■ FLORIN SPĂTARU, MINISTRUL ECONOMIEI / Reindustrializarea pe noi baze și principii tehnologice - principalul obiectiv al Ministerului Economiei **PAGINA 2**

■ DRAGOȘ TUȚĂ, PREȘEDINTELE ȘI FONDATORUL AMBASADEI SUSTENABILITĂȚII ÎN ROMÂNIA: "Ne aflăm într-o perioadă de tranziție la modelul economic sustenabil, acela în care firmele pot rezolva probleme de mediu fără a sacrifica eficiența economică" **PAGINA 3**

■ TOLGA BANYOCU, DIRECTOR GENERAL GARANTI CREDITE DE CONSUM: „Piața este dominată de creditele ipotecare verzi" **PAGINA 4**

■ COSMIN PĂTROIU, CEO TERASTEEL: "Dezvoltarea sustenabilă a unui business înseamnă strategie" **PAGINA 9**

■ ALEXANDRU STÂNEAN, CEO TERAPLAST: „Investițiile bazate pe criterii verzi deja ajung în reglementări" **PAGINA 13**

■ DAN CHELARU, SUSTAINABILITY OFFICER LA IULIUS GROUP: "Tranziția către clădirile verzi pentru reducerea schimbărilor climatice este un trend inevitabil" **PAGINA 14**

■ IOAN POPA, FONDATORUL ȘI PREȘEDINTELE TRANSAVIA: "Ultimii ani au adus provocări imense mediului de afaceri" **PAGINA 17**

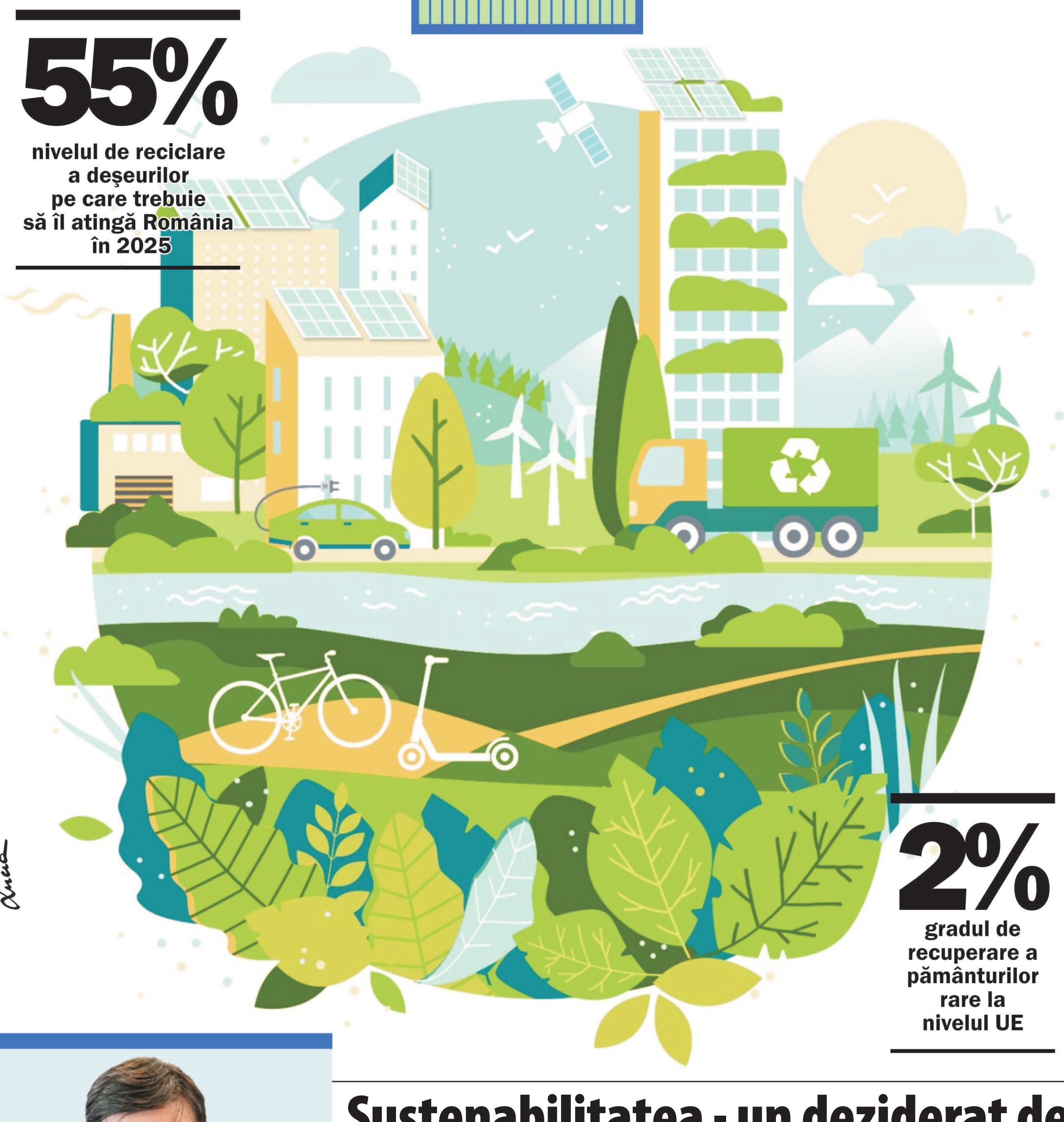
■ Inițiativele Vodafone pentru un mediu sustenabil **PAGINA 24**

ECONOMIE

SUPLIMENT GRATUIT

BURSA

ZIARUL OAMENILOR DE AFACERI



Obiectivul principal al Ministerului Economiei, sub mandatul ministrului Florin Spătaru, este reindustrializarea României, pe noi baze şi principii tehnologice, care să respecte obiectivele finale pe care ţara noastră le-a adoptat şi asumat ca stat membru al Uniunii Europene, ne-a precizat ministrul de resort, adăugând: "Dacă vrem ca acest proces să se întâmple, este clar că el nu se poate întâmpla doar prin metode coercitive. Trebuie venit şi cu stimulentele şi cu strategia necesare pentru un astfel de demers".
Strategia pe economia circulară a fost definită la nivelul SGG şi urmează să fie adoptată prin hotărâre de guvern în luna septembrie.

Sustenabilitatea - un deziderat de care depind atât sănătatea economiei, cât şi bunăstarea țării

Pandemia globală de Covid-19 şi lockdown-urile din 2020 au expus o situație complicată în ceea ce privește dezideratul de reducere a emisiilor de dioxid de carbon (CO_2): o reducere semnificativă a emisiilor poate fi realizată foarte rapid, însă doar printr-o prăbuşire a activității economice şi o creştere majoră a şomajului şi a tensiunilor financiare. Soluția de mijloc este una lentă, ce presupune o regândire a lanțurilor de aprovizionare şi a sistemelor ce stau la baza activității economice. În mod evident, prăbuşirea economiei nu este nicidecum soluția pentru problemele de mediu ale societății actuale.

O reducere "controlată" a emisiilor de CO_2 are nevoie de consens - la nivel global China este de departe cel mai mare poluator în ceea ce privește emisiile de CO_2 şi în acelaşi timp cel mai mare investitor în centrale noi pe cărbune -, de investiții în capacități verzi, în stocare de energie, în rețele de distribuție şi în inovare. La fel, pentru "întruparea" economiei verzi este în general nevoie de un acord că societățile comerciale au o responsabilitate nu numai față de acționari, ci şi de față de mediu şi de societățile în care activează - implicit față de membrii acelei comunități, fie că ea se numeşte sat, oraş sau țară.

MIHAI GONGOROI

Criza Covid-19 ne-a arătat în multe privințe că "împăratul este gol". În ceea ce privește economia verde ne-a demonstrat cât de mult avem de muncă - inclusiv la nivel de percepție şi principii - pentru a schimba modul de raportare la resurse. De asemenea, a aprins dezbaterea despre reactivarea anumitor resurse pe lanțul valoric, prin reciclare. Într-o lume care duce lipsă de multe resurse - de la țiței şi capacități de rafinare până la litiu, grâne, metale rare, gaze naturale şi capital uman - reactivarea resurselor, acolo unde se poate, ar trebui să fie o prioritate nu doar din perspectiva de protejare a mediului, ci din perspectiva valorificării lor.

În cadrul acestui supliment am abordat reprezentanți ai unui număr mare de companii, din multiple domenii de activitate, care ne-au prezentat planurile lor de investiții în economia verde. De asemenea, am discutat despre implementarea economiei circulare şi implicit despre cele mai bune căi de a împăca sustenabilitatea cu eficiența economică, respectiv cu nevoia de a menține profitabilitatea.

Concluzia este că sustenabilitatea economică reprezintă un ideal asupra căruia există consens în zona mediului de afaceri, iar progresul ultimilor ani este doar începutul. Pentru companii, una din principalele ținte în ceea ce privește sustenabilitatea este atingerea țintei de emisii nete zero - multe inițiative şi investiții gândite pentru atingerea acestei ținte, paradoxal, au rolul de a creşte eficiența economică şi profitul companiei. Pentru autorități, reaşezarea economiei europene pe baze sustenabile reprezintă şansa reindustrializării României, pe noi baze şi principii tehnologice.

"Linia" a fost trasată la nivel european, iar la nivel de țară nu ne permitem să rămânem în urmă şi să implementăm "noua economie" cu întârziere. De această agendă şi de implementarea ei depind nu doar viitorul şi structura economiei naționale, ci şi bună-starea cetățenilor României. O spune chiar ministrul Economiei: "Vorbim despre strategia pe hidrogen, despre strategia pe competitivitate, despre strategia pe economie circulară, care trebuie să fie adaptate la specificul economiei româneşti, astfel încât să poată fi implementate cât mai repede posibil". Oficialul ne-a spus că viteza cu care vom acționa şi cu care vom veni în sprijinul dezvoltării industriale va duce România în poziție favorabilă la nivelul statelor membre, apreciind că avem resurse, avem energie, avem capital uman. ■

AUTORITATI

Reindustrializarea pe noi baze şi principii tehnologice - principalul obiectiv al Ministerului Economiei

(Interviu cu Florin Spătaru, ministrul Economiei)

● "Materiile prime care pot fi obținute din reciclarea anumitor deşeuri sunt critice în acest moment" ● "Strategia pe economia circulară a fost definită la nivelul SGG şi urmează să fie adoptată prin hotărâre de guvern în luna septembrie"

Obiectivul principal al Ministerului Economiei, sub mandatul ministrului Florin Spătaru, este reindustrializarea României, pe noi baze și principii tehnologice, care să respecte obiectivele finale pe care țara noastră le-a adoptat şi asumat ca stat membru al Uniunii Europene, a afirmat ministrul în cadrul unui amplu interviu despre investiții, sustenabilitate și economie circulară acordat ziarului BURSA.

"Vorbim de strategia pe hidrogen, de strategia pe competitivitate, strategia pe economie circulară, care trebuie să fie adaptate la specificul economiei românești și care să poată fi implementate cât mai repede posibil. Viteza cu care vom acționa și cu care vom veni în sprijinul dezvoltării industriale va duce România în poziție favorabilă la nivelul statelor membre. Avem resurse, avem energie, avem capital uman", spune ministrul Spătaru.

Potrivit acestuia, gradul de reciclare a deșeurilor, la nivelul anului 2019, în România, a fost de 11%, în timp ce ținta asumată pentru 2025 este de 55%: "Avem o problemă. Până la urmă, dacă vrem ca acest proces să se întâmple, este clar că el nu se poate întâmpla doar prin metode coercitive. Trebuie venit și cu stimulentele necesare și cu strategia necesară pentru un astfel de demers". Ministrul Economiei adaugă faptul că, în Europa, gradul de recuperare a pământurilor rare, cele care sunt necesare pentru producția de motoare electrice și electromobilitate în general, este de doar 2%.

Totodată, Florin Spătaru a mai declarat că obiectivul Guvernului este operaționalizarea sistemului garanție-returnare în cursul acestui an, fiind necesară inclusiv operaționalizarea unei companii de stat.

Reporter: Se discută din ce în ce mai mult despre economia circulară. Ați vorbit şi dumneavoastră la conferința BURSA din 28 iunie despre adoptarea, în curând, a unei strategii privind economia circulară. Ce include această strategie, ce obiective vizează şi ce investiții preconizați pe partea aceasta?

Florin Spătaru: Strategia pe economia circulară a fost definită la nivelul Secretariatului General al Guvernului (SGG) şi urmează să fie adoptată prin Hotărâre de Guvern în luna septembrie. Noi am venit la acea strategie cu completări pentru că ce am observat a fost că acea strategie trebuie practic adaptată la realitatea economică actuală şi am venit cu o componentă care să fie mai pragmatică, mai aplicată pe realitatea economică românească. Aceste completări au venit şi în urma discuțiilor pe care le-am avut cu mediul de afaceri, cu companii care lucrează în această zonă şi deja au dezvoltat proiecte cum ar fi proiectul de la Buzău, proiectul de la Slobozia şi atunci am adăugat la cele 7 sau 8 obiective încă 6, care să completeze această abordare, dar pe de altă parte să putem să demarăm proiecte concrete în perioada următoare. După adoptarea Hotărârii de Guvern şi a strategiei pe economie circulară - acolo am discutat cu Ministerul Mediului şi am vrea să fim co-inițiatori - se va adopta în luna mai 2023 planul de acțiune în care, Ministerul Economiei, cel puțin din discuțiile pe care le avem în acest moment cu Departamentul pentru Dezvoltare Durabilă şi cu Ministerul Mediului, va coordona implementarea strategiei pe economie circulară. Acum, dacă este să tragem o concluzie şi să spunem care ar fi obiectivele sau investițiile care vor veni: investițiile trebuie să se axeze în primul şi primul rând pe această recuperare a materiilor prime critice, vorbim de aluminiu, pământuri rare şi aşa mai departe. Practic, prin reciclarea acestor echipamente sau produse care în acest moment sunt tratate ca deşeuri, dorim ca ele să devină defapt materii prime şi să putem să recuperăm aceste materii prime şi să le introducem în circuitul economic. Acestea ar fi zonele principale de acțiune.

Reporter: Cum vor fi realizate aceste investiții? Înțeleg că discutați cu companii private care să primească stimulente pentru a realiza astfel de programe...

Florin Spătaru: Da, aşa cum am făcut şi acum cu această schemă de ajutor de stat pentru dezvoltarea capabilităților tehnologice în domeniul prelucrării, aşa am putea veni cu o schemă sau cu un instrument financiar care să stimuleze un astfel de demers. Pentru că până la urmă acest stimulent financiar se va regăsi în plus-valoarea sau în valoarea adăugată pe care România o va obține dintr-un astfel de demers, reducând volumul deşeurilor şi de asemenea creând materia primă necesară pentru următorul lanț de producție.

Reporter: O astfel de schemă de sprijin ar fi din fonduri proprii sau se poate obține şi finanțare europeană?

Florin Spătaru: Vom avea o discuție cu Ministerul Fondurilor Europene şi cu Ministerul Mediului şi vom vedea ce posibilități avem: fie pe execuția bugetară 2021-2027 sau dacă acolo resursele vor fi limitate vom veni şi vom propune o alocare bugetară de la bugetul de stat pe un astfel de instrument. După cum vedeți şi aceste 300 de milioane (de euro) de care vorbim cu această schemă de ajutor de stat sunt practic bani care vin din bugetul de stat, dar care vor crea acel factor de multiplicare şi care se vor regăsi în veniturile statului ulterior.

Reporter: Ce investiții sunt "în pipeline" şi pot fi catalogate ca fiind pe zona aceasta de economie circulară? Ați vorbit despre producția de baterii, despre producția de oțel verde la Liberty Galați…

Florin Spătaru: Acestea sunt proiecte care deja încep să se concretizeze: producția de oțel verde şi dezvoltarea acestui lanț al metalurgiei care să ne asigure materia primă practic a viitorului, la producția de baterii discutăm cu companii care doresc să producă baterii, dar de asemenea să le şi recicleze. Pentru că materia primă principală, cel puțin pe baterii, litiul, poate fi recuperat în proporție de 90% şi poate fi reintrodus în circuit. Dar vorbim şi de alte zone, în domeniul produselor electronice este o discuție pe care o avem pentru prelungirea ciclului de utilizare. Un astfel de demers se încadrează de asemenea în cadrul economiei circulare.

Reporter: Vom avea producție de maşini electrice în România?

Florin Spătaru: Cei doi mari producători (prezenți în România) este clar că va trebui să țină cont de directivele europene. Din ultimele discuții şi negocieri care se fac la nivelul Comisiei Europene este clar că electromobilitatea va fi implementată în toate statele membre şi reducerea acestor motoare termice şi producția de maşini electrice se va regăsi de asemenea şi în România. Avem discuții şi cu cei de la Dacia pe strategia lor şi care sunt obiectivele principale pe care le au, şi cu cei de la Ford, tot pe zona aceasta. Dar acolo este important să asigurăm şi lanțurile de aprovizionare. Tocmai de aceea ne-am concentrat pe crearea unei capabilități de producție în domeniul semiconductorilor. Discutăm de asemenea cu producători de cablaje electrice pentru aceste maşini şi, bineînțeles, cum am mai spus, de investiții în producția de baterii. Investiția în producția de baterii, ca şi în domeniul semiconductorilor, trebuie să vină la pachet cu două componente: componenta educațională, practic recalificarea sau calificarea unor tineri sau a unor persoane în aceste sectoare economice, iar acolo am semnat cu cei de la EIT InnoEnergy acel memorandum care va fi implementat în mai multe universități din țară pentru acest sector, iar cealaltă componentă este cea de cercetare, dezvoltare, inovare. Numai aşa vom putea crea acest ecosistem stabil şi aşa putem avea aceste avantaje competitive.

Reporter: Care sunt celelalte sectoare cheie în care mai trebuie investit?

Florin Spătaru: În domeniul alimentar clar, iar acolo este o discuție pe care o avem cu Ministerul Agriculturii pentru că aceasta este zona lor de competență, pe zona de producție şi cum se regăseşte procesarea alimentelor în sistemul economic național. Dar ceea ce este important şi unde trebuie să vedem investiții majore este în industria prelucrătoare. Tocmai de aceea, dacă vă uitați pe codurile CAEN care sunt anexate la acea schemă de ajutor de stat - care ne dorim să fie o schemă multianuală - vom regăsi bună parte din industria prelucrătoare. Am venit cu aceste 300 de milioane (de euro) şi ne dorim ca în urma rezultatelor şi a succesului unei astfel de scheme să mărim bugetul anual şi să extindem şi perioada de aplicare. Vorbim despre industria textilă, despre industria pielăriei, vorbim de lemn, de asemenea de componente electrice-maşini, vorbim de industria farmaceutică - care trebuie să îți asigure o bază stabilă de producție cât mai aproape de locul de utilizare, iar aici noi considerăm că România poate să joace un rol important -, vorbim despre industria chimică de asemenea, care prin procesarea acestor materii prime poate să joace un rol important la nivelul pieței unice europene.

Reporter: Pe partea de strategie europeană, pe Green Deal, în special la Bruxelles, pare să existe un fel de vedere cu ochelari de cal. Toată lumea însă, în ultima perioadă, mai ales de când cu criza gazului rusesc, a reînceput să pună în funcțiune capacitățile pe cărbune şi nimeni nu îşi asumă, practic, să spună populațiilor că acesta este costul tranziției, inclusiv prețul mare. Dumneavoastră cum vă explicați, de unde această lipsă de asumare?

Florin Spătaru: Uniunea Europeană, statele membre ale UE, au agreat un parcurs: de transformare industrială şi reducere a emisiilor de carbon. Noi, ca stat membru, am participat la un astfel de demers. Acum, obiectivul final cred că nimeni nu îl poate contesta. Problema cea mai mare, iar acesta este unul din lucrurile pe care le-am evidențiat de fiecare dată când m-am dus în şedințele cu ceilalți miniştri ai Economiei din UE, este că această tranziție trebuie să se facă ținând cont de specificul fiecărei țări, astfel încât nimeni să nu fie lăsat în urmă. Pentru că această transformare tehnologică va impacta mult fiecare dintre statele membre care au un anumit nivel de dezvoltare şi un anumit specific economic. Acum, tocmai de aceea România a susținut inițiativa Italiei în ceea ce priveşte reducerea producției de maşini cu motoare termice, tocmai de aceea evaluăm care este impactul unei astfel de măsuri la nivelul țării noastre, la nivelul economiei româneşti şi avem un mesaj pragmatic legat de aceste măsuri care sunt propuse la nivelul Comisiei Europene. Până la urmă, acolo este vorba despre o negociere, nu este vorba despre altceva. Tocmai de aceea este important ca noi să avem o imagine clară a ceea ce ne dorim. Aici, Ministerul Economiei a avut o poziționare corespunzătoare pe mai multe sectoare economice şi vreau să vă spun că, la nivelul Reprezentanței Permanente şi la nivelul celorlaltor ministere de linie care bineînțeles că relaționează cu Ministerul Economiei, punctul de vedere al Ministerului Economiei a fost preluat. Asta înseamnă că această comunicare pe care noi o avem cu sectorul economic şi evaluarea impactului unor astfel de măsuri în economia românească a fost bine sintetizat, promovat corespunzător şi România s-a poziționat la nivelul Comisiei Europene. Rezultatul însă de asemenea ține cont de celelalte state membre, iar câteodată, cumva, astfel de decizii oarecum sunt diferite față de poziționarea pe care o avem. Dar acolo trebuie să fim foarte clari: acolo unde este nevoie de sprijin trebuie să acționăm imediat - noi, ca stat membru, Ministerul Economiei de asemenea, prin aceste instrumente pe care trebuie să le punem la dispoziție. Acesta este şi unul dintre motivele pentru care vrem ca schemele de ajutor de stat pe sectorul industrial să fie coordonate sau discutate împreună cu Ministerul Economiei pentru că avem o imagine clară asupra a ceea ce se întâmplă pe această zonă.

Reporter: De ce ar veni un investitor străin în România? Care sunt punctele tari ale economiei româneşti?

Florin Spătaru: Sunt câteva elemente de care trebuie să ținem cont şi eu cel puțin le-am evidențiat în toate discuțiile pe care le-am avut. Fie cu mediul de afaceri, fie cu miniştri omologi. Avem un grad ridicat de independență energetică. Vedem că în acest moment această independență energetică contează enorm de mult. Nu suntem 100% independenți energetic, dar avem un sistem energetic național care asigură o bună parte din energie - în mare parte hidro şi nuclear -, energie verde, avem aceste programe investiționale în energia regenerabilă şi avem de asemenea o lege offshore adoptată care ne va asigura peste câțiva ani de zile - era bine dacă se putea acum dar nu putem să dăm istoria înapoi - această independență în aprovizionarea cu gaze naturale. Cel de-al doilea element de competitivitate îl reprezintă resursele naturale, resurse naturale pe care România le are. Da, este adevărat, nu le mai exploatăm, am închis o bună parte din mine, dar noi am demarat procesul de redeschidere a lor sau de relegiferare a unui astfel de proces şi suntem în discuții inclusiv cu cei de la DG GROW pentru a putea să exploatăm resurse minerale ne-energetice necesare pentru lanțul de valoare şi pentru asigurarea securității aprovizionării la nivelul pieței unice europene. Dar nu vorbim doar despre exploatare, ci şi despre procesare, care are nevoie de energie, de care spuneam că este disponibilă şi în care mai putem să investim - avem aceste proiecte de dezvoltare energetică, inclusiv în domeniul nuclear. Un al treilea element de competitivitate îl reprezintă capitalul uman. Este adevărat, există această percepție că acest capital uman este critic în acest moment, dar avem universități care au dezvoltat centre de inovare, suntem o țară cu o populație semnificativă la nivelul UE şi prin măsurile practice pe care am putea să le adoptăm putem să dezvoltăm acele capabilități. Tinerii români sunt înclinați către domeniul tehnic şi acesta este un lucru foarte important. Prin dezvoltarea acestor capabilități tehnice am putea să asigurăm capitalul uman.

Reporter: Este important să-i şi ținem în țară...

Florin Spătaru: Este adevărat, dar acesta este un demers conjugat între sectorul public şi sectorul privat. Am fost director de resurse umane, ştiu ce înseamnă să asiguri retenția, ştiu care sunt măsurile pe care companiile ar trebui să le ia şi cred că vor veni în mod natural atât timp cât investiția, din partea publică şi privată, va duce la asigurarea acestor competențe şi atât timp cât investițiile vor rămâne în România, care vor oferi un potențial de dezvoltare atractiv pentru aceşti tineri. Este adevărat, o parte din ei va pleca. Este un fenomen natural. Libera circulație a capitalului uman este una din valorile Uniunii Europene. Pe de altă parte, România, având aceste avantaje, ar putea să asigure retenția. (...) După aceea, trebuie să vorbim de un lucru primordial pe agenda mea: aceste strategii publice care să fie clare, bine definite, pragmatice, care să ducă la dezvoltarea industrială. Şi vorbim de strategia pe hidrogen, de strategia pe competitivitate, strategia pe economie circulară, care să fie adaptate la specificul economiei româneşti şi care să poată fi implementate cât mai repede posibil. Viteza cu care vom acționa şi cu care vom veni în sprijinul dezvoltării industriale va duce România în poziție favorabilă la nivelul statelor membre. Avem resurse, avem energie, avem capital uman...

Reporter: Mai trebuie infrastructură, iar banii nu par să mai fie o problemă acum...

Florin Spătaru: La infrastructură, ministrul Sorin Grindeanu cred că a făcut paşi importanți în definirea acelui Masterplan şi dacă ne uităm un pic la toate proiectele mari de infrastructură deja putem să cuantificăm şi avem semnări de contracte, reîncadrarea în termene... Un exemplu care este foarte la îndemână: podul peste Dunăre de la Brăila, toate acele panouri, blocuri metalice pentru podul de la Brăila au fost deja montate şi practic la finalul acestui an podul ar putea fi funcțional, doar că trebuie conectat corespunzător şi acolo iar au fost deblocate fondurile - centura Galațiului, care este una din arterele care duce la încărcarea acelui pod, a fost provizionat din bugetul de stat pentru că anterior nu fusese finanțat corespunzător. Deci toate aceste elemente încep să prindă contur în strategia națională de dezvoltare. Dar obiectivul principal pe care îl avem, cel puțin din perspectiva mea, ca ministru al Economiei, este reindustrializarea. Pe alte principii tehnologice, care să respecte obiectivele finale pe care le-am adoptat, pe care ni le-am asumat ca membri ai Uniunii Europene. Este mult de discutat pe zona aceasta de tranziție şi acolo nu ar trebui să avem acei ochelari de cal şi va trebui să ne poziționăm corect, prin comunicarea pe care o avem cu industria şi cu sectorul economic național.

Reporter: Legat de strategia de hidrogen, Chimcomplex cred că produce deja hidrogen, se vorbeşte şi la Liberty...

Florin Spătaru: La Liberty se vorbeşte despre utilizarea hidrogenului în procesul de obținere a oțelului. Acum, vedeți, în producția de oțel verde ai nevoie de hidrogen verde, nu (hidrogen) din prelucrarea gazului. Am avut mai multe discuții cu ei, dar acum ideea este următoarea: că zona de sud-est a României, acolo unde avem acele parcuri eoliene şi unde avem o dezvoltare a producției de energie regenerabile, putem produce hidrogen şi putem fi foarte aproape de beneficiarii reali - producția de oțel, poate fi folosit şi în producția de ciment, în industria petrochimică şi am putea cumva să creăm acel ecosistem acolo şi să aducem hidrogenul - producția de hidrogen prin electroliză - cât mai aproape de beneficiarii finali. Nu avem în acest moment o strategie de utilizare industrială a hidrogenului. O vom avea! Dar am demarat aceste discuții cu sectorul economic care este dispus să participe la un astfel de demers. Dar pe de altă parte ştiu că s-au făcut paşi importanți şi nu s-a aşteptat neapărat o strategie în acest domeniu. (...) Bătălia este pe zecile de miliarde de euro alocate la nivelul Uniunii Europene pe producția de hidrogen şi utilizarea hidrogenului. Aici, dacă România îşi doreşte să industrializeze, are nevoie de o strategie industrială pe hidrogen pe care Ministerul Economiei o va începe să o dezvolte.

Reporter: Pe partea de reciclare şi colectare a deşeurilor noi avem o problemă. Ştiți foarte bine cum este în Germania, inclusiv pentru un pet de 0,5 litri orice persoană se poate deplasa la un supermarket, introduce pet-ul într-un aparat automat şi primeşte o sumă de bani. De ce nu se aplică acest sistem şi în România?

Florin Spătaru: Se va aplica. Este o discuție pe care o avem cu Ministerul Mediului, practic este o companie care trebuie înființată...

Reporter: Ministerul Mediului are 2-3 ani de când vorbeşte despre acest proiect, cel puțin.

Florin Spătaru: Ştiu, dar vedeți... Ministerul Mediului este în discuție cu marii producători de băuturi răcoritoare şi din câte ştiu eu suntem aproape de final. Practic, obiectivul este să operaționalizăm acest sistem şi această companie în cursul acestui an, undeva în luna octombrie 2022. Bineînțeles că vor exista nişte etape de implementare, dar putem să spunem că acolo şi Ministerul Economiei a sprijinit prin comunicarea pe care o avem cu mediul de afaceri. Va exista un astfel de sistem de colectare, plata unei sume şi recuperarea acelei sume la acele automate în momentul în care se vor returna.

Reporter: Pe construcții se poate face ceva? Industria constructoare, la noi în țară, este una dintre cele mai mari creatoare de deşeuri.

Florin Spătaru: În primul rând haideți să ne uităm la cifre. În acest moment, gradul de reciclare a deşeurilor, la nivelul anului 2019, în România, este de 11%. Deci noi trebuie să ajungem la un grad de reciclare până în 2025 de 55%. Avem o problemă. Până la urmă, dacă vrem ca acest proces să se întâmple, este clar că el nu se poate întâmpla doar prin metode coercitive. Trebuie venit şi cu stimulentele necesare şi cu strategia necesară pentru un astfel de demers. Degeaba spunem că trebuie să asigurăm gradul de reciclare de atât la sută. În primul rând trebuie să facem selectarea corespunzătoare, în al doilea rând trebuie să avem unitățile sau companiile care să facă această reciclare efectivă. Un astfel de demers costă, să fim realişti.

Reporter: Există şi discuția dacă este sau nu bancabilă economia circulară.

Florin Spătaru: Cu siguranță este bancabilă. Cel puțin în contextul actual această zonă va fi atractivă. Este una dintre discuțiile pe care noi le-am avut cu cei de la Banca Europeană de Investiții (BEI). Le-am cerut, le-am spus că din perspectiva Ministerului Economiei ar trebui să se gândească la o variantă de finanțare pe economia circulară. Sub diverse forme, inclusiv printr-un parteneriat public-privat care ar putea să asigure o parte din aceste fonduri. (...) Cred că în mod pragmatic aşa putem să facem aceşti paşi. Obiectivele, sigur, va trebui să le analizăm şi să vedem cum le vom putea îndeplini până în 2025, dar creşterea gradului de colectare şi susținerea companiilor care vor asigura acest grad de reutilizare va putea duce la obiectivul final. Pe de altă parte, trebuie să fim realişti. Discutam cu miniştrii omologi din Uniunea Europeană: gradul de recuperare a pământurilor rare, cele care sunt necesare pentru motoarele electrice şi electromobilitate, este de 2%! La nivelul Uniunii Europene. Este deci un lucru care trebuie accelerat, iar aici este vorba despre un efort comun: finanțare, dar şi un obiectiv pe care trebuie să ni-l setăm corespunzător. (...) Sectorul public trebuie să asigure partea de finanțare.

Reporter: Considerați că noi avem o problemă cu cultura reciclării sau este o problemă de educație?

Florin Spătaru: Nu. Cred că această cultură a reciclării vine în timp. Ea trebuie de asemenea stimulată corespunzător. România trebuie să facă paşi importanți în această zonă, mai ales că după cum spuneam materiile prime care pot fi obținute din reciclarea acestor deşeuri în acest moment sunt critice. Deci au valoarea corespunzătoare, pot produce bani şi atunci această cultură, atât timp cât există o vizibilitate a lanțului de valoare, cu siguranță va putea fi dezvoltată. Eu sunt încrezător că românii se vor adapta foarte rapid la un astfel de demers. Dar, cum spuneați: vrem să reciclăm pet-uri, le putem colecta şi duce într-o anumită parte, dar era mult mai facil dacă acest sistem SGR (sistem garanție-returnare - n.r.) ar fi fost implementat acum 2 ani de zile. (...) Este un sistem absolut normal şi cred că implicarea sau co-interesarea diverşilor stakeholderi într-un astfel de demers este foarte important. Şi în zona exploatărilor miniere acesta este un lucru pe care l-am spus: trebuie să identificăm care sunt grupurile țintă şi cum le implicăm în mod activ în dezvoltarea unui astfel de proces.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

ONG

“Ne aflăm într-o perioadă de tranziție la modelul economic sustenabil, acela în care firmele pot rezolva probleme de mediu fără a sacrifica eficiența economică”

(Interviu cu Dragoş Tuță, preşedintele şi fondatorul Ambasadei Sustenabilității în România)

● “Trăim într-o societate de consum exacerbat şi ne lipsesc liderii care să ofere un model” ● “Nu vrem să facem lucruri noi, nu vrem să ieşim din zona de confort şi asta se vede cel mai bine în zona guvernamentală şi în zona administrației locale. România nu e un stat care să stea pe loc” ● “Economia circulară nu primeşte destulă importanță din partea autorităților locale şi centrale”

Ne aflăm într-o perioadă de tranziție la un modelul economic sustenabil, acela în care companiile pot rezolva probleme sociale și de mediu fără a sacrifica eficiența economică, respectiv profitul, consideră Dragoș Tuță, președintele și fondatorul Ambasadei Sustenabilității în România, care a avut amabilitatea să ne ofere un interviu despre sustenabilitate, schimbare și ce poate face fiecare dintre noi pentru a avea un impact pozitiv asupra economiei, comunităților și implicit asupra mediului.
“Credem cu tărie că atunci când companiile vor fi responsabile, nivelul de trai al românilor se va îmbunătăți considerabil”, spune Tuță.
Potrivit acestuia, această schimbare către sustenabilitate și economia circulară s-a intensificat din ce în ce mai mult în ultimii ani, mai ales datorită faptului că Uniunea Europeană este organismul care accelerează cel mai puternic la nivel mondial această tranziție economică.
Companiile din România au început să facă schimbări și pași către reciclare, energie verde și producție și consum durabile încă de dinainte de accelerarea tranziției la nivel european, mai arată reprezentantul Ambasadei Sustenabilității, care adaugă că indicatorii care definesc gradul de sustenabilitate al unei organizații sunt foarte bine definiți de către standarde internaționale. Totodată, Tuță consideră că trăim într-o societate de consum exacerbat și că ne lipsesc liderii naționali și regionali care să ofere un model populației.

Reporter: Ambasada Sustenabilității este o organizație non-guvernamentală a cărei misiune este să promoveze sustenabilitatea în mediul de business. Cum ajutați efectiv companiile şi care este ideea din spatele Ambasadei Sustenabilității, cum a pornit acest proiect?

Dragoş Tuță: Ideea proiectului a apărut în echipa agenției de consultanță The CSR Agency încă de la începutul anului 2016 din dorința de a ajuta companiile să înțeleagă că ne aflăm într-o perioadă de tranziție la modelul economic sustenabil, acela în care companiile, prin parteneriate, pot rezolva probleme sociale şi de mediu fără a sacrifica eficiența economică. Credem cu tărie că atunci când companiile vor fi responsabile, nivelul de trai al românilor se va îmbunătăți considerabil.

Cum ajutăm companiile propriu-zis? În primul rând prin informare şi conştientizare. Pentru că, din păcate, liderii societății - ne referim aici la clasa politică şi administrativă - nu vorbesc destul de mult despre această tranziție economică, nici despre oportunitățile pe care ea le aduce, nici despre riscurile pe care ea le aduce. Şi atunci e nevoie să îi informăm pe managerii români că vine o schimbare.

În ultimii ani această schimbare s-a intensificat din ce în ce mai mult, mai ales datorită faptului că Uniunea Europeană este organismul regional care accelerează cel mai puternic la nivel mondial în această tranziție economică. Pe lângă acest proces de de informare şi conştientizare, încă din momentul lansării, aducem know-how, cunoştințe, le oferim pregătire de calitate din punct de vedere teoretic şi practic prin programe precum SustainAbility School. De asemenea, dezbatem cele mai importante teme aflate pe agenda mediului de business in cadrul evenimentelor SustainAbility Talks. Câteva exemple sunt: transportul nonpoluant, reducerea amprentei de carbon, relațiile responsabile între angajator şi şi angajat, modul în care companiile ar trebui să păstreze un echilibru şi să aibă un impact pozitiv în comunitățile care le găzduiesc activitatea, teme care țin de relația cu furnizorii, dintre o companie-client şi lanțul valoric, ce e important să facem din perspectiva clienților şi aşa mai departe.

În toate inițiativele noastre promovăm colaborarea ca instrument de învățare şi dezvoltare încă din primul moment. Programul nostru Coaliția România Sustenabilă reuneşte deja peste 100 de companii cu un număr de peste 62.000 de angajați şi o cifră de afaceri impresionantă. Sunt liderii economiei româneşti care au oportunitatea în cadrul Coaliției atât să le ofere angajaților lor un context de învățare, cât mai ales să se aşeze la masă cu alte organizații mari din România şi cu alți lideri cu scopul de a identifica probleme şi oportunități pentru a formula soluții. Coaliția România Sustenabilă este partener oficial al Guvernului României în implementarea strategiei naționale de dezvoltare durabilă şi suntem în dialog continuu despre aceste oportunități şi probleme în care trebuie să ne implicăm împreună pentru a le pentru a le rezolva.

Reporter: Ce este sustenabilitatea, care sunt conceptele de bază în domeniul sustenabilității/indicatorii prioritari şi cum considerați că sunt acestea conectate?

Dragoş Tuță: Aşa cum menționează şi dicționarul explicativ al limbii române, “sustenabilitate” este caracteristica unei activități de a putea fi desfăşurată pe o perioadă lungă de timp. Vorbim despre utilizarea şi dezvoltarea resurselor naturale şi sociale fără a conduce la epuizarea acestora sau la degradarea mediului înconjurător. Cuvântul provine din engleză, dar este prezent dicționarul explicativ a limbii române încă din 1993.

Atunci când vorbim de sustenabilitate în mediul economic, domeniul în care Ambasada Sustenabilității activează, vorbim de un stil de management responsabil şi sustenabil, în care e foarte important ca managerii să înțeleagă că pentru a conduce o organizație stabilă şi profitabilă pe termen lung, este nevoie să contribuie la rezolvarea problemelor de mediu şi a celor sociale şi să nu continue pe modelul economic în care urmăream să obținem un profit cât mai mare, în mod cât mai rapid şi, din păcate, exploatând mediul şi societatea. Prin urmare, dacă vorbim de indicatori, sunt foarte importanți indicatorii impactului de mediu, indicatorii care țin de impactul social atât în relația cu angajații, cât şi în relația cu clienții care cumpără de la noi produse sau servicii - cei cu care interacționăm - şi la fel de important cu comunitățile care ne găzduiesc activitatea, fie că vorbim de un magazin mic, fie că vorbim de o mare platformă industrială. Şi nu în ultimul rând, atunci când vorbim de sustenabilitate trebuie să ne uităm şi la impactul economic, pentru că orice activitate privată are un impact economic prin lanțul de furnizori şi chiar lanțul de clienți. Rezumând, acestea sunt cele 3 mari categorii de indicatori. Spre norocul nostru, indicatorii care definesc gradul de sustenabilitate al unei organizații sunt foarte bine definiți de către standarde internaționale. Mai nou, avem aproape de final în dezbatere publică un standard foarte bun publicat de către Comisia Europeană şi putem identifica, la fel ca şi în domeniul contabilității sau al management-ului financiar, indicatori specifici cu care să măsurăm impactul în fiecare dintre cele 3 categorii generale menționate.

Reporter: Considerați că firmele trebuie să accepte o reducere a eficienței, adică a profitului, pentru a fi mai sustenabile, sau proiectele de sustenabilitate au scopul de a îmbunătăți eficiența unei societăți în acelaşi timp în care reduce impactul activității asupra mediului?

Dragoş Tuță: În primul rând, managerii companiilor private trebuie să conştientizeze că, până acum, unii fără să-şi dea seama, alții din rea-voință, au eludat costuri de mediu şi costuri sociale. Prin urmare, dacă am face o schimbare bruscă în această tranziție economică este probabil să resimțim la nivelul organizației un impact destul de mare. Lucrurile pot fi făcute treptat, având în vedere că, din păcate, am fost foarte puțin preocupați de impactul nostru asupra naturii şi asupra oamenilor. Nu este vorba aici doar de România, ci de întreaga lume.

Avem foarte multe oportunități de a recupera fără investiții imense, ceea ce duce la un impact asupra eficienței minor sau poate chiar pozitiv. Pentru că, dacă dau doar un exemplu - optimizarea proceselor de folosire a apei sau a energiei electrice sau a gazului în procesele de producție a unei organizații -, atunci când faci o investiție şi scazi pierderile atât de mult, recuperarea acestei investiții poate fi chiar şi de la un an la altul sau în maxim 5 ani de zile. Deci eficiența se păstrează. De ce? Pentru că am fost destul de iresponsabil până acum atunci când vorbim de reglaje fine.

Putem vorbi de nişte investiții mai mari care vor reduce eficiența pe termen scurt din punct de vedere financiar, dar care pe termen mediu şi lung aduc eficiență economică majoră, pentru că vorbim de construcție pe bază solidă, o organizație care pe termen lung e pregătită să obțină profit fără a avea un impact negativ în mediu şi în societate.

Reporter: În ultimii ani vedem că se pune din ce în ce mai mult accent pe această direcție de economie verde, o accelerare la nivel legislativ care vine dinspre Comisia Europeană. Cum se vede această schimbare în cadrul companiilor membre ale Ambasadei Sustenabilității? Au început companiile să facă pași înspre reciclare, energie verde, producție şi consum durabile etc.?

Dragoş Tuță: Da, companiile care sunt alături de noi în cadrul Coaliției România Sustenabilă au început să facă aceste schimbări. Şi nu din ultimii 2 ani de când vedem această accelerare europeană, ci chiar de dinainte să apară această accelerare. Alături de noi au venit liderii economiei româneşti. Din perspectiva moralității, aceştia sunt cei care sunt preocupați de a obține un profit moral încă dinainte ca legea să-i oblige, încă dinainte de a vorbi despre impuneri din partea guvernelor sau ale Comisiei Europene, iar ceea ce am observat în anul 2022 e un lucru îmbucurător.

Într-adevăr, probabil că sursa acestei noutăți ține foarte mult de ceea ce s-a întâmplat în piața de energie şi de creşterea prețurilor, dar văd din ce în ce mai mulți antreprenori români, atât mari, cât şi medii, care investesc în surse de energie verde pentru afacerile lor, în flote de maşini cu un impact redus asupra mediului şi, nu în ultimul rând, în construcții echitabile şi diverse la nivelul relației cu angajații. De asemenea, sunt semne că vor urma schimbări în bine din partea şi din partea antreprenorilor, nu doar din partea marilor lanțuri multinaționale. (…) Înțeleg că nu putem negocia cu furnizorii noştri scăderi de prețuri la nesfârşit, pentru că îi vom pierde, pentru că îi putem duce în faliment şi că dacă vrem să desfăşurăm activități economice stabile pe termen lung, e normal să construim relații corecte şi stabile şi din perspectiva partenerilor noştri.

Reporter: Vedeți că băncile vin mai aproape de companii cu finanțări “verzi”, pentru că experții spun că dacă economia circulară nu este bancabilă, ea nu va prinde rădăcini. Este bancabilă economia circulară?

Dragoş Tuță: Instituțiile financiar-bancare promovează oferte de împrumuturi pentru investiții cu impact redus de mediu datorită faptului că sunt obligate de către legiuitor să facă asta. E una dintre principalele strategii pe care Comisia Europeană le foloseşte în această impunere a acestei tranziții către un mediu economic responsabil, iar în acest mod reuşeşte să promoveze soluțiile sustenabile către fiecare afacere care are nevoie de împrumut. Poate părea un trend, dar în realitate este o schimbare sistemică planificată şi care îi va afecta, spre norocul nostru, pe actorii economici iresponsabili, cei imorali, care vor să primească bani de la instituțiile financiar-bancare, dar care vor să desfăşoare afacerile într-un mod neprietenos cu mediul, într-un mod iresponsabil în relație cu angajații, comunitatea sau ceilalți parteneri.

Reporter: Considerați că România are o problemă cu educația şi cultura reciclării?

Dragoş Tuță: Nu, dimpotrivă. Dacă ne gândim la ADN-ul nostru educațional, sunt foarte puțini români care nu îşi amintesc de vorbele părinților sau bunicilor care învățau să refolosească, să repare. Dar, în acelaşi timp, societatea la nivel mondial are o problemă cu asta. Trăim într-o societate de consum exacerbat. Guvernele promovează consumul ca principală modalitate de rezistență economică financiar. Şi atunci e normal să apară foarte, foarte multe deşeuri. De ce? Pentru că achiziționăm foarte multe bunuri şi servicii de care avem nevoie, insă ele ne sunt oferite în exces. Banii pentru a le achiziționa sunt oferiți în exces. E normal ca societatea să meargă mai departe, deoarece inclusiv piramida nevoilor a lui Maslow spune că există în ființa umană nevoia de legitimare. E o nevoie umană, nevoia aceasta de legitimare. Şi trăim o perioadă în care, din păcate, ne legitimăm prin bunuri. De ce? Pentru că asta ne-a recomandat. Asta este societatea în care trăim. Exact asta încearcă să facă tranziția economică la modelul economiei sustenabile. Asadar, suntem mai pregătiți ca alții să refolosim şi cumva să putem organiza societatea şi economia într-un mod eficient. Din acest punct de vedere, ceea ce ne lipseşte, în schimb, e infrastructura pentru a putea colecta astfel încât cantitățile să meargă către reciclare.

Ne lipsesc liderii naționali, formali şi chiar cei regionali care să ne spună simplu «nu e bine să faci aşa», «e bine să faci aşa» şi de asemenea cred că ne mai lipseşte şi partea asta de încredere în noi, de colaborare şi încredere în forța grupului, puterea comunității. În aceşti ultimi ani vedem foarte mult individualism şi foarte puțină colaborare. Vedem multe rezultate individuale, foarte puține rezultate ale ale comunităților, ale echipelor. Şi lucrul ăsta afectează până la nivelul colectării selective şi a utilizării eficiente a resurselor.

Reporter: Credeți că legislația ar trebui să impună companiilor anumite condiții de colectare a deşeurilor? Desigur, în acelaşi timp să ofere şi stimulente fiscale firmelor (poate o deducere de impozit) care produc sustenabil şi fac reciclare/colectare, iar firmele să ofere la rândul lor stimulente (vouchere şi reduceri, de exemplu) pentru a colecta anumite produse de folosință îndelungată vechi…

Dragoş Tuță: Guvernul impune deja astfel de ținte. Sunt mecanisme care nu ne aparțin, sunt mecanisme europene. O parte dintre ele sunt adoptate şi sunt prezente în legislația națională. O altă parte urmează să fie transpuse. Ceea ce ar trebui să facă Administrația este să creeze infrastructură, nu să ofere premii pentru normalitate, nu să ofere deduceri pentru normalitate. Sigur, pot exista excepții, pot exista blocaje în care trebuie să susții financiar, pentru că nu poți să faci schimbări peste noapte şi să duci diferite activități la faliment. Dar nu cred că asta e soluția generalizată. Cred că trebuie dezvoltată infrastructura, trebuie comunicat foarte clar despre beneficiile unui astfel de activități economice, în concordanță cu natura şi cu un impact redus de mediu şi în acelaşi timp trebuie verificat foarte temeinic şi amendat acolo unde lucrurile nu se respectă. Dar ca să poți să amendezi e nevoie să faci lucrurile anterioare, respectiv să asiguri infrastructură şi şi comunicarea ca oamenii să ştie ce să facă şi să aibă cum să facă aceste lucruri.

Reporter: Ce ar trebui să facă mai bine autoritățile locale în ceea ce priveşte colectarea deşeurilor şi implementarea componentei de oraşe sustenabile/smart city?

Dragoş Tuță: În primul rând, e foarte important ca primarii şi ceilalți lideri locali să participe la evenimente, cursuri în care să înțeleagă ce înseamnă aceste concepte, să caute specialişti care să le integreze în activitățile lor, astfel încât să dezvolte strategii în aceste direcții, pentru că sunt foarte multe oportunități atât pentru noi ca cetățeni, ca locuitori ai acestor comunități administrate local, cât şi pentru primari şi alți lideri care pot câştiga foarte mult electoral făcând lucruri care vor schimba viața comunităților în bine. Din perspectiva aceasta, oraşele sustenabile sau inteligente pot părea nişte termeni foarte pompoşi şi folosiți fără sens, dar traducerea simplă este cea a oraşelor în care cetățenii trăiesc mai bine.

Liderii administrației locale au făcut lucruri astfel încât cetățenii să poată supraviețui aproape în orice condiții. Dacă ne uităm la ultimii 30 de ani, în momentul în care îți apare un lider care învață, colaborează cu specialiştii şi depune eforturi nu foarte mari, măcar minime, în interesul cetățeanului, vedem nişte schimbări incredibile şi cred că cu toții ştim că există. Există oraşe în România în care primarii au fost regretați, dar sunt nişte excepții. Iar asta pentru că puțini lideri locali au ales acest drum drept, corect şi eficient în ceea ce au de făcut din mandatul primit de la cetățeni.

Reporter: Considerați că, în România, economia circulară primeşte destulă importanță la nivelul autorităților publice locale şi centrale?

Dragoş Tuță: Nu primeşte destulă importanță. Dar din nou, nu e o chestie specifică României, o rezistență la schimbare. Orice tranziție, orice schimbare macroeconomică şi macrosocială aduce o astfel de rezistență. De multe ori, rezistența vine din rea-voință, dar şi de mai multe ori rezistența vine din lipsă de informare şi educare. Oamenii nu ştiu de ce să facă asta, de ce să schimbe. Nu găsesc nicio motivație. Ne este comod să continuăm aşa cum ştim, aşa cum am văzut în stânga şi în dreapta. Nu vrem să facem lucruri noi, nu vrem să ieşim din zona de confort şi asta se vede, cel mai bine în zona guvernamentală şi administrației locale. România nu e un stat care să stea pe loc. Viteza ni se pare nouă, celor care trăim aici, foarte mică. Şi personal, dacă mă întrebați, aş vrea ca România să devină o țară sustenabilă şi un model, la nivel mondial, de mâine. Este ce mă motivează să fac ce fac. Dar trebuie să fim realişti şi să înțelegem că e important să le cerem celor care ne guvernează, în comunitățile locale sau la nivel național, să accelereze, altfel nu avem cum să schimbăm lucruri.

Reporter: Cum am putea fi mai sustenabili, noi, ca oameni, în viețile noastre personale?

Dragoş Tuță: Cel mai sincer cu noi suntem acasă, împreună cu familia, în locul în care ne simțim cel mai bine şi cel mai relaxați. Dar este momentul, cel puțin pentru cetățenii educați din perspectiva sustenabilității din marile centre urbane, să conştientizeze că atunci când pleacă de acasă şi merg la birou au un impact de multe ori mult mai mare asupra mediului prin deciziile pe care le iau la muncă față de cele pe care le iau acasă, în cadrul familiei. Şi atunci rugămintea mea şi încurajarea pe care o fac e să fim conştienți că deciziile noastre, atât de acasă, dar mai ales cele de la birou, creează un impact asupra multor oameni. Trebuie să luăm deciziile fiind conştienți de acest impact, să căutăm să eliminăm impactul negativ şi poate chiar să generăm impact pozitiv, pentru că de multe ori această schimbare ține de a spune DA sau NU la birou sau acasă şi nu ai nevoie de mult mai multe acțiuni. Pur şi simplu trebuie să faci lucrurile diferit şi atât. Efortul este acelaşi, nu e diferit.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

BANCI

„Piața este dominată de creditele ipotecare verzi”

(Interviu cu Tolga Banyocu, Director General Garanti Credite de Consum)

Piața este dominată de creditele ipotecare verzi, care, în unele cazuri, pot fi mai avantajoase din punct de vedere financiar, banii obținuți prin creditele ipotecare pot fi utilizați pentru locuințele sustenabile, ne-a spus, într-un interviu, Tolga Banyocu, Director General Garanti Credite de Consum. Printre altele, acesta ne-a precizat că împrumuturile de nevoi personale Green au început să aibă un aport din ce în ce mai mare în piața de creditare.

Reporter: Sustenabilitatea este din ce în ce mai mult văzută ca un mindset, mărimea afacerii fiind considerată pe alocuri irelevantă. Considerați că sustenabilitatea în business este importantă şi dacă da, cum vă raportați la ea?

Tolga Banyocu: Avem în față o mare provocare - schimbările climatice sunt considerate o amenințare iminentă la adresa securității mondiale. Majoritatea schimbărilor climatice sunt determinate în mare parte de acțiunile noastre, de modul în care ne raportăm la nevoile zilnice, iar dacă nu le controlăm, ne vom confrunta cu o situație dificilă la nivel mondial ce poate fi ireversibilă.

În acest context, sustenabilitatea a devenit o abordare de business care poate crea valoare pe termen lung, luând în considerare modul în care o anumită organizație operează în mediile ecologice, sociale şi economice.

Sustenabilitatea pleacă de la premisa că dezvoltarea unor astfel de strategii încurajează activitatea oamenilor din cadrul organizatiei, a modului în care este privită organizația de către parteneri/clienți, într-un final, prelungind longevitatea companiei.

În urmă cu câțiva ani, Garanti BBVA, compania-mamă a Garanti BBVA Credite de Consum, a pus în centrul atenției dezvoltarea responsabilă şi durabilă şi a dezvoltat practici inovatoare pentru a face față provocărilor din acest domeniu. Astfel, pentru a deveni un grup mai sustenabil, am luat câteva măsuri la nivelul companiei, încurajându-i pe toți angajații noştri să se alăture eforturilor noastre.

Reporter: Ce măsuri ați luat în cadrul companiei pentru a deveni o organizație mai sustenabilă?

