dados são essenciais para que possamos atuar de forma consistente e coerente quando se trata de sustentabilidade e a ideia é usar esses dados para acelerar mudanças reais”, destaca Andrea Krewer, CEO da Sodexo no Brasil.

De acordo com a pesquisa, no mundo, em média 79% das pessoas consideram totalmente urgente a adoção de uma alimentação sustentável, com destaque especial para o Brasil, onde 89% das pessoas consideram o tema urgente (82% na França, 73% na Inglaterra e 72% nos EUA). Na média global, 75% das pessoas tem uma visão positiva sobre a alimentação sustentável e no recorte Brasil é positiva para 90% das pessoas.

Os brasileiros declararam já terem adotado alguns comportamentos para uma refeição mais sustentável, entre eles: 76% reduziram o desperdício de alimentos em casa, 60% compram alimentos de produtores/vendedores locais, 49% disseram ter diminuído o consumo de alimentos processados, 46% evitam o uso de embalagens plásticas e 48% consomem produtos sustentáveis sempre que possível.

Mesmo assim, a pesquisa aponta uma lacuna entre desejo e prática, sobretudo em função de hábitos alimentares profundamente enraizados e que fazem parte do dia a dia por questões culturais. No Brasil, por exemplo, 74% entrevistados revelam um consumo regular de proteína animal (acima da média global, 71%), sendo que 34% dos brasileiros relatam que não tem o desejo ou intenção de reduzir este consumo.

A pesquisa Food Barometer destaca uma discrepância entre a percepção que as pessoas têm dos seus alimentos e a sua real sustentabilidade. No mundo, 56% das pessoas entrevistadas acreditam que a sua alimentação já é sustentável. No entanto, por exemplo, os produtos lácteos (78%) e a carne (71%) continuam a ser os produtos mais consumidos regularmente, muito à frente dos cereais (60%) e das proteínas vegetais (45%), que viabilizam uma pegada de carbono menor.

“O estudo nos mostra que as mudanças que as pessoas estão dispostas a fazer são mais ajustes pontuais do que transformações reais e profundas. Por exemplo, quando questionados sobre as alternativas que podem introduzir em sua alimentação, os entrevistados responderam com produtos que já consomem. Para substituir a carne, por exemplo, mencionam ovos ou laticínios. Por outro lado, os dados revelam uma certa relutância em abraçar alternativas como proteínas vegetais, com refeições à base de plantas”, explica Andrea Krewer.

Na pesquisa, os brasileiros se destacam, ainda, por demandarem produtos mais sustentáveis também fora de suas casas, com expectativas acima da média global em quatro locais: 70% esperam que os restaurantes disponibilizem alimentação sustentável, 70% também querem alternativas mais sustentáveis em escolas e universidades e 67% dentro do ambiente de trabalho. Esses são ambientes onde a Sodexo atua, promovendo a conexão profunda entre as pessoas e a comida sustentável, sem abrir mão do sabor.

A pesquisa

Realizada entre junho e julho 2023, a pesquisa internacional de sustentabilidade “**Food Barometer**” buscou entender as motivações das pessoas diante do tema alimentação sustentável e contou com a participação de 5.246 entrevistados no França, Reino Unido, Estados Unidos e Brasil, (1.525 brasileiros). A iniciativa, realizada online, contou com amostras representativas de sexo, idade, categoria profissional e região.

Atuação Sodexo para alimentação sustentável no País

A Sodexo defende a alimentação cada vez mais sustentável, para reduzir os impactos ambientais, diminuir a emissão de gases de efeito estufa – do campo ao prato nos restaurantes da Sodexo – reduzir o desperdício de alimentos, preservar recursos naturais, além de priorizar o uso integral de alimentos. E a pesquisa Food Barometer direciona para uma ação imediata, indentificando desafios concretos para contribuir com as mudanças de hábitos alimentares, com refeições mais sustentáveis.

Nesse sentido, o estudo ajuda a Sodexo na construção de uma cultura de sustentabilidade em todo seu ecossistema de seus serviços de alimentação. Entre as ações realizadas pela empresa no Brasil estão, por exemplo:

- O esforço contínuo da empresa para a ampliação do uso de proteínas vegetais em cardápios, com treinamentos contínuos dos nossos *chefs* e equipes para criar novas receitas sustentáveis (com o objetivo de rotular 70% dos pratos principais como baixo carbono até 2030 globalmente);
- Combate ao desperdício de alimentos em suas operações, com a adoção do programa global WasteWatch. Até 2025, temos como meta reduzir em até 34% as emissões de carbono e em 50% o desperdício de alimentos nas operações da Sodexo. No ano fiscal 23, o programa no Brasil conseguiu reduzir o desperdício de 911 toneladas de alimentos, o que representa 1,7 milhão de refeições poupadas do desperdício e a redução de 30% de emissão de CO2.

- Sistema Cozinhas Inteligente®, com a adoção de equipamentos de alta tecnologia para manter um controle efetivo do desperdício e práticas de uso integral. Com inovação e processos bem estabelecidos, chega-se à redução 50% do tempo de cocção, 30% da geração de resíduo orgânico, 40% do uso de óleo, 21% do consumo de água, 32% do consumo de energia elétrica e 60% de gás.
- Parcerias justas com pequenos e médios produtores rurais e empreendedores locais para o fornecimento de insumos;
- Política de bem-estar animal;
- Gestão de uma cadeia responsável de suprimentos, com 100% dos seus 5,5 mil de fornecedores em linha com seus princípios de sustentabilidade.

Sobre a Sodexo

Com 57 anos de expertise em todo o mundo – 45 anos só no Brasil – a Sodexo é líder global em alimentação sustentável e em experiências que geram valor em todos os momentos de vida: aprendizado, trabalho, saúde e diversão. Oferece um portfólio completo de soluções integradas que contribuem para a eficiência de organizações e instituições e o bem-estar de seus colaboradores em todo o País. Sustentada nos valores: espírito de equipe, espírito de servir e espírito de progresso, a trajetória da Sodexo é baseada no propósito de criar um dia a dia melhor para cada um para construir uma vida melhor para todos. Presente em todo o território nacional, opera com uma plataforma global de alimentação e facility management, responsáveis pela padronização de serviços, treinamentos, segurança do trabalho, segurança dos alimentos e auditorias técnicas. Tudo para oferecer de forma especializada e integrada as melhores soluções, com equipes de profissionais preparados e experientes em diversas áreas de atuação.

<https://www.linkedin.com/company/sodexo/>
<https://www.facebook.com/sodexoservicos>
<https://www.instagram.com/sodexoservicos/>

Sobre Harris Interactive

Toluna e Harris Interactive são parceiros em pesquisa ágil para projetar o mundo do amanhã. A Toluna está revolucionando em relação às percepções humanas e do consumidor, ao combinar tecnologia inovadora com acesso direto e em tempo real à maior comunidade de pesquisa do mundo. A Harris Interactive reúne os melhores especialistas e apoia todos os tipos de clientes na tomada de decisões certas, sempre um passo à frente. As recentes aquisições da Gutcheck e da MetrixLab demonstram o compromisso do grupo em oferecer capacidades de pesquisa incomparáveis e apoiar as marcas à medida que crescem; em escala global, graças a 2.500 talentos apaixonados.

Para saber mais, acesse: <https://harris-interactive.co.uk/>

Contatos

Imprensa

Geyse Alencar	Raoni Costa	Mariana Durante	Victoria Ribeiro
+55 (11) 99376-4616	+55 (11) 96626-1727	+55 (11) 95540-7382	+55 (11) 95818-0278
geyse@tamer.com.br	raoni.costa@tamer.com.br	mariana.durante@tamer.com.br	victoria.ribeiro@tamer.com.br