



Já comeu fruta feia hoje?

Com o projecto consolidado em Lisboa, a Fruta Feia está de malas feitas para o Norte do País, onde o projecto deverá arrancar em Maio. Ao fim de dois anos, a cooperativa, que tem apenas gente bonita como cliente, já evitou 210 toneladas de desperdício

As maçãs têm de ser esferas perfeitas e os limões têm de ter a cor do sol num dia de Verão, certo? Errado. Não há uma relação directa entre o sabor dos alimentos e o seu aspecto – pelo menos, não existe nenhum estudo científico nesse sentido –, pelo que enviar para o lixo frutas e legumes em boas condições, mas que não correspondem aos padrões de beleza impostos no mundo da agricultura, tem apenas uma descrição possível: desperdício. A Fruta Feia apercebeu-se da ditadura da moda em que os alimentos vivem e colocou mãos à obra para ajudar o ambiente, os consumidores e os produtores.

Nasceu há cerca de dois anos e adoptou a cooperativa como modelo de negócio. Isabel Soares, mentora do projecto, explica que, hoje, este continua a ser o formato mais adequado para a Fruta Feia. «Se fosse uma loja, teria de haver gestão de stocks, que provavelmente originaria um desperdício», pondo em causa toda a missão. «O modelo que utilizamos, de trazer do campo a quantidade que vamos entregar aos nossos associados, evita a possibilidade de haver desperdício, ao mesmo tempo que elimina a necessidade de armazenamento, reduzindo os custos.»

A responsável lembra que as primeiras cooperativas de consumo são dos anos 60 e que funcionavam como uma forma de defesa dos consumidores face aos preços especulativos, mas também em relação à qualidade e quantidade dos bens vendidos. «A pertença a uma cooperativa de consumo significava não apenas um interesse económico, mas também uma afirmação de consciência cívica», algo que tentaram transpor para a actualidade.

Além do factor História, Isabel Soares conta que a opção por cooperativa teve outra motivação. A Fruta Feia percebeu que os padrões estéticos impostos aos alimentos partiam, em parte, dos consumidores que, numa visita ao supermercado, optam pelas frutas perfeitas. A solução para mudar comportamentos e inverter o paradigma passavam por devolver a responsabilidade ao consumidor, criando uma cooperativa em que têm papel activo: «Queríamos que as pessoas se sentissem parte integrante do projecto e do seu compromisso de redução do desperdício alimentar.» Mas, antes ainda de haver agricul-



tores e consumidores, foi preciso uma equipa para dar gás à ideia de reduzir a quantidade de frutas e legumes que, em Portugal, têm como destino o lixo. São quatro os cérebros e corpos por detrás da Fruta Feia: uma engenheira do Ambiente, uma socióloga, uma engenheira biológica e um formado em Ciências Políticas e Gestão Ambiental. Tudo junto e baralhado resulta na cooperativa que, desde a sua criação, já evitou 210 toneladas de desperdício.

Onde? Quando? Como?

Para já, a Fruta Feia opera apenas em Lisboa, onde nasceu. Com 800 consumidores e 50 agricultores associados, a cooperativa não tem mãos a medir para os pedidos que recebe e conta já com uma lista de espera de 3500 pessoas. O modelo é simples: cada consumidor paga uma quota administrativa anual de cinco euros e, a partir daí, recebe semanalmente um cabaz com frutas e legumes da época. É possível escolher entre a cesta pequena com três a quatro quilos e sete variedades de produtos (3,5 euros) e a cesta grande com seis a oito quilos e oito variedades de produtos (sete euros). Ao tornar-se consumidor da Fruta Feia, está a assumir um compromisso semanal pelo que, caso não vá buscar a sua cesta, terá de pagar o valor de qualquer forma, a menos que avise de acordo com o período de antecedência estipulado. Tal acontece porque o trabalho da cooperativa e a ligação aos agri-



Ponto de entrega dos cabazes



cultores faz-se com base nos inscritos e só assim é possível evitar, de facto, o desperdício.

Hoje, são três os pontos de recolha na zona de Lisboa. As encomendas devem ser levantadas às segundas-feiras no Largo do Intendente, às terças-feiras no Ateneu Comercial de Lisboa e às quintas-feiras na SMUP, na Parede. Qualquer pessoa pode aderir à Fruta Feia e as associações ou pequenos negócios não ficam de fora, ainda que Isabel Soares explique que as condições do projecto limitam, de alguma forma, a adesão deste tipo de entidades.

Se, do lado dos agricultores, é preciso que registem desperdício de frutas e/ou hortícolas devido à aparência e que não pratiquem uma agricultura agressiva para o meio ambiente para que possam trabalhar com a Fruta Feia, do lado dos consumidores, a exigência é mais simples. Basta que sejam bonitos. “Gente bonita come fruta feia” é o slogan do projecto, que pretende elogiar quem não mede a beleza do que come. Além de que, ao contribuírem para a missão da cooperativa, os consumidores associados também poupam. Face a um supermercado, a aquisição de cestas da Fruta Feia pode permitir uma poupança média de 40%. Já os produtores têm rentabilidade extra, uma vez que lhes é comprado «o que, antes, era considerado lixo».

Rumo a Norte

O Porto é a cidade que se segue. Por agora, a trabalhar apenas com produtores da zona

Oeste e a entregar em Lisboa, a Fruta Feia está a preparar a estreia no Norte do País. Algo que deverá acontecer em Maio, com dois novos postos (um na cidade do Porto e outro em Vila Nova de Gaia). A mentora do projecto explica que, neste momento, estão totalmente focados no Porto e prevê subir de 800 para 1300 o número de cabazes entregues por semana, com a entrada na nova cidade.

Também o desperdício evitado irá aumentar. «Com os três pontos de entrega de Lisboa otimizados e mais os dois novos que vamos abrir no Porto, pretendemos, no final de 2016, chegar às 450 toneladas de desperdício evitado», diz Isabel Soares.

Quanto à possibilidade de expandir a Fruta Feia para outras localidades de Portugal, Isabel Soares é clara: «Estamos centrados no Porto. Há desperdício ao longo de todo o território nacional, pelo que faz sentido a abertura da Fruta Feia em mais pontos do País. No entanto, ainda não temos previsão de quando.» Para ajudar neste processo, todos os consumidores e produtores interessados podem inscrever-se na plataforma online da Fruta Feia, de modo a que a cooperativa consiga perceber onde existe mais interesse e vontade em receber o projecto. A inscrição por si só não significa que abrirá uma nova delegação no ponto do País referido, mas ajuda a entender onde faria mais sentido.

Mas ainda antes de chegar ao resto do País, é preciso melhorar as delegações que já estão em funcionamento. Em Lisboa, fazia falta a criação de novos pontos de entrega, até porque a lista de espera de consumidores já vai longa. «A ideia é estar em vários bairros de ambas as cidades de maneira a dar uma resposta a todos os consumidores interessados, ao mesmo tempo que escoamos mais desperdício dos agricultores.»

Com a crescente popularidade da Fruta Feia, o passo seguinte poderia ser a entrega ao domicílio, mas Isabel Soares garante que tal não está no horizonte da cooperativa. «A entrega ao domicílio destes cabazes todos teria um custo económico e ambiental desalinhado com o nosso modelo de baixo custo», conclui.

Quem dá um empurrão?

Fazer crescer a Fruta Feia torna-se quase impossível sem ajuda. Novos pontos de entrega significam mais trabalho, mais tempo despendido e mais disponibilidade necessária, especialmente agora que o projecto começa a ganhar pernas numa nova cidade. Por

isso mesmo, a busca por voluntários é contínua, bastando contactar a cooperativa e perceber como é possível ajudar na montagem das cestas em dia de entrega, por exemplo.

Ainda assim, o apoio não se faz apenas a título individual. Desde que viu a luz do dia pela primeira vez, a Fruta Feia já venceu quatro prémios, que ajudaram tanto a nível de divulgação como a nível monetário. Ficou em segundo lugar no concurso FAZ – Ideias de Origem Portuguesa, promovido pela Fundação Calouste Gulbenkian em parceria com a Cotec Portugal, conquistou a terceira posição no concurso Terre de Femmes, levado a cabo pela Fundação Yves Rocher, entre outros.

Também já passaram pela plataforma de crowdfunding PPL, através da qual angariaram 5.363 euros com a ajuda de 176 pessoas. O objectivo da campanha foi não só atingido como superado, já que a meta inicial ficava-se pelos 4.500 euros. Os nomes de todos os que participaram no crowdfunding estão, hoje, visíveis no site da Fruta Feia.

Mais recentemente, a Fruta Feia, em parceria com o Instituto Superior Técnico e a Câmara Municipal de Lisboa, obteve um financiamento da União Europeia, ao abrigo do programa Life. O valor recebido deverá ser aplicado no desenvolvimento do projecto FLAW4LIFE (Spreading Ugly Fruit against Food Waste), cujos pilares são a replicação da cooperativa a nível nacional, a monitorização do seu impacto socioambiental e o envolvimento da comunidade escolar.

Só as marcas é que ficam de fora deste projecto. Isabel Soares conta que já houve



Distribuição dos cabazes aos associados

marcas interessadas em apoiar a Fruta Feia, mas que tal não faz sentido tendo em conta os valores e modelo da cooperativa.

«A Fruta Feia surge como uma proposta alternativa de consumo e foi sendo desenvolvida com base na ajuda de um conjunto de pessoas (a nossa equipa, os voluntários, os associados, as pessoas que nos apoiaram na campanha de crowdfunding ou quando a carrinha ardeu, etc.).» Alterar a essência da Fruta Feia, juntando-lhe as regras próprias de uma empresa, seria desvirtuar o conceito. «Tem sentido manter a sua identidade própria como colectivo», conclui a mentora. ■