Tolga Banyocu: Chiar dacă nu activăm în domeniul producției, încercăm să reducem deşeurile pe care le producem. Mai mult, reciclăm deşeurile selectiv, suntem atenți la utilizarea energiei electrice, a apei şi a hârtiei. Toate acestea sunt deja incluse în politicile companiei.

De asemenea, aplicăm un model de lucru hibrid, care contribuie la reducerea amprentei de carbon a angajaților noştri, deoarece aceştia nu trebuie să călătorească zilnic la locul de muncă.

În plus, şi foarte important, oferim instruire pentru personalul nostru, în colaborare cu una dintre cele mai mari instituții financiare internaționale, care este foarte activă în domeniul finanțării durabile, despre cum să fim sustenabili şi cum să dezvoltăm produse durabile pentru clienții noştri.

Mai mult decât atât, ne-am dezvoltat oferta prin adăugarea de produse financiare care contribuie la protejarea mediului înconjurător.

Reporter: Ce fel de produse?

Tolga Banyocu: Schimbările climatice reprezintă o provocare serioasă pentru existența şi natura umană şi este necesar să ne implicam şi să reducem pe cât posibil efectele negative ale activităților umane. Aşadar, în Garanti Credite de Consum încercăm să înțelegem constant nevoile clientilor nostri, cum putem contribui la educarea lor pentru a face achizitii cu un impact redus asupra mediului.

Astfel, ne-a venit ideea lansării produselor noastre sustenabile – Creditele Verzi. În septembrie 2021, am lansat primul nostru credit verde pentru persoanele fizice care planifică achiziții sustenabile. Astfel, românii pot solicita un credit de consum negarantat de până la 400.000 de lei pentru achiziționarea unei maşini sau biciclete electrice, a unor produse de renovare sustenabilă a locuinței, panouri solare pentru locuințele lor, electrocasnice ecologice sau chiar pentru plata avansului pentru o casă verde. Acestea sunt alegeri durabile care pot aduce câştiguri importante pe termen lung.

„Românii pot solicita un credit de consum negarantat de până la 400.000 de lei pentru achiziționarea unei maşini sau biciclete electrice, a unor produse de renovare sustenabilă a locuinței, panouri solare pentru locuințele lor, electrocasnice ecologice sau chiar pentru plata avansului pentru o casă verde. Acestea sunt alegeri durabile care pot aduce câştiguri importante pe termen lung".

După aproape un an, observăm o creştere a interesului clienților față de achizițiile ecologice. Astfel că sume importante sunt direcționate deja către acest tip de achizitiții.

Mai mult, recent, am devenit prima instituție financiară nebancară, activă pe segmentul creditelor de consum, care a primit un împrumut de 10 milioane de euro de la International Finance Corporation (IFC) pentru finanțare ecologică.

Împrumutul de 10 milioane de euro ne va permite să oferim o finanțare avantajoasă persoanelor fizice care aleg să investească în produse care contribuie la protecția mediului, inclusiv celor care întâmpină dificultăți în a accesa alte produse bancare.

Reporter: Ce ne puteți spune despre produsele de finanțare ecologică existente pe piață?

Tolga Banyocu: Piața este dominată de creditele ipotecare verzi, care, în unele cazuri, pot fi mai avantajoase din punct de vedere financiar, banii obținuți prin creditele ipotecare pot fi utilizați pentru locuințele sustenabile. De asemenea, creditele de nevoi personale Green au început să aibă un aport din ce în ce mai mare în piața de creditare.

Deci, în acest sens, majoritatea produselor disponibile pe piață vizează un anumit scop. Chiar şi atunci când am discutat cu instituții financiare internaționale, acestea au recunoscut că sunt interesate, mai degrabă, de finanțarea creditelor ipotecare, pentru că volumele sunt mai mari şi pot fi sigure de destinația banilor.

O particularitate a Creditului Green este că le solicităm clienților dovada destinației sumelor, fie că vorbim de o factură finală sau pro-formă sau de contracte de vânzare-cumpărare prin care dovedesc finanțarea unor investiții durabile.

Reporter: Considerați că societățile comerciale vor fi nevoite să accepte o reducere a eficienței (a profitului) pentru a fi mai sustenabile sau proiectele de sustenabilitate au scopul de a îmbunătăți în acelaşi timp eficiența unei societăți?

Tolga Banyocu: Credem cu tărie că un business derulat sustenabil reprezintă, mai presus de toate, o contribuție la protejarea mediului înconjurător, în contextul în care nevoia creşte cu fiecare zi.

Poate părea că măreşte costurile companiilor, însă, cu toate acestea, sustenabilitatea motivează organizațiile să fie mai atente la deşeurile produse şi să îşi deruleze activitatea mai eficient.

Reporter: Care credeți că sunt riscurile unei entități nesustenabile?

Tolga Banyocu: Cred că fiecare instituție trebuie să înceapă să facă paşi în direcția sustenabilității, dacă nu a făcut-o deja. Trebuie să ne amintim că acesta este un moment în care orice măsură de îmbunătățire a activității este crucială.

Sustenabilitatea nu mai este o opțiune, iar companiile trebuie să contribuie la protejarea naturii şi la îmbunătățirea calității vieții oamenilor.

În plus, trebuie remarcat faptul că şi clienții au devenit mai atenți la astfel de măsuri şi la orientarea companiilor către sustenabilitate, în urma acțiunilor întreprinse de companii. Prin urmare, nu va trece mult timp până când acest aspect va deveni criteriul lor de selecție.

Reporter: În ultimii ani vedem că se pune din ce în ce mai mult accent pe această direcție de economie verde, o accelerare la nivel legislativ care vine dinspre Comisia Europeană şi care influențează industrii, produse şi servicii şi schimbă afacerile. Cum se vede la dumneavoastră în bancă această schimbare?

Tolga Banyocu: În Garanti BBVA Credite de Consum ştim că modul de derulare a activității noastre nu trebuie să dăuneze mediului şi luăm în mod constant măsuri în acest sens, în cadrul organizației noastre. Nu trebuie să uităm că efectele activităților umane asupra climei globale sunt ireversibile şi ar trebui să depunem toate eforturile pentru a evita încălzirea globală şi a proteja natura. Fie că ne raportăm la noi ca indivizi sau colectiv, avem o mare responsabilitate în a reduce acest fenomen.

Mai mult decât atât, companiile pentru care lucrăm, instituțiile financiare, ar trebui, de asemenea, să adopte o atitudine similară, să se adapteze şi să evolueze, deoarece sustenabilitatea a devenit o parte esențială a afacerilor. Presiunea pentru schimbare vine din toate părțile, de la alegerea de către consumatori a unor produse şi servicii mai durabile, de la înăsprirea normelor de către autoritățile de reglementare şi până la investitori, care solicită angajamente ecologice.

Însă, partea bună este că au fost făcuți primii paşi pentru a încuraja migrarea către sustenabilitate. Astfel, trecerea la o economie globală mai durabilă se accelerează pe măsură ce guvernele, organizațiile şi clienții realizează cât de necesare sunt schimbările. Şi organizațiile au multe de câştigat din adoptarea unor strategii durabile, îmbunătățirea performanței şi ținerea pasului cu cerințele în schimbare rapidă ale consumatorilor lor.

Sustenabilitatea este cheia pentru construirea unei afaceri solide şi de succes pentru viitor, minimizând în acelaşi timp impactul negativ asupra mediului.

Reporter: Ce caracterizează o instituție de credit sustenabilă? Ce poate face ea pentru a deveni sustenabilă?

Tolga Banyocu: Băncile şi alte instituții financiare joacă un rol fundamental în alocarea resurselor financiare pentru populație şi companii. În aceste zile, societatea se aşteaptă ca instituțiile financiare să-şi pună la dispoziție resursele financiare pentru economia reală şi să ofere produse şi servicii care servesc interesului public, mai degrabă decât să dăuneze. Prin urmare, este de maximă importanță ca instituțiile de credit să evalueze şi să gestioneze în mod activ impactul lor asupra sustenabilității sociale şi de mediu.

Fiind motorul economiei, instituțiile financiare au un anumit grad de responsabilitate pentru a orienta resursele financiare către proiecte şi nevoi mai fezabile din punct de vedere ecologic. Astfel, instituțiile pot contribui la creşterea numărului de acțiuni şi alegeri sustenabile în rândul clienților lor.

Garanti BBVA Credite de Consum, în calitate de instituție financiară, poate acționa ca finanțator pentru o economie mai verde, dar şi să împărtăşească cunoştințele, să promoveze cooperarea cu părțile interesate externe şi să îşi folosească influența în societate, pentru a creşte gradul de conştientizare şi a obține rezultate în promovarea dezvoltării durabile.

Reporter: Aveți o strategie de sustenabilitate pentru perioada următoare? Dacă da, spuneți-ne ce include această strategie, care sunt obiectivele sale şi mijloacele de atingere a acestor obiective?

Tolga Banyocu: Grupul nostru defineşte sustenabilitatea drept un angajament de a construi o afacere solidă şi de succes pentru viitor, minimizând în acelaşi timp impactul negativ asupra mediului şi societății. Împărtăşim acest obiectiv pe termen lung cu clienții, angajații, acționarii şi comunitatea în care activăm.

Alături de întregul sistem bancar românesc, grupul nostru acționează ca un facilitator pentru implementarea în România a Pactului Verde al Uniunii Europene, care vizează ca UE să devină neutră din punct de vedere climatic până în 2050, prin trecerea la o economie curată, circulară, pentru refacerea biodiversității şi reducerea poluării.

„Alături de întregul sistem bancar românesc, grupul nostru acționează ca un facilitator pentru implementarea în România a Pactului Verde al Uniunii Europene, care vizează ca UE să devină neutră din punct de vedere climatic până în 2050, prin trecerea la o economie curată, circulară, pentru refacerea biodiversității şi reducerea poluării".

Reporter: Cum vedeți viitorul sustenabilității şi care sunt planurile dumneavoastră în acest domeniu?

Tolga Banyocu: România este, într-adevăr, încă la început în ceea ce priveşte conceptul de sustenabilitate. Cu toate acestea, ne aşteptăm ca acest lucru să se schimbe şi cred că primii paşi au fost deja făcuți, astfel că, în ultima vreme, auzim tot mai des despre finanțare ecologică şi investiții durabile.

Schimbările climatice reprezintă o provocare serioasă la adresa existenței umane şi a naturii şi nu putem sta deoparte; dimpotrivă, trebuie să luăm constant măsuri pentru a-i inversa efectele.

Prin urmare, în ultima vreme, ne concentrăm pe încurajarea orientării clienților noştri către achiziții sustenabile, prin acordarea de finanțare pentru achizițiile lor ecologice, inclusiv pentru acele persoane care întâmpină dificultăți în îndeplinirea condițiilor pentru alte produse bancare.

În plus, recentul acord semnat cu partenerul nostru pe termen lung, IFC, ne va ajuta să ne dezvoltăm portofoliul de credite verzi, sprijinind astfel mai mulți români în îndeplinirea planurilor lor sustenabile, aducând în acelaşi timp o contribuție importantă la protejarea mediului. Suntem convinşi că fiecare contribuție, indiferent cât de minoră, este esențială pentru generațiile viitoare.

Reporter: Mulțumesc! ■

PRODUSE SI SERVICII

“Incluziunea digitală şi angajamentele față de mediu - printre principalele obiective ale Orange”

(Interviu cu Veronica Dogaru, Corporate Communications & CSR Director Orange România)

● “Strategia Engage 2025 plasează responsabilitatea socială în centrul operațiunilor noastre” ● “Strategia vizează patru direcții importante: construirea unui mediu care permite egalitate digitală în rândul comunității, combaterea schimbărilor climatice, diversitatea şi egalitatea de şanse şi creşterea performanței”

În urmă cu doi ani, grupul Orange a lansat strategia Engage 2025, prin care plasează responsabilitatea socială în centrul operațiunilor sale, cu patru direcții importante: construirea unui mediu care permite egalitatea digitală în rândul comunității, combaterea schimbărilor climatice prin tranziția către o economie circulară și eficientizarea consumului de resurse, diversitatea și egalitatea de șanse, respectiv creșterea performanței, ne-a declarat în cadrul unui interviu Veronica Dogaru, Corporate Communications & CSR Director la Orange România.

Potrivit strategiei Engage 2025, incluziunea digitală și angajamentele față de mediu se numără printre principalele obiective ale operațiunilor Orang, conform doamnei Dogaru, care ne-a precizat: “Cele patru direcții strategice au menirea de a contribui la reducerea decalajului digital prin inițiative de educație digitală și conectivitate, reducerea impactului asupra mediului - prin îmbunătățirea eficienței energetice a rețelei, clădirilor și mijloacelor de transport, dar și prin adaptarea proceselor și creșterea gradului de aprovizionare cu enrgie din resurse regenerabile - și la crearea unei culturi incluzive prin construirea unui mediu de lucru bazat pe respect și pe egalitate de șanse”, a mai spus reprezentantul Orange România.

Reporter: Ce este sustenabilitatea în opinia dumneavoastră şi care sunt indicatorii prioritari pe care îi aveți în vedere?

Veronica Dogaru: În calitate de operator de telecomunicații, ne aflăm în centrul revoluției digitale, iar acest rol vine cu oportunități, dar şi cu multă responsabilitate. Din punctul nostru de vedere, sustenabilitatea se traduce atât prin acțiunile unei companii, cât şi prin cultura pe care o dezvoltă la nivelul organizației.

În urmă cu doi ani, Grupul Orange a lansat strategia Engage 2025, prin care plasează responsabilitatea socială în centrul operațiunilor sale, cu patru direcții importante: construirea unui mediu care permite egalitate digitală în rândul comunității, combaterea schimbărilor climatice - prin tranziția către o economie circulară şi eficientizarea consumului de resurse -, diversitatea şi egalitatea de şanse, respectiv creşterea performanței, pentru a îndeplini angajamentele față de societate.

Astfel, în continuarea unor inițiative începute în urmă cu mai mulți ani, dar cu un binevenit impuls oferit de noua viziune de business, performanța companiei se va măsura nu doar din perspectiva criteriilor economice, ci şi prin angajamentele împlinite față de societate şi de mediu.

Orange România măsoară şi raportează anual impactul pe care compania îl are asupra mediului. Urmărim cu atenție evoluția acestor date şi reducerea impactului pe care activitatea noastră o poate avea asupra mediului

reprezintă o prioritate. Tocmai de aceea, în completarea inițiativelor interne demarate în acest scop, suntem constanți şi în implementarea unor proiecte care îi pot ajuta pe clienții noştri să înțeleagă şi să aplice principiile economiei circulare. Printre cele mai recente inițiative se află programul “RE”, care aduce la îndemâna românilor patru tipuri de produse şi servicii care îi pot ajuta să fie mai prietenoşi cu mediul: telefoane recondiționate - adăugate pentru prima oară în portofoliul unui operator -, dar şi servicii pentru repararea, recumpărarea sau reciclarea produselor.

Reporter: Aveți o strategie de sustenabilitate pentru perioada imediat următoare?

Veronica Dogaru: În strategia care ne ghidează în activitatea de zi cu zi, Engage 2025, incluziunea digitală şi angajamentele față de mediu se numără printre principalele obiective ale operațiunilor noastre. Cele patru direcții strategice despre care vorbeam mai devreme au menirea de a contribui la reducerea decalajului digital prin inițiative de educație digitală şi conectivitate, reducerea impactului asupra mediului - prin îmbunătățirea eficienței energetice a rețelei, clădirilor şi mijloacelor de transport, dar şi prin adaptarea proceselor şi creşterea gradului de aprovizionare cu enrgie din resurse regenerabile - şi la crearea unei culturi incluzive - prin construirea unui mediu de lucru bazat pe respect şi pe egalitate de şanse.

Reporter: Care considerați că sunt riscurile unei societăți nesustenabile, pe de o parte, iar pe de altă parte care sunt riscurile acestui marş forțat către o energie verde?

Veronica Dogaru: Ceea ce trebuie să nu ne scape din vedere nici o clipă este faptul că resursele, de orice fel, nu sunt inepuizabile. Iar principalul risc al unei societăți care nu aplică nici un principiu de sustenabilitate este acel punct fără cale de întoarcere în care accesul la resurse este limitat puternic. Astfel, atât companiile, cât şi comunitățile în general trebuie să se concentreze pe a identifica modul în care nevoile oamenilor pot fi satisfăcute fără a depăşi plafonul ecologic, resursele pe care Planeta ni le poate oferi.

Societatea poate să prospere doar atunci când membrii ei înțeleg că respectarea principiilor ecologice este la fel de importantă precum respectarea celor economice sau de integritate. Ideală, desigur, ar fi găsirea unui echilibru.

Reporter: Care considerați că sunt beneficiile raportării de sustenabilitate. Credeți că firmele mari ar trebui să-şi calculeze şi să-şi publice amprenta anuală de carbon?

Veronica Dogaru: Raportările anuale au un rol clar de transparentizare a proceselor, iar ele sunt importante pentru că ne ajută să înțelegem mai bine şi care este impactul asupra mediului şi resurselor, nu doar cel economic. În plus, ele sunt esențiale în procesele de eficientizare sau limitare a consumului de resurse, ceea ce, până la urmă, poate avea un impact şi la nivel de business.

Calcularea amprentei de carbon, pe de altă parte, este un proces laborios, însă la fel de util pentru orice companie. Iar publicarea unor asemenea rapoarte pot fi o oportunitate de a împărtăşi cele mai bune practici şi de a învăța unii de la alții.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

AGRICULTURA

“Agricultura ecologică este viabilă şi chiar mai profitabilă pentru fermieri”

(Interviu cu Alex Cristescu, membru în boardul Norofert)

● “Astăzi, agricultura ecologică reprezintă doar 4% din suprafața totală arabilă din România, față de 25% - suprafața recomandată de UE prin Grean Deal” ● “Pentru noi, strategia principală de sustenabilitate este să extindem baza de clienți în regim ecologic”

Agricultura ecologică este viabilă şi chiar mai profitabilă pentru fermieri, spune Alex Cristescu, membru în Consiliul de Administrație al Norofert (NRF), care a avut amabilitatea să acorde un interviu ziarului BURSA. Potrivit acestuia, astăzi, agricultura ecologică reprezintă doar 4% din suprafața totală arabilă din România, față de 25% suprafața recomandată de UE prin Grean Deal.
Potrivit domnului Cristescu, Europa a înțeles că agricultura este o industrie poluatoare și că, prin cercetarea din microbiologie, se poate intra într-o nouă eră, care să aducă beneficii nu numai pentru consumatorul final, dar și pentru societate și mediu. Totodată, arată oficialul Norofert, există astăzi numeroase produse adresate fermierilor care își doresc trecerea spre agricultură în regim ecologic. În plus, aceștia beneficiază de subvenții mai mari și un preț mai mare pentru cerealele cultivate în acest regim.
În prezent, cota de piață Norofert în agricultura ecologică în România este de aproximativ 30%.

Reporter: Norofert este cel mai mare producător de inputuri ecologice din România, iar acest lucru în sine spune ceva despre impactul pozitiv al Norofert în ceea ce privește reducerea emisiilor de CO2 din agricultură, o sursă importantă de emisii de carbon la nivel global. Care sunt obiectivele companiei şi țintele în ceea ce privește sustenabilitatea şi cu ce produse ecologice veniți în întâmpinarea clienților?

Alex Cristescu: Pentru început, dorim să subliniem că agricultura ecologică este viabilă şi chiar mai profitabilă pentru fermieri. Astăzi, agricultura ecologică reprezintă doar 4% din suprafața totală arabilă din România, față de 25% suprafața recomandată de UE prin Grean Deal pentru agricultura ecologică.

Norofert are şansa să contribuie la atingerea acestui obiectiv, în special prin intermediul programelor de investiții care vizează creşterea capacității de producție. În plus, ne mândrim cu procesul de cercetare susținut de Norofert în segmentul ecologic, despre care amintim că nu foloseşte chimicale sintetizate din gaze naturale, ci micro-organisme şi alte materii prime organice, studiul cărora este crucial pentru dezvoltarea durabilă a agriculturii. Ca exemple de top ale activității noastre de cercetare, putem menționa produsele dezvoltate care sechestrează carbonul în sol precum şi produsele care ajută la păstrarea umidității, esențiale înperioadele de secetă.

Strategia noastră principală de sustenabilitate are doi piloni. În primul rând, prin producția de inputuri ecologice am reuşit să ne detaşăm de gazele pentru sinteză. Astfel, scopul nostru de a ne extinde clientela, prin cooptarea de fermieri în regimul ecologic, este unul cu multiple implicații la scară largă, vizând simultan şi eliminarea a mare parte din gazele cu efect de seră, care sunt emise la cultivarea în regim convențional.

În al doilea rând, utilizarea inputurilor ecologice duce la îmbunătățirea biodiversivității solului, datorită faptului că au un impact redus asupra faunei şi florei. Mai important, inputurile ecologice nu afectează proprietățile pânzei freatice, spre deosebire de inputurile convenționale, care conțin chimicale care la eliberare produc dezechilibre naturale în râuri, mări şi oceane.

Orice activitate umană produce rezultate, iar în cazul unei companii, acestea sunt de natură financiară şi non-financiară. Rezultatele financiare, însă nu înglobează întotdeauna toate elementele unui business şi aici intervin rezultatele non-financiare, care arată cu adevărat întregul impact al unei companii asupra mediului şi societății. Pe lângă profitabilitate, modelul de afaceri trebuie să ia în considerare impactul entității şi activității comerciale asupra spectrului social şi asupra mediului.

După efectuarea unei analize, orice companie se poate adapta pentru a-şi reduce efectele negative şi a-şi îmbunătăți performanța financiară. Pentru noi, sustenabilitatea înseamnă un model de afaceri viabil, care livrează un aport pozitiv prin produse şi servicii, adaptat să aducă beneficii societății şi mediului.

> *Astăzi, agricultura ecologică reprezintă doar 4% din suprafața totală arabilă din România, față de 25% suprafața recomandată de UE prin Grean Deal pentru agricultura ecologică".*

Reporter: Cum apreciați demersurile europene penru trecerea la o economie verde?

Alex Cristescu: Europa a înțeles că agricultura este o industrie poluatoare şi că, prin cercetarea din microbiologie, se poate intra într-o nouă eră, care să aducă beneficii nu numai pentru consumatorul final, dar şi pentru societate şi mediu.

Şi condițiile devin favorabile. Există astăzi numeroase produse adresate fermierilor care îşi doresc trecerea spre agricultură în regim ecologic. Mai mult, aceştia beneficiază de subvenții mai mari şi un preț mai mare pentru cerealele cultivate în acest regim.

În România se produce totodată un schimb generațional, mai ales în rândul fermierilor. Luând toate acestea în considerare, observăm că dispunem de un mediu favorabil pentru creşterea ponderii agriculturii ecologice în economie. Acesta este motivul pentru care noi investim intens în extinderea capacității de producție, pentru a deservi această piață dinamică, prin produse aflate la standarde de vârf.

Reporter: Ce proiecte aveți în domeniul sustenabilității/economiei circulare? Care este cota de piață a Norofert în agricultura ecologică?

Alex Cristescu: Norofert a înțeles avantajele unui model de afaceri integrat şi sustenabil în agricultură, compania fiind clădită pe trei piloni: cercetarea, producția şi comercializarea de inputuri ecologice, operarea unei ferme proprii de 1.000ha în regim ecologic şi, nu în ultimul rând, trading de cereale.

În practică, noi furnizăm inputurile ecologice către partenerii noştri - fermierii - împreună cu toate serviciile de care au nevoie pentru a-şi lucra pământul în regim ecologic. Apoi, la recoltă, preluăm cerealele şi le dăm mai departe către procesatorul final. Astfel, fermierul accesează o piață, prin intermediul contractelor pe care noi le semnăm în prealabil cu procesatorii, iar aceştia din urmă au garanția calității.

Totodată, Norofert are propria fermă de 1.000ha în Zimnicea. Aceasta nu este doar un centru de profit pentru noi, ci şi o platformă de cercetare şi bune practici pentru agricultura ecologică. În plus, ferma reprezintă şi un activ care ne reduce amprenta de carbon, prin procesele de fotosinteză, dar şi prin sechestrarea carbonului în sol.

Pentru a putea ajunge în acest punct, Norofert a atras prin intermediul mijloacelor oferite de piața de capital peste 25 milioane de lei în ultimii 3 ani. Din această sumă, în fabrica de la Filipeştii de Pădure s-au investit până în prezent aproximativ 11 milioane lei, iar la ferma din Zimnicea 10,5 milioane de lei.

Anul acesta am primit aprobarea din partea Adunării Generale a Acționarilor Norofert pentru a achiziționa fabrica (de la Filipeştii de Pădure), o tranzacție ce va ajunge undeva la 5 milioane de lei. În prezent, suntem chiriaşi, deoarece mizăm pe dezvoltarea halelor pentru mărirea capacității de producție. De asemenea, o investiție viitoare de mare importanță şi impact vizează instalarea de centrale fotovoltaice.

Cota de piață Norofert în agricultura ecologică în Romania este de aproximativ 30%.

Reporter: În ultima perioadă se discută despre impactul negativ al ESG - multe societăți din sectorul de petrol şi gaze nu au mai atras aceleaşi finanțări ca în trecut, nu au mai făcut investiții pentru că produsele finale sunt aşteptate să fie scoase din uz în următorii 15-20 de ani, iar ca urmare a acestei tendințe s-a ajuns la shortageuri pe multe mărfuri energetice de bază, cu impact inflaționist pe toate lanțurile la nivel mondial. Cum apreciați această situație?

Alex Cristescu: După cum aminteam mai sus, la Norofert considerăm că, pe lângă rapoartele financiare, trebuie să furnizăm celor peste 3.000 de acționari şi rapoarte non-financiare. Astfel, am publicat Raportul de Sustenabilitate care este compus din două părți:

- Impactul pozitiv asupra mediului prin inputuri ecologice, a căror utilizare conduce la o reducere substanțială a gazelor cu efect de seră în producție dar, mai important, stimulează biodiversivitatea în sol;

- Raport şi Rating ESG realizat de către Sustainalytics, o companie Morningstar, în cadrul căruia am fost clasați pe poziția numărul 17 din 56 de companii la nivel internațional în subindustria agro-chimică. Acest raport analizează cum compania noastră administrează riscurile specifice sub-industriei.

> *Norofert a înțeles avantajele unui model de afaceri integrat şi sustenabil în agricultură, compania fiind clădită pe trei piloni: cercetarea, producția şi comercializarea de inputuri ecologice, operarea unei ferme proprii de 1.000 ha în regim ecologic şi, nu în ultimul rând, trading de cereale".*

ESG ajută la alinierea unei companii cu standarde internaționale privitoare la modelul de afaceri, proceduri şi politici. Se urmăreşte astfel implementarea de mecanisme de gestiune cât mai responsabile a efectelor asupra mediului, societății şi guvernanței corporative.

Cu alte cuvinte, noi construim o companie care se poate raporta la standarde internaționale ridicate, pe care le considerăm ca având un rol fortificant pentru modelul de afaceri.

Pentru noi, strategia principală de sustenabilitate este să extindem baza de clienți în regim ecologic, sporind astfel impactul asupra mediului, prin reducerea gazelor cu efect de seră şi mărirea biodiversivității în sol pe arii cât mai extinse din teritoriul arabil al României.

Reporter: Care considerați că sunt beneficiile acestei raportări de sustenabilitate şi a criteriilor ESG?

Alex Cristescu: Raportul de Sustenabilitate, cu acest Impact pozitiv asupra mediului şi Rating ESG, ne ajută să explicăm mai bine modelul de afaceri al Norofert tuturor celor interesați. În acelaşi timp, va reprezenta un atu să accesăm finanțare de la bănci sau alte instituții cu dobânzi mai reduse.

Referitor la publicarea de date precum amprenta de carbon sau alte raportări non-financiare, în urma unei analize a legislației din SUA şi UE, a devenit destul de clar că astfel de raportări vor deveni obligatorii în câțiva ani, mai ales la companii mari şi medii. Orice companie care țintește o creştere pe viitor trebuie să ia în considerare raportări non-financiare.

Cu siguranță orice factor motivator este binevenit, însă fiscalitatea în România este una competitivă, în virtutea cotei unice. Incluzând în această ecuație multiple posibilități de finanțare de la bănci, piața de capital sau prin fonduri europene, se creează multe oportunități.

Noi suntem optimişti când este vorba de România, pentru că oferă opțiuni şi conjuncturi propice dezvoltării. Raportul de simbioză între autorități şi antreprenori îi motivează pe aceştia din urmă să dezvolte companii competitive şi bine capitalizate, care pot ulterior investi în produse şi servicii sustenabile. Acest ciclu este unul de durată şi care nu suportă întrerupere sau amânare, precum s-a întâmplat în trecut.

Reporter: Ce presupune tranziția către un stil de viață sustenabil, în opinia dumneavoastră?

Alex Cristescu: Tranziția către un stil de viață sustenabil presupune, în primul rând, înțelegerea faptului că trebuie să aducem schimbări felului în care ne desfăşurăm chiar şi activitățile zilnice.

De la transportul pe care îl utilizăm, la cum şi unde ne facem cumpărăturile şi chiar şi dacă suntem atenți sau nu la etichete, toate aceste decizii aparent lipsite de consecințe imediate sunt, de fapt, factori cruciali pentru a cuantifica impactul nostru asupra mediului.

Un asemenea factor, cu o influență foarte perceptibilă chiar şi asupra noastră este alimentația. Este de la sine înțeles faptul că, dacă țintim spre o alimentație bogată şi echilibrată, va trebui să alegem organic. Din păcate, nu de puține ori suntem constrânşi să consumăm asemenea produse cu etichete bio şi eco de la procesatori autohtoni, uneori la prețuri mult prea mari pentru consumatorul de rând.

Cerealele produse cu inputurile Norofert sunt exportate la procesatori externi, pentru că, din păcate, România duce lipsă de aceştia. O cerere sporită pe partea de consum ne-ar permite să păstrăm cerealele în țară, atât pentru a face alimentația organică mai accesibilă, cât şi pentru a genera valoare adăugată aici.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

AFACERI

GLOBAL FOOTPRINT NETWORK:

Omenirea trăiește pe datorie - nu doar financiar, ci și din punctul de vedere al resurselor

● România şi-a consumat cota de resurse pe 11 iunie, cu 10 zile mai devreme decât în 2021 şi cu 1 lună mai devreme față de 2020 şi 2019

Începând cu data de 28 iulie, omenirea va trăi din nou pe datorie după ce va fi consumat resursele Terrei din acest an, arată datele şi modelările ONG-ului american Global Footprint Network. România şi-a consumat cota de resurse pe 11 iunie, cu 10 zile mai devreme decât în 2021 şi cu 1 lună mai devreme față de 2020 şi 2019. Cercetătorii de la ONG-ul american, care realizează acest studiu în fiecare an, din 1970 încoace, atrag atenția asupra consumului tot mai rapid al resurselor, în condițiile în care capacitatea planetei este limitată.

Astfel, omenirea va consuma, la nivel global, cota de resurse naturale ale Pământului pentru anul 2022 cu o zi mai devreme comparativ cu 2021 şi 2019, pe 28 iulie, după ce viteza consumului scăzuse în 2020 din cauza blocajelor provocate de pandemia de coronavirus.

În fiecare an, Earth Overshoot Day (EOD – Ziua Suprasolicitării Pământului) marchează data la care omenirea a folosit toate resursele naturale pe care Pământul le regenerează pe parcursul întregului an. În prezent, omenirea foloseşte cu 75% mai mult decât ceea ce pot regenera ecosistemele planetei - sau în alți termeni, omenirea consumă resursele a "1,75 planete" în fiecare an. De la Earth Overshoot Day şi până la sfârşitul anului, omenirea funcționează în regim de deficit ecologic.

Factorii determinanți notabili sunt creşterea cu 6,6% a amprentei de carbon în 2021 față de anul trecut, precum şi scăderea cu 0,5% a biocapacității forestiere globale, cauzată în mare parte de defrişările din Amazon. Numai în Brazilia, 1,1 milioane de hectare au fost pierdute în 2020, iar estimările pentru 2021 indică o creştere de până la 43% de la an, la an a defrişărilor.

România şi-a consumat cota de resurse pe 11 iunie în acest an, față de 21 iunie în 2021, 11 iulie în anul 2020 şi 12 iulie în 2019. Pentru comparație, Bulgaria a atins limita consumului de resurse pe 8 iunie, Slovenia pe 18 aprilie, Turcia pe 22 iunie. În 2022, potrivit Global Footprint Network, amprenta de carbon a sectorului de transporturi a revenit peste nivelurile de dinainte de pandemie.

Data este stabilită în funcție de amprenta ecologică a activităților umane (suprafețe terestre şi maritime necesare pentru a produce resursele consumate şi pentru a absorbi deşeurile populației) şi "biocapacitatea" Terrei - capacitatea ecosistemelor de a se regenera şi de a absorbi deşeurile produse de oameni, mai ales captarea CO2. "Ziua depăşirii" are loc când presiunea umană depăşeşte capacitățile de regenerare ale ecosistemelor naturale, conform raportului publicat de ONG-ul american.

ONG-ul avertizează că, în ultimii 50 de ani, data la care omenirea începe să trăiască "pe datorie" se produce tot mai devreme: 1970 - 29 decembrie, 1980 - 4 noiembrie, 1990 - 11 octombrie, 2000 - 23 septembrie şi 2010 - 7 august. În 2019, omenirea a consumat resursele pe 29 iulie, iar în 2020, pe 22 august. În 2020, diferența de trei săptămâni înregistrată s-a datorat lockdown-urilor şi reducerii activității economice ca urmare a pandemiei de Covid-19. ■

COMPANII

"Viitorul este electric"

(Interviu cu Lucian Enaru, Country General Manager Schneider Electric România)

Schneider Electric împlinește anul acesta 25 de ani de prezență în România, reunind o echipă puternică, un portofoliu impresionant de clienți și de parteneri și o importanță regională în creștere, în contextul unei economii în care consumul de energie electrică este tot mai important. Un pionier al automatizării și al sustenabilității în afaceri, Schneider Electric câștigă acum teren cu tehnologii și soluții care prevestesc lumea de mâine. Discutăm în acest an aniversar cu Lucian Enaru, Country General Manager Schneider Electric România.

„Am vorbit despre eficienţă energetică încă de când acest concept era puţin cunoscut, pentru că puţini erau cei care vedeau cu ce viteză extraordinară creşte consumul de energie electrică la nivel global şi ce presiune pune acest fenomen asupra reţelelor urbane".

Reporter: Cum a evoluat industria şi cum a evoluat Schneider Electric România în acest sfert de secol?

Lucian Enaru: Prin natura activității noastre, ne-am situat cumva mereu în viitor, în raport cu necesitățile clienților noştri, pe tot parcursul acestor 25 de ani. Am vorbit despre eficiență energetică încă de când acest concept era puțin cunoscut, pentru că puțini erau cei care vedeau cu ce viteză extraordinară crește consumul de energie electrică la nivel global şi ce presiune pune acest fenomen asupra rețelelor urbane.

Între timp, industria auto a migrat puternic către energie electrică, pandemia a determinat multe business-uri să se mute online, solicitând puternic centrele de date, lumea întreagă caută să folosească, pe cât posibil, energii verzi, iar noi, cu soluțiile, produsele şi programele noastre, suntem excelent poziționați să venim în întâmpinarea tuturor acestor provocări. Experiența la nivel global, de peste 180 de ani, ne-a ajutat să anticipăm tendințele unei piețe mereu în schimbare.

Schneider Electric a reuşit, prin soluția EcoStruxure, să răspundă provocărilor în ceea ce privește eficiența energetică în cele mai importante segmente de activitate. Aceste soluții interconectează şi monitorizează locuințe, clădiri, centre de date, unități de producție şi nu numai. Ne sprijinim, astfel, partenerii să-şi atingă obiectivele proprii de decarbonizare. În medie, companiile reuşesc să-şi reducă emisiile de carbon cu aproximativ 20% prin utilizarea eficientă a energiei.

După calculele noastre, la nivel global, prin soluțiile EcoStruxure, am reusit să prevenim, începând cu 2018, emisia a 800 milioane de tone de dioxid de carbon.

Reporter: Dar nu a fost întotdeauna aşa…

Lucian Enaru: Nu a fost întotdeauna aşa. În nume propriu, Schneider Electric a venit în România, într-adevăr, acum 25 de ani, reunind operațiunile companiilor Telemecanique şi Merlin Gerin, care erau prezente pe piață încă din 1993. Am venit de la bun început pe o bază solidă, dar cu ambiții foarte mari şi cu un portofoliu de produse şi soluții care ne justifică ambițiile. În primul an, în 1997, am deschis filiale în Constanța, Cluj, Iaşi, Braşov, Craiova şi Timişoara, pentru că ne interesau pe de o parte marile centre urbane, cu proiecte rezidențiale în derulare, iar pe de altă parte centrele industriale, unde puteam propune soluțiile noastre pentru marile companii. La început am avut clienți în special din rândul marilor multinaționale, companii industriale active în România. Costul energiei electrice sau al altor tipuri de combustibili nu era încă o problemă atât de acută. Dar, cum spuneam, noi vedeam tendințele încă de pe atunci şi împărtăşeam informațiile cu potențialii clienți pe care ştiam că îi putem ajuta cel mai mult.

Reporter: În 2004 ați integrat TAC - Building Management Systems…

Lucian Enaru: Da, compania suedeză a fost integrată de Schneider Electric în 2003 şi, un an mai târziu, puteam furniza local soluții de building management system. A fost un moment propice pentru că piața imobiliară, rezidențială şi de birouri era în plină expansiune, iar dezvoltatorii începeau să-şi pună probleme legate de managementul eficient al clădirilor, pe măsură ce costurile legate de construcții creşteau şi se reflectau în chirii. Ca să-şi mențină competitivitatea şi profitabilitatea pe piață au început să integreze soluții automate de management al clădirilor, iar treptat şi acest segment a început să se dezvolte pentru noi.

În prezent, criteriile economice, de grad de ocupare şi de calitate a ocupării, dar şi obiectivele de sustenabilitate ale multora dintre companiile care închiriază sau dețin mari centre de birouri fac ca soluțiile noastre să fie extrem de binevenite. Iar noi le-am dezvoltat acum integrând realitatea virtuală şi inteligența artificială, pentru a le face şi eficiente, dar şi relativ simplu de accesat şi integrat.

Reporter: Achiziția APC din 2008 a fost şi ea o etapă importantă în dezvoltarea companiei.

Lucian Enaru: Desigur că această achiziție ne-a pregătit pentru migrarea semnificativă care a avut loc pe parcursul pandemiei – pe de o parte am avut o mulțime de oameni care au continuat să lucreze de acasă sau de oriunde, oameni care aveau nevoie de surse constante şi continue de energie electrică, iar pe de altă parte am avut un număr mare de business-uri care au migrat integral online şi care au avut nevoie de servicii de centre de date sau de centre de date proprii. Faptul că eram pe piață din 2008, că aveam un track record de proiecte de succes şi game de produse foarte complexe, ne-a ajutat şi ne ajută în continuare.

Toate achizițiile internaționale ne-au făcut ca, pe măsură ce au trecut anii, să ne consolidăm expertiza şi să ne diversificăm oferta de produse, soluții şi servicii. Serviciile au o pondere în creştere în portofoliul nostru şi e firesc să fie aşa. Instalațiile trebuie întreținute, actualizate, scalate, înlocuite atunci când este cazul. Vedem cât de important este în sectorul de sănătate, unde pentru securitatea pacienților şi a cadrelor medicale am colaborat în ultima vreme cu sute de spitale, înlocuind tablouri electrice sau întregi sisteme, uneori pentru prima dată după zeci de ani.

Reporter: Care sunt direcțiile pe care va continua să se dezvolte Schneider Electric în următorii 25 de ani?

Lucian Enaru: Cu toții ne dorim o planetă mai sănătoasă şi un viitor mai sustenabil pentru generațiile viitoare. Dar în acelaşi timp, ne dorim confort, acces facil la inovație şi evoluție, clădiri şi oraşe moderne. Ca să putem beneficia de ambele, e nevoie de un efort sustenabil la nivel de individ. Companiile mari sunt tot mai orientate către sustenabilitate, însă câți dintre noi conştientizăm cu adevărat impactul pe care-l avem asupra mediului înconjurător pe termen lung?

În Schneider Electric asta încercăm să realizăm, pe lângă eforturile constante de a ajuta partenerii să aibă, la rândul lor, afaceri sustenabile, să sprijinim comunitățile să conştientizeze impactul pe care-l au. Cum facem acest lucru? Prin educație, creativitate, inovație şi experiență. Schneider Electric România priveşte spre viitorul acesta sustenabil şi contribuie la consolidarea lui, de 25 de ani.

Schneider Electric nu vinde o soluție, un serviciu sau un produs care să răspundă tendințelor actuale. Schneider Electric are o misiune clară în ceea ce priveşte sustenabilitatea şi ştim că dincolo de tendințele actuale care răspund unor nevoi pe termen scurt, există un obiectiv comun care poate fi atins printr-o anumită predictibilitate. Astfel că soluțiile noastre sunt concepute pentru a răspunde tendințelor actuale, dar şi pentru a îmbunătăți viețile, sănătatea, starea de bine şi siguranța cetățenilor. Iar aceste aspecte au nevoie de timp, ele se construiesc pe termen lung. Când locuim, lucrăm sau ne tratăm într-o clădire modernă care are încorporată componenta inteligentă, starea noastră fizică şi mentală se îmbunătățeşte. Când locuim în oraşe cu facilități care au incorporate tehnologii de ultimă generație, care asigură eficiență energetică, care țin cont de reducerea emisiilor de carbon, suntem în siguranță. Şi cred că de asta avem nevoie cu toții, din punctul în care suntem, să privim cu speranță spre un viitor sustenabil.

Sustenabilitatea va deveni o cerință tot mai accentuată, pe măsură ce consumul nu încetează să crească şi resursele epuizabile sunt... ei bine, epuizabile. Un control automat al casei, al clădirii de birouri, al halei de producție va fi nu numai necesar pentru un consum rațional şi echilibrat, ci şi pentru confortul nostru. Ne vom obişnui tot mai mult să interacționăm cu inteligența artificială şi vom începe să învățăm şi noi de la ea, nu doar vice versa.

Potențial enorm au, în continuare, marile companii industriale şi, de altfel, către ele ne îndreptăm acum la nivel global. Ne uităm cu atenție nu numai la centrele lor proprii de producție, ci şi la furnizorii lor de materiale şi materii prime, analizăm lanțurile valorice şi venim cu propuneri care să reducă amprentele de carbon şi consumurile de energie la nivelul tuturor verigilor. Acesta este un aspect care ne privește pe fiecare dintre noi. Şi scopul nostru este foarte simplu: să permitem tuturor să profite la maximum de energia şi resursele noastre. Credem că tehnologia ne permite să sustinem progresul şi sustenabilitatea pentru toți. La Schneider Electric numim acest lucru Life Is On, pentru că, pe de o parte, trebuie să aducem energie tuturor oamenilor care nu au acces la ea, dar în acelaşi timp trebuie să ne asigurăm că amprenta de carbon va fi injumătățită în următorii 20 de ani.

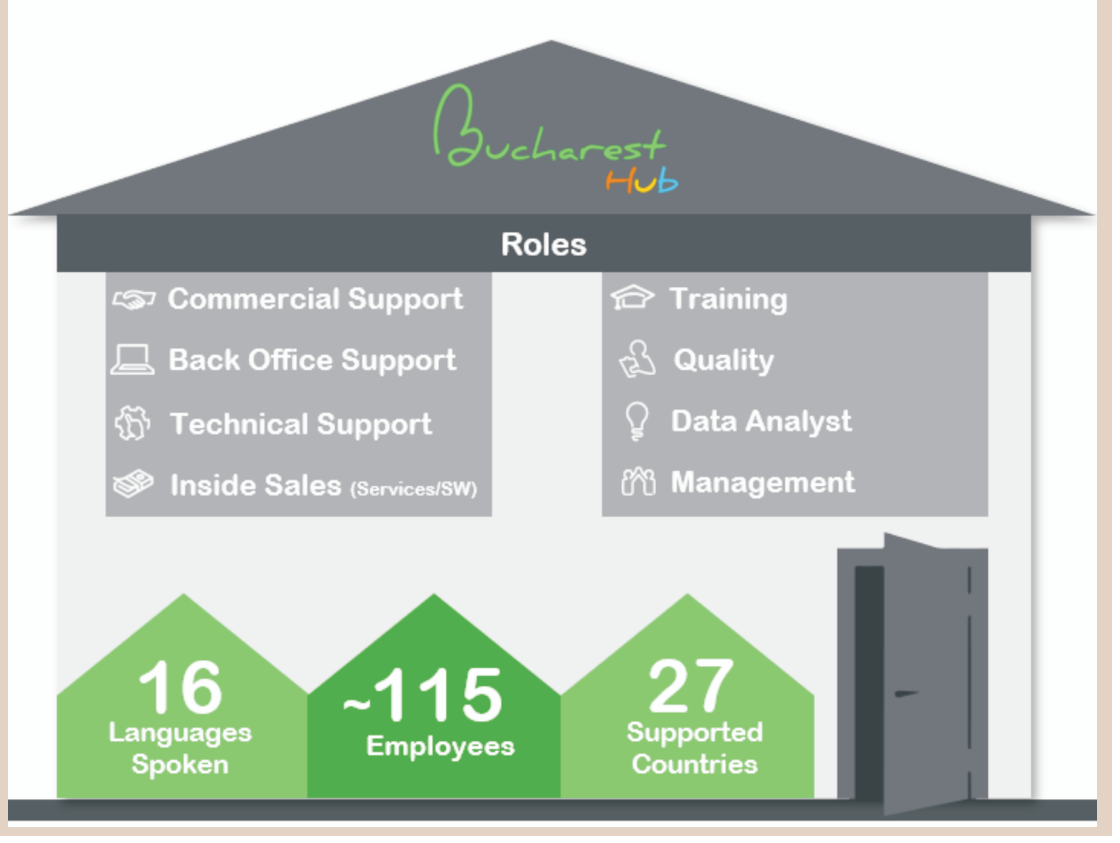
Viitorul este electric, misiunea noastră este să ne asigurăm că poate fi alimentat continuu şi eficient şi că, dincolo de toate, este sustenabil.

Reporter: Mulțumesc! ■

„Cu toții ne dorim o planetă mai sănătoasă şi un viitor mai sustenabil pentru generațiile viitoare. Dar în acelaşi timp, ne dorim confort, acces facil la inovație şi evoluție, clădiri şi oraşe moderne. Ca să putem beneficia de ambele, e nevoie de un efort sustenabil la nivel de individ".

Centrul Regional de Suport Clienți – Bucharest HUB

Bucharest Shared Services HUB reuneşte aproximativ 120 de colegi care vorbesc 16 limbi diferite, acoperind 27 de țări şi reprezintă un partener global care furnizează o experiență unică pentru clienții noştri din întreaga lume. Orientarea către calitate şi eficiență, prin inovație şi angajament, ne ajută să livrăm servicii de calitate şi să răspundem celor mai exigente cerințe. ■



MATERIALE DE CONSTRUCTII

"Dezvoltarea sustenabilă a unui business înseamnă strategie"

(Interviu cu domnul Cosmin Pătroiu, CEO TeraSteel)

Dezvoltarea sustenabilă a unui business înseamnă strategie, dincolo de cifre, este de părere Cosmin Pătroiu, CEO TeraSteel. Acesta ne-a precizat, într-un interviu: "Sustenabilitatea în afaceri înseamnă capacitatea de a te dezvolta cu impact minim asupra resurselor naturale, de a crea mai mult cu mai puțin. Această provocare ar trebui să devină un obiectiv pentru fiecare companie producătoare".
O societate axată doar pe consum, în detrimentul protejării și regenerării resurselor, va conduce în mod firesc la epuizarea lor, apreciază Cosmin Pătroiu.

Reducerea consumului de apă de la rețea cu 50% începând cu 2023 este un anagajament pe care vrem să îl respectăm".

Reporter: Sustenabilitatea este din ce în ce mai mult văzută ca un mindset, mărimea afacerii fiind considerată pe alocuri irelevantă. Considerați că sustenabilitatea în business/afaceri este importantă şi dacă da, cum vă raportați la ea?

Cosmin Pătroiu: Dezvoltarea sustenabilă a unui business înseamnă strategie, dincolo de cifre. Sustenabilitatea în afaceri înseamnă capacitatea de a te dezvolta cu impact minim asupra resurselor naturale, de a crea mai mult cu mai puțin. Această provocare ar trebui să devină un obiectiv pentru fiecare companie producătoare.

Schimbările climaterice reprezintă una dintre cele mai importante probleme cu care se confruntă lumea astazi. Doar 1,5 grade ne separă de depăşirea limitei de încalzire globală, cu efecte devastatoare asupra mediului şi calității vieții noastre.

De aceea, la TeraSteel, prin proiectul Planet Passionate, am fixat obiective concrete pentru următorii zece ani, pe patru mari direcții: energie, carbon, circularitate şi apă. Aceasta vizează toate activitățile companiei, de-a lungul întregului lanț valoric.

Reporter: Considerați că firmele vor fi nevoite să accepte o reducere a eficienței (a profitului) pentru a fi mai sustenabile sau proiectele de sustenabilitate au scopul de a îmbunătăți în acelaşi timp eficiența unei societăți?

Cosmin Pătroiu: Este important sa privim dincolo de cifre şi da, consider că misiunea unei companii este mai mare decat cea de a produce profit.

Noi, in TeraSteel, credem că afacerile sunt făcute din oameni, nu din cifre, credem că viitorul înseamnă protejarea mediului prin soluții durabile, credem că este de datoria noastră să ne implicăm în comunități pentru a le dezvolta.

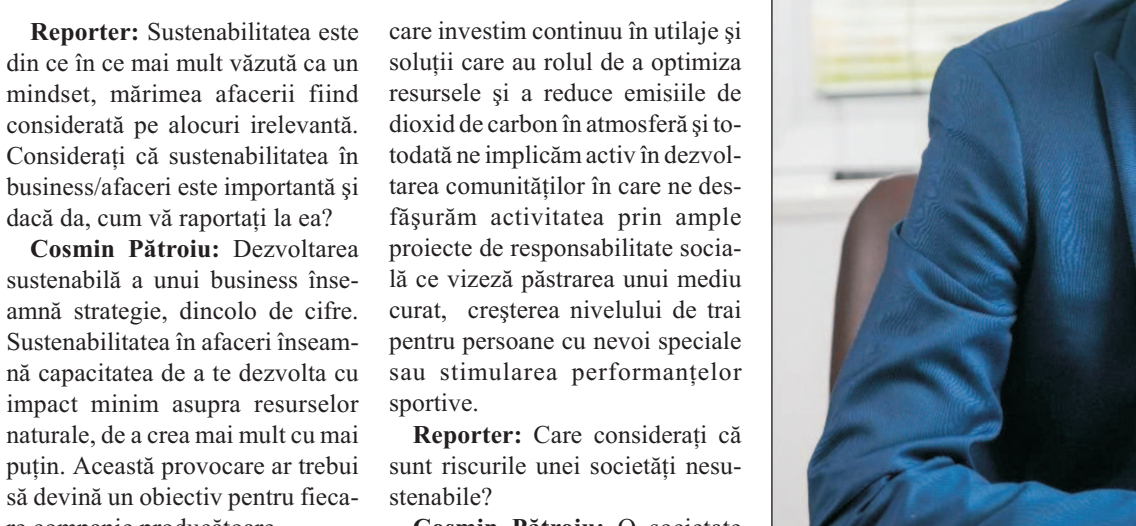
Acesta este şi motivul pentru care investim continuu în utilaje şi soluții care au rolul de a optimiza resursele şi a reduce emisiile de dioxid de carbon în atmosferă şi totodată ne implicăm activ în dezvoltarea comunităților în care ne desfăşurăm activitatea prin ample proiecte de responsabilitate socială ce vizează păstrarea unui mediu curat, creşterea nivelului de trai pentru persoane cu nevoi speciale sau stimularea performanțelor sportive.

Reporter: Care considerați că sunt riscurile unei societăți nesustenabile?

Cosmin Pătroiu: O societate axată doar pe consum, în detrimentul protejării şi regenerării resurselor, va conduce în mod firesc la epuizarea lor.

Dacă procesele poluante nu sunt controlate, atunci ecosistemele Pământului vor fi afectate şi cel mai probabil vom rămâne fără combustibili fosili, un număr mare de specii de animale vor dispărea şi atmosfera va fi afectată iremediabil. Va fi o lume în care ne va fi din ce în ce mai greu sa trăim.

Aerul curat şi condițiile atmosferice specifice fiecărei zone, existența resurselor naturale, calitatea şi curățenia apei sunt toate beneficii ale sustenabilității.



Principalele noastre obiective vizează ca 60% din consumul de energie electrică să fie generat direct în fabrică începând cu 2025, prin intermediul centralelor solare instalate, toate maşinile companiei să fie cu emisii zero până în 2030, să avem zero deşeuri reciclabile ale companiei la groapa de gunoi până în 2025 şi zero deşeuri ale companiei la groapa de gunoi până în 2030".

Reporter: În ultimii ani vedem că se pune din ce în ce mai mult accent pe această direcție de economie verde, o accelerare la nivel legislativ care vine dinspre Comisia Europeană care afectează industrii, produse şi servicii şi schimbă afacerile. Cum se vede la dumneavoastră în companie această schimbare?

Cosmin Pătroiu: În TeraSteel ne desfăşurăm activitatea după principiile dezvoltării durabile, urmărind menținerea unui echilibru între obiectivele de natură economică, ecologică şi socială

Mai mult decât atât, în 2021 am implementat programul Planet Passionate cu ținte clare în ceea ce priveşte consumul de energie din surse regenerabile, scăderea emisiilor de carbon, circularitatea materiilor în natură şi salvarea rezervelor de apa potabilă.

Principalele noastre obiective vizează ca 60% din consumul de energie electrică să fie generat direct în fabrică începând cu 2025, prin intermediul centralelor solare instalate, toate maşinile companiei să fie cu emisii zero până în 2030, să avem zero deşeuri reciclabile ale companiei la groapa de gunoi până în 2025 şi zero deşeuri ale companiei la groapa de gunoi până în 2030. Reducerea consumului de apă de la rețea cu 50% începând cu 2023 este, deasemenea, un anagajament pe care vrem să îl respectăm.

Reporter: Considerați că aceste criterii ESG despre care tot vorbim în ultimii ani (Environment, Social and Governance) reprezintă o țintă propriu-zisă pentru companii sau un pas intermediar în tranziția la sustenabilitate a unui mediu de business?

Cosmin Pătroiu: Aceste criterii ajută companiile în direcția dezvoltării durabile, iar pentru companiile listate la bursă, de exemplu, pot funcționa drept catalizatori în tranziția către sustenabilitate.

Indicii ESG reprezintă o măsură a maturității şi a rezilienței unei companii, aducând valoare adaugată şi crescând atractivitatea acesteia, atât în ochii potențialilor angajați, cât şi a investitorilor.

Reporter: Ce proiecte sau investiții concrete aveți în domeniul sustenabilității? Care este bugetul alocat în acest sens?

Cosmin Pătroiu: Proiectele noastre vizează instalarea de centrale fotovolatice pe toate clădirile de producție. Astfel, anul acesta am finalizat montarea unei centrale fotovoltaice pe facilitatea de producție profile zincate din Bistrița.

La ora actuală, cu ajutorul celor 952 de panouri fotovoltaice instalate în fabricile noastre din România, 20% din energia consumată pentru fabricarea panourilor şi 60% din energia consumată pentru producerea profilelor zincate este energie solară produsă direct în fabrică.

O altă direcție importantă este cea legată de parcul auto, respectiv cel al utilajelor utilizate în producție (stivuitoare, combi-lifturi), direcție în care alocăm resurse importante pentru achiziția de maşini electrice. Ținta noastră este ca până în 2030 toate maşinile din companie şi utilajele folosite în producție să fie cu emisii zero.

Un alt proiect în curs de desfăşurare vizează captarea apei de ploaie (Rainwater Harvesting System) şi folosirea acesteia în procesele administrative şi de producție, astfel încât să reducem consumul de apă de la rețea cu 50% începând cu 2023.

Investițiile se finanțează din surse proprii, în strânsă dependență cu evoluția businessului astfel încât bugetul este unul variabil, în funcție de performanța în business.

Reporter: Aveți o strategie de sustenabilitate pentru perioada imediat următoare şi dacă da, ce include aceasta?

Cosmin Pătroiu: Crearea de valoare adăugată pentru clienți şi beneficiari, pentru comunitățile în care activăm şi pentru companie, simultan cu reducerea amprentei noastre asupra mediului. Aceasta este baza strategiei noastre de sustenabilitate şi a obiectivelor asociate acesteia, care au fost menționate anterior.

Ne implicăm activ în cadrul organizației prin programe de training, astfel încât fiecare coleg din TeraSteel să cunoască obiectivele companiei şi modul în care poate el contribui la realizarea acestora, ne implicăm activ în comunitățile în care ne desfăşurăm activitatea, atât prin susținerea mai multor proiecte culturale, ecologice, activități caritabile derulate de asociații negu-vernamentale, inițiative pentru promovarea sportului şi sănătății, precum şi proiectelor social-educative. Împreună cu partenerii noştri, promovăm practici sustenabile de-a lungul întregului lanț valoric.

Reporter: Considerați că legislația fiscală este una care îndeamnă companiile să colecteze/recicleze şi să aducă în față produse şi servicii sustenabile? Mulți antreprenori spun, de exemplu, că aşteaptă de la stat o deducere de impozit, un factor motivator…

Cosmin Pătroiu: Legislația fiscală actuală crează un cadru în care companiile îşi pot desfăşura activitatea. Bineînțeles că anumite facilități fiscale clare şi simplu de implementat, aplicate pe termen lung, ar stimula economia românească pe drumul sustenabilității.

Ceea ce este foarte important acum însă, este predictabilitatea atât în ceea ce priveşte mediul de business, dar şi pe cel legislativ.

Reporter: Cum putem fi noi înşine mai sustenabili?

Cosmin Pătroiu: Prin gesturi simple-consum responsabil de energie şi apă, colectare selectivă a deşeurilor, implicare în acțiuni de curățare a mediului, educație timpurie în acest domeniu a copiilor noştri. Sustenabilitatea înseamnă o viață responsabilă, dialog, angajament şi implicare.

Reporter: Cum vedeți viitorul sustenabilității şi ce planuri aveți în acest domeniu?

Cosmin Pătroiu: Conceptul de sustenabilitate al unei societăți este strâns legat de gradul de educație al acesteia şi de nivelul de trai. Este evident că se fac eforturi în sensul dezvoltării sustenabile de către organismele mondiale, modul în care fiecare țară se aliniază reglementărilor globale şi reuşeşte să implementeze acțiuni concrete diferă însă foarte mult.

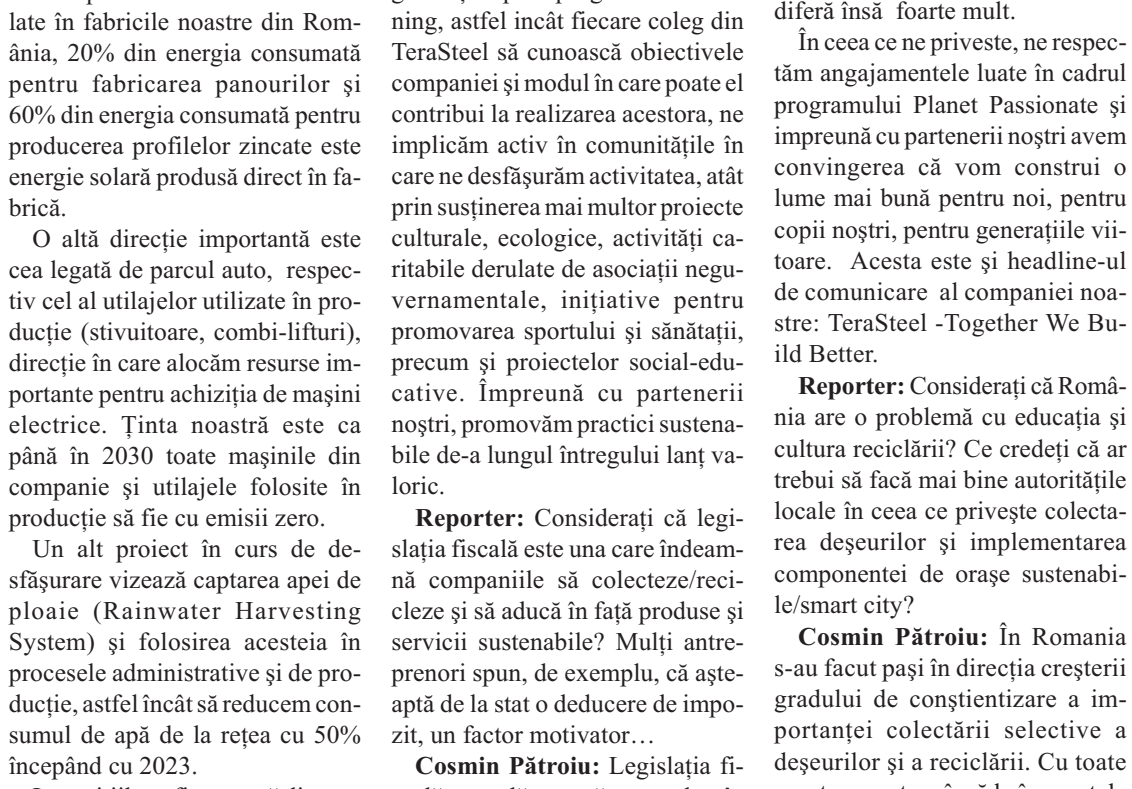
În ceea ce ne priveste, ne respectăm angajamentele luate în cadrul programului Planet Passionate şi impreună cu partenerii noştri avem convingerea că vom construi o lume mai bună pentru noi, pentru copii noştri, pentru generațiile viitoare. Acesta este şi headline-ul de comunicare al companiei noastre: TeraSteel -Together We Build Better.

Reporter: Considerați că România are o problemă cu educația şi cultura reciclării? Ce credeți că ar trebui să facă mai bine autoritățile locale în ceea ce priveşte colectarea deşeurilor şi implementarea componentei de orașe sustenabile/smart city?

Cosmin Pătroiu: În Romania s-au facut pași în direcția creşterii gradului de conştientizare a importanței colectării selective a deşeurilor şi a reciclării. Cu toate acestea, suntem încă la început de drum.

Reporter: Mulțumesc! ■

La TeraSteel, prin proiectul Planet Passionate, am fixat obiective concrete pentru următorii zece ani, pe patru mari direcții: energie, carbon, circularitate şi apă".



CSR

GILDA LAZĂR, DIRECTOR ÎN CADRUL JTI:

"Sustenabilitate pe principii japoneze"

JTI este unul dintre cei mai importanți investitori japonezi în România. Compania acționează în toate țările în care este prezentă, inclusiv România, urmând o serie de „principii pe cât de simple, pe atât de substanțiale și realiste, care privesc afacerile, oamenii și lumea din jur", după cum declară Gilda Lazăr, Director Corporate Affairs & Communications JTI Romania, Moldova și Bulgaria. „Ce înseamnă de fapt sustenabilitate pentru noi? Să punem pe piață produse de calitate, respectând legislația și propriile standarde. Să acționăm unde și când trebuie, să îi ajutăm pe cei care au nevoie într-adevăr de sprijin, să fim parteneri pe termen lung", a mai spus oficialul JTI, precizând că diferența dintre CSR (Responsabilitate socială corporatistă) și Sustenabilitate este mai degrabă una de perspectivă, prima fiind despre programele desfășurate în trecut, iar cealaltă despre planificarea programelor viitoare, în parametrii stabiliți de ONU, dar și in conformitate cu politica 4S a Grupului JT. Politica 4S înseamnă îndeplinirea responsabilităților față de consumatori, acționari, angajați și societate.

Pe Aleea Stelelor, la Festivalul Internațional de Teatru de la Sibiu

Potrivit datelor pe 2021 oferite de JTI România, JTI este prima companie de profil care a ales să susțină programe de responsabilitate socială pe plan local. Din 1993 până în prezent, au fost investiți în comunitate prin diverse programe circa 25 de milioane de euro. Acestea se desfăşoară pe trei paliere: Oameni (Incluziune socială), Artă & Cultură, Moştenire japoneză.

Printre programele din secțiunea "Incluziune socială" se numără Seniorii JTI, Ambulanțele sociale, Proiecte pentru viață, donații, asistență şi sponsorizări pentru asociații şi fundații cu scop umanitar – combaterea pandemiei, intervenții în cazuri urgente (inundații, secetă, dezastre naturale), precum şi oferirea de ajutor imediat refugiaților.

"Seniorii JTI" este un program demarat în 1998, prin care compania oferă zilnic o masă caldă şi medicamente pentru 45 de persoane vârstnice din sectorul 2, unde se află şi sediul central al JTI în România. Seniorii JTI primesc pachete festive cu alimente şi daruri specifice Sărbătorilor de Paşte şi de Crăciun, beneficiază de asistență medicală oferită prin intermediul ambulanțelor sociale, precum şi de sprijin casnic oferit de voluntari. Seniorii sunt selectați de Primăria Sectorului 2 prin Direcția de Asistență şi Protecție Socială, în baza unui acord de parteneriat.

"Proiecte pentru viață" este o platformă socială pentru sponsorizări lansată în 2017, prin care sunt susținute programele recomandate de către angajații JTI din ariile unde aceştia îşi desfăşoară activitatea. Agenții de vânzări din cele 35 de birouri din țară au propus până acum pentru susținere cămine pentru vârstnici, centre de reinserție profesională, pentru îngrijiri paleative, ateliere destinate persoanelor vulnerabile şi cu dizabilități, comunități izolate din județele Sălaj, Giurgiu şi Timiş. Peste 20 de proiecte au fost selectate pentru a dezvolta parteneriate pe termen mediu şi lung care să facă diferența la nivel local în județele Alba Iulia, Timişoara, Bihor, Neamț, Vaslui şi Giurgiu. Proiectele aparțin Motivation Romania, Fundației Masca, Ateliere fără frontiere, SoSiSeSa, Dalcroze, Muriel Ball, Teatrelli, Speromax, Asociația Filantropică Berca, Asociația Eco-Assist, Fundația Smiles, Centrele de Bătrâni Focşani, Mărăşeşti şi Războieni, Asociația Pentru Tine, Serena, SM Magic Seniors Giurgiu etc.

Afacerile, întâlniri cu oamenii, cu natura, cu arta

În secțiunea „Artă şi cultură", „Întâlnirile JTI" sunt primele pe listă. „Dacă vorbim despre dans contemporan, atunci trebuie să amintim „Întâlnirile JTI", care se desfăşoară anual, din 2000, devenind un brand cultural național pentru dansul contemporan", spune Gilda Lazăr. Evenimentul este inspirat de filozofia companiei mamă, JT, potrivit căreia „a face afaceri nu înseamnă nimic altceva decât a avea o serie de Întâlniri cu oamenii, cu natura, cu arta". De-a lungul timpului, companii prestigioase de balet sau dans contemporan au venit pentru prima dată în România la „Întâlnirile JTI": Bejart Ballet Lausanne, Cullberg Ballet, Joaquin Cortes, Alvin Ailey American Dance Theater, Les Ballets de Monte-Carlo, Sylvie Guillem şi Russell Maliphant, El Banch, The National Chilean Ballet, Alonzo King Lines Ballet, Vortice Dance Company, Maria Pages şi Sidi Larbi Cherkaoui, Akram Khan Company, Quartet Gala (Mats Ek, Ana Laguna), Japanese Noism Company, Martha Graham Dance Company, IT Dansa Barcelona. „Întâlnirile JTI" din 2020 au fost amânate cu un an din cauza pandemiei, avându-i invitați pe Wynton Marsalis & Jazz at Lincoln Center Orchestra. La concertele lor din Bucureşti şi Sibiu au participat peste 2.000 de spectatori. La cea de-a XXII-a ediție, „Întâlnirile JTI" au avut ca invitată compania de dans Jean-Claude Gallotta, cu spectacolul „My Ladies Rock", prezentat la Teatrul Național Bucureşti şi la Sibiu în cadrul Festivalului Internațional de Teatru.

JTI este şi parteneră a Festivalului Internațional de Teatru de la Sibiu (FITS), unde susține spectacolele de dans şi alte proiecte: expoziții (De la Cioran, Stampe japoneze din Era Meiji), workshop-uri de statui vivante (Moştenirea), spectacole lectură (cu Rodica Mandache), lansări de carte etc. În cadrul Festivalului Internațional de Film Transilvania (TIFF), JTI prezintă anual proiecția unui film de dans. Compania este şi sponsor al Festivalului de muzică de cameră SoNoRo. De asemenea, finanțează proiectele online CoolSound, dedicat scenei independente româneşti şi A Hand for the Poet/Aplauze pentru poet, destinat promovării poeziei româneşti în recitarea marilor actori.

JTI România este partener pentru şase turnee naționale de muzică clasică, care au loc în Bucureşti şi în orașele mici (Caracal, Gherla, Tulcea, Bârlad etc.), dar şi în parcuri, biserici sau alte spații neconvenționale: Pianul călător, Duelul viorilor, Flautul fermecat, Cele trei dive, Violoncelissimo, Orgile României. Turneele oferă acces la cultură pentru comunitățile mici, dezavantajate, care nu beneficiază de evenimente culturale în mod frecvent.

JTI este sponsor oficial al "Gigi Căciuleanu Romania Dance Company" încă de la înființarea sa. Compania a prezentat douăsprezece spectacole (Kiritza, D'ale noastre, Folia, On the Roof, Jungla TV, Emoji Play etc.), atât pe scena Teatrului Național din Bucureşti, cât şi la Sibiu, Timişoara, Târgu Mureş, precum şi în oraşe mici din România, oferind acces la cultură unor categorii dezavantajate. Multe spectacole au fost prezentate şi peste hotare, la Chişinău, Londra, Bruxelles şi Lisabona. 2022 a marcat avanpremiera, la Sibiu, a filmului de dans TrioMix, realizat in VR 360 de grade de Gigi Căciuleanu, în regia lui Andy Lupu.

Abordând noi tehnologii şi mizând pe ideea de interactivitate, expoziția itinerantă Oglinzile lui Brâncuşi (Mirrors of Brâncuşi) a oferit o prezentare dinamică şi originală a operelor marelui sculptor şi a unor întâmplări din viața sa. În 2021, a fost prezentată în şase spații din România (5) şi Norvegia (1).

JTI a contribuit la strângerea de fonduri pentru Japonia în urma cutremurului din 11 martie. JTI a susținut spectacolul extraordinar „Requiem. Nu ştii nimic despre mine", special creat de către artiştii Răzvan Mazilu (România) şi Motoko Hirayama (Japonia). Spectacolul a avut reprezentații în Bucureşti, Craiova, Timişoara, Sibiu şi Cluj.

Diploma Ministrului de Externe din Japonia, oferită JTI

Investitor japonez, promotor al culturii japoneze

De 17 ani împreună cu Ambasada Japoniei, JTI susține Centrul de Studii Româno-Japoneze, care funcționează în cadrul Universității Româno-Americane, precum şi Cluburile de Kendo şi Iaido Sam-Sho din Timişoara.

Grădina Japoneză din parcul Herăstrău a fost renovată cu sprijinul JTI, compania continuând să contribuie la întreținerea acesteia. În fiecare primăvară, în Grădina Japoneză este celebrată Hanami, sărbătoarea cireşilor înfloriți.

Gradina Japoneză din Herăstrău a fost vizitată în ianuarie 2018 de Prim-ministrul Japoniei Shinzo Abe şi soția sa, alături de voluntarii JTI. Dna. Akie Abe a participat şi la inaugurarea Căsuței de Ceai din Muzeul Național de Arte, construită cu sprijinul JTI.

În 2017, cea de-a XVIII-a ediție a „Întâlnirilor JTI", organizate în parteneriat cu Japan Foundation, a avut ca invitată cea mai importantă companie de dans contemporan din Japonia, „Noism", cu reprezentații la Bucureşti şi Sibiu. În 2011, JTI a contribuit la strângerea de fonduri pentru Japonia în urma cutremurului din 11 martie. JTI a susținut spectacolul extraordinar „Requiem. Nu ştii nimic despre mine", special creat de către artiştii Răzvan Mazilu (România) şi Motoko Hirayama (Japonia). Spectacolul a avut reprezentații în Bucureşti, Craiova, Timişoara, Sibiu şi Cluj.

În 2018, companiei îi este oferită Diploma Ambasadorului Japoniei. În 2021, JTI a contribuit la celebrarea centenarului relațiilor bilaterale România-Japonia. Pentru promovarea culturii japoneze în România, JTI a primit Premiul Ministrului de Externe al Japoniei, înmânat de Excelența Sa, domnul Hiroshi Ueda, Ambasadorul Japoniei în România.

Combaterea contrabandei

În anul 2010, când contrabanda a atins un nivel record, de peste 36% din piață, pierderile la buget au depăşit 1 miliard de euro. În 2021, nivelul contrabandei a atins un minim istoric, de 8,7%, pierderile la buget ridicându-se la circa 350 de milioane de euro.

„JTI se implică în rezolvarea problemelor reale ale societății", punctează Gilda Lazăr. Ca urmare, după cum precizează oficialul JTI, compania colaborează cu autoritățile pentru combaterea contrabandei. Pe baza unor Memorandumuri de înțelegere, JTI sprijină Vama, Poliția de Frontieră şi Poliția din punct de vedere logistic (echipele canine, donarea de echipamente de ultimă generație, drone etc.).

În 2021, s-a desfăşurat cea de-a douăsprezecea campanie cu mesajul „Contrabanda e boală grea!", lansată în parteneriat cu Agenția Națională de Administrare Fiscală (ANAF), Direcția Generală a Vămilor (DGV), Poliția de Frontieră şi Poliția Română.

Ca şi precedentele campanii, aceasta a urmărit să informeze publicul despre efectele negative ale contrabandei asupra economiei şi societății. Prin mesajul puternic ancorat în actualitate, campania şi-a propus să capteze o audiență cât mai largă, contribuind la creşterea gradului de conştientizare a consecințelor contrabandei: proliferarea criminalității, prejudicierea bugetului de stat şi stoparea dezvoltării economice la frontiere.

Campania a fost susținută prin afişaj stradal în județele cele mai afectate de comerțul ilicit, în Bucureşti şi toate zonele de frontieră, precum şi pe canalele regionale ale TVR şi online pe www.faracontrabanda.ro şi pe www.facebook.com/faracontrabanda.ro.

În cadrul parteneriatului cu Vama, JTI a donat 53 de câini instruiți pentru depistarea țigaretelor de contrabandă, precum şi vehicule,

(continuare în pagina 11)

Fostul premier japonez Shinzo Abe, la Grădina Japoneză din Herăstrău

CSR

(urmare din pagina 10)

echipamente şi accesorii necesare pregătirii acestora. De asemenea, JTI România a donat câini autorităților din Serbia şi Republica Moldova, pentru a consolida parteneriatul şi lupta împotriva acestui fenomen şi în țările învecinate.

Angajatorul #1

În 2022, JTI a fost recunoscut Angajatorul #1 în România, de către Institutul Internațional Top Employers, care a analizat 23 de companii pe plan local. În 2021, JTI a fost recertificată Angajator de top (Top Employer) pentru a opta oară la rând, situându-se în top trei companii certificate în România.

Printre criterii s-au numărat, conform comunicărilor JTI, mediul de lucru, condițiile de muncă, pachetul de beneficii, interesul pentru starea de bine a angajaților, programele de dezvoltare profesională.

De asemenea, JTI este angajatorul #1 în Top Industrie şi #25 în Top General 100 angajatori în România, potrivit clasamentului undelucram.ro.

Cel mai mic salariu din companie este cu 60% peste nivelul salariului minim. Pachetul salarial include bonusuri anuale şi bonusuri fără caracter permanent, un pachet de beneficii, precum şi un program de stare de bine (well-being) pentru toți angajații JTI. Beneficiile din pachetul de bază, ale căror costuri sunt suportate de companie includ: abonament medical, asigurare de viață, asigurare de boli grave, tichete de masă. Zilele libere acordate pentru sărbătorile legale care cad sâmbătă sau duminică sunt transformate în zile de concediu de odihnă. De asemenea, JTI oferă un program complex de pensii private.

Media anilor petrecuți de un angajat alături de JTI este de zece ani. JTI România este certificată Equal Pay, un proces care le permite companiilor să verifice şi să comunice că îşi plătesc salariații, atât bărbați, cât şi femei, în mod egal pentru acelaşi post de lucru. Compania a introdus măsuri specifice pentru a monitoriza şi a asigura egalitatea de remunerare între femei şi bărbați.

În JTI Trading, 40% din posturile comitetului de conducere sunt deținute de femei, mult peste media europeană, de 28%, din companiile listate public şi peste media de 10% din România. Ponderea de 40% reprezintă ținta Comisiei Europene pentru femeile din UE, inclusă într-o Propunere de Directivă. De asemenea, în companie, femeile dețin peste jumătate din posturile de management (54%). În JTI Manufacturing, 33% dintre posturile de director şi 20% dintre posturile de manager sunt ocupate de femei.

Femeile sunt apreciate şi de colegi. 70% dintre câştigători programului Inspire Awards, care încurajează recunoaşterea colegilor cu realizări, sunt femei. În 2021, 14% dintre colegii JTI România au fost nominalizați pentru acest premiu.

Compania este deschisă stagiilor de practică. Lansat în 2008, Programul Internship JTI a ajuns la a 15-a ediție. Din cele 14 ediții desfăşurate anterior, 232 de studenți s-au alăturat până acum echipei JTI, iar 20% dintre ei sunt în continuare în companie. Programul oferă o experiență profesională practică şi intensă. În timpul stagiului, studenții sunt angajați cu contract de muncă, având aceleaşi drepturi ca angajații JTI.

Îmbunătățire continuă în fabrică

JTI Manufacturing este prima companie din România cerftificată „5S Best in Class", un principiu de bază al sistemului japonez de management Kaizen, care înseamnă îmbunătățire cu paşi mici.

În 2021, fabrica a anunțat o investiție de 60 de milioane de euro în următorii trei ani, pentru modernizarea capacităților de producție. Aproximativ 75% din producția JTI Manufacturing este exportată în circa 50 de țări, fabrica din Bucureşti fiind considerată un centru de excelență în cadrul grupului pentru calitate în execuție.

În fabrică sunt respectate şase standarde internaționale:

- ✓ ISO 45001 – certificare ce demonstrează angajamentul şi controalele implementate pentru a proteja viața şi sănătatea angajaților, dar şi a celorlalte persoane ce pot fi prezente cu rol de vizitatori sau contractori;
- ✓ ISO 50001 – demonstrează angajamentul companiei de a-şi îmbunătăți constant performanța energetică, un standard recunoscut oriunde în lume ca referință pentru managementul energiei;
- ✓ ISO 14001 – certificare în privința controlării şi reducerii impactului asupra mediului înconjurător, cuprinse în politica de mediu care permite organizațiilor să controleze impactul activităților, produselor, serviciilor lor asupra mediului înconjurător;
- ✓ ISO 9001 – o certificare de calitate, bazată pe managementul proceselor organizației şi, de aici, orientarea către client şi evaluarea satisfacției acestuia, precum şi angajamentul top managementului pentru o îmbunătățire continuă;
- ✓ ISO 10001 – o certificare în managementul calității orientate pe satisfacerea clientului prin furnizarea unor îndrumări şi a unui cod de conduită în acest sens;
- ✓ ISO 10002 – o certificare de management al reclamațiilor clienților cu scopul de a oferi vizibilitate, obiectivitate, responsabilitate şi a determina îmbunătățirea continuă a produselor pe baza feedbackului primit.

Rata de reciclare în fabrica JTI din Bucureşti este de 99%, reuşind reciclarea aproape în totalitate a deşeurilor de ambalaje folosite. Fabrica derulează un proiect de înlocuire a foliei stretch de înfoliere a paleților de filtre cu chingi PET. Rezultatul va conduce la o **reducere anuală de 5,2 tone a deşeurilor de plastic generat** (folie stretch). În anul 2021, lunar, între 60 şi 100 de tone de cutii (C48) au plecat la export la fabrica JTI din Trier (Germania). Cutiile au trecut de la reciclare la reutilizare, o metodă preferată de tratare a deşeurilor.

Exercițiu echipe canine

Planuri pentru 2030

JTI România urmează strategia grupului şi pentru a îmbunătăți amprenta socială şi de mediu.

JTI Manufacturing şi sediul din Bucureşti al JTI Trading folosesc **energie electrică din surse regenerabile în proporție de 100%**, reducând semnificativ amprenta de carbon.

În sediile companiei există recipiente speciale pentru colectarea deşeurilor din echipamente electrice şi electronice şi purificatoare de apă instalate în fabrică pentru a reduce deşeurile generate de sticlele din plastic.

La nivel global, JT, compania mamă a fost inclusă anul trecut în indicele Dow Jones Asia Pacific pentru al şaptelea an consecutiv. Performanța în domeniul reducerii emisiilor de gaze şi folosirii apei s-a îmbunătățit în ultimii cinci ani. Pentru a doua oară, compania este inclusă pe „Lista A" a prestigioasei organizații Carbon Disclosure Project (CDP) din Londra, pentru reducerea amprentei climatice, protejarea resurselor de apă şi transparența în furnizarea informațiilor.

În decembrie 2020, JT a aderat la recomandările Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), creat de organizația internațională FSB (Financial Stability Board).

De asemenea, JT este selectată ca membru al FTSE Blossom Japan, ce măsoară performanța companiilor japoneze care demonstrează practici solide în domeniul sustenabilității.

Planul de mediu 2030 al Grupului JT stabileşte obiective care să răspundă riscurilor şi oportunităților în trei domenii cheie: Energie şi emisii, Resurse Naturale şi Deşeuri. Planul include ținte calitative şi cantitative, de exemplu reducerea consumului de apă cu 15% şi a deşeurilor cu 20% până în 2030 sau reducerea accidentelor cu 25% până în 2023 şi cu 50% până în 2030. De asemenea, compania s-a angajat să accelereze eforturile pentru reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră pe întregul lanț valoric pentru a obține zero emisii nete până în 2050.

Fie că este vorba despre protejarea mediului, investiții în comunitate sau parteneriate cu autoritățile, după cum concluzionează Gilda Lazăr, „angajamentul JTI față de comunitate este real, pe termen lung şi dezvoltat cu pasiune. JTI a fost prima companie care a semnat un acord de parteneriat public-privat, la invitația adresată de Primăria Sectorului 2 din Bucureşti pentru seriozitatea cu care investeşte în comunitatea locală. Am fost prima companie de tutun care a semnat un parteneriat cu autoritățile de aplicare a legii, pentru combaterea contrabandei. Suntem singurii susținători din mediul privat, în mod constant, ai dansului contemporan. De-a lungul anilor, JTI a fost apreciată şi distinsă cu numeroase titluri, premii de recunoştință, diplome de excelență, trofee şi a fost aleasă în topul celor mai prestigioase companii care activează în România. Primul semn al recunoaşterii JTI a fost în anul 2000, odată cu primirea distincției „Good Corporate Citizenship". În 2011, JTI România a primit premiul «Environment Health and Safety», etalon pentru respectul acordat siguranței angajaților şi mediului. În 2023, JTI va aniversa 30 de ani de când a demarat afacerile în România. Ne dorim să continuăm cu aceeaşi pasiune şi în următorii 30 de ani ceea ce am început în 1993". ■

JTI ÎN ROMÂNIA

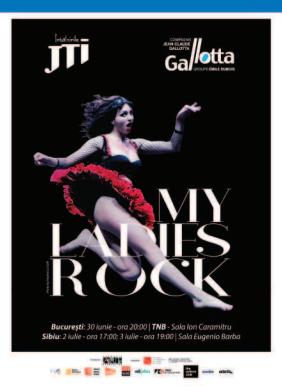
REZULTATE

Cifra de afaceri JTI (2021)	Contribuția JTI (buget 2021)	Investiții în România		Cota de piață	JTI exportă
7 miliarde LEI	5,6 = 0,52% miliarde LEI din PIB	250 mil EURO din 1993	60 mil EURO 2021-2024	30%	75% din producție

OAMENI

Fabrică	Birouri în țară	Angajați	Angajator de TOP (2022)	Top General 100	Vechime angajat JTI România
1	35	>1.200	#1 în România	#25 angajatori undelucram.ro	>10 ani medie

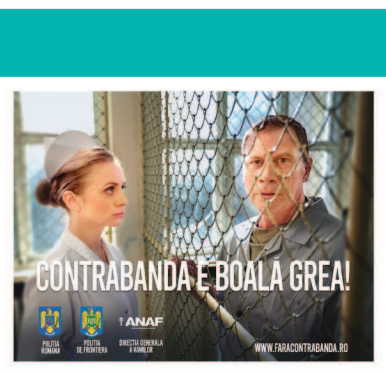
SUSTENABILITATE



Investiții în CSR (social / cultural)	Energie electrică fabrică	Rata reciclare fabrică	Certificări ISO fabrică
25 milioane EURO din 1993	100% regenerabilă	99%	(performanța energetică, managementul proceselor, al calității, al reclamațiilor, impact asupra mediului, siguranța angajaților) ISO 50001 • 9001 • 10001 10002 • 14001 • 45001

COMBATEREA CONTRABANDEI

Echipe canine	Campanii publice anuale	Nivel contrabandă (2021)
53	13	8,7%



JTI.com

ENERGIE

"Sustenabilitatea nu este doar despre mediul înconjurător, ci şi despre echitatea socială şi dezvoltarea justă"

(Interviu cu Alessio Menegazzo, director Sustenabilitate şi Afaceri Instituționale, Enel România)

● "Tranziția energetică este obiectivul fundamental al strategiei Enel şi va fi realizat prin transformarea capacităților de generare a electricității, prin accelerarea electrificării, a producției de energie din surse regenerabile, prin dezvoltarea unor platforme şi digitalizarea activității" ● "Cu părere de rău, observăm că modelul «capitalismului de stat» este din ce în ce mai vehiculat în spațiul public din România, o viziune care ne-ar întoarce mulți ani înapoi"

Pentru Enel, obiectivul cel mai ambițios este acela de a contribui la scăderea emisiilor globale de dioxid de carbon prin soluții digitale, cuplate cu investiții în energie din surse regenerabile, spune Alessio Menegazzo, director de Sustenabilitate şi Afaceri Instituționale la Enel România, în cadrul unui interviu acordat ziarului BURSA. Acesta consideră că "sustenabilitatea nu este doar despre mediul înconjurător, ci şi despre preocupări pentru echitatea socială şi dezvoltarea justă".

Potrivit domnului Menegazzo, Enel îşi defineşte un plan de sustenabilitate care este defalcat în obiective specifice pe o perioadă de trei ani. Potrivit acestuia, în prezent, în spațiul public din România, "capitalismul de stat" este din ce în ce mai vehiculat, "o viziune care ne-ar întoarce mulți ani înapoi".

Oficialul Enel a mai spus că rețeaua stațiilor de încărcare în țară este încă în curs de dezvoltare, fiind însă nevoie de o accelerare a proiectelor şi de o implicare şi responsabilitate mai mare din partea autorităților.

Reporter: Cum percepeți dumneavoastră, în calitate de reprezentant al Enel, conceptul de sustenabilitate?

Alessio Menegazzo: Sustenabilitate înseamnă în primul rând a înțelege că satisfacerea propriilor nevoi nu trebuie să compromită capacitatea generațiilor viitoare sau altor comunități de a-şi îndeplini propriile nevoi. Ca atare, sustenabilitatea nu este doar despre mediul înconjurător, ci şi despre preocupări pentru echitatea socială şi dezvoltarea justă. Altfel spus, este cheia pentru organizațiile, publice si private, care vor să rămână competitive. Pentru Enel obiectivul cel mai ambițios este cel de a contribui la scăderea emisiilor globale de dioxid de carbon prin soluții digitale împreună cu investiții în energie din surse regenerabile. Într-un timp destul de scurt am înțeles că obiectivele de sustenabilitate reprezintă baza strategiei de business, adăugate dimensiunilor economico-financiare tradiționale.

Concret, definim un plan de sustenabilitate care este defalcat în obiective specifice pe o perioadă de trei ani. În fiecare an, aceste ținte sunt actualizate şi noi ținte sunt stabilite printr-un unui proces continuu de aliniere, prin care ne asigurăm că orientările strategice sunt în concordanță cu rezultatele obținute. Ca atare, sustenabilitatea poate fi integrată în continuare de-a lungul întregului lanț valoric cu un impact măsurabil pentru întreaga comunitate.

Reporter: Enel este unul dintre cei mai importanți actori de pe piața de distribuție şi furnizare a energiei electrice, cu investiții puternice în ultima perioadă în ceea ce priveşte infrastructura pentru mobilitate electrică şi sisteme fotovoltaice. Care sunt pilonii principali ai strategiei Enel în ceea ce priveşte sustenabilitatea şi care sunt mijloacele de atingere a obiectivelor de sustenabilitate ale companiei?

Alessio Menegazzo: Strategia de sustenabilitate dezvoltată în ultimii ani de către Grupul Enel s-a bazat pe faptul că acțiunile noastre vor avea impact asupra ecosistemului din care facem parte şi că, pentru a obține o dezvoltare durabilă pe termen lung, trebuie să luăm în considerare mediul, climatul, economia şi societatea ca părți inseparabile ale aceluiaşi întreg.

Aceasta are rolul de a contribui la dezvoltarea unei societăți mai echitabile şi mai incluzive pe întregul lanț valoric, protejând mediul în care trăim şi creând oportunități de viitor, atât pentru companie, cât şi pentru părțile interesate, deopotrivă, fără a lăsa pe nimeni în urmă.

Tranziția energetică este obiectivul fundamental al strategiei, acesta urmând a fi realizat prin transformarea capacităților de generare a energiei electrice, prin accelerarea electrificării, a producției de energie din surse regenerabile, prin dezvoltarea unor platforme şi digitalizarea activității.

Astfel, pentru transformarea modelului de business într-unul sustenabil, ne propunem dezvoltarea unui lanț de aprovizionare sustenabil, transformarea activităților, astfel încât acestea să fie cât mai prietenoase cu mediul înconjurător. În egală măsură, ne concentrăm asupra asigurării siguranței şi sănătății angajaților, unei bune guvernări corporative, precum şi implicării comunităților, toate acestea printr-un model care îşi doreşte să creeze valoare în comun.

Reporter: Considerați că proiectele de sustenabilitate afectează profitabilitatea companiilor?

Alessio Menegazzo: Considerăm că această responsabilitate a sustenabilității reprezintă o mare oportunitate de a îmbunătăți viața oamenilor. Nu mai vorbim doar despre un model de afaceri în care ne axăm pe profit şi pe ceea ce facem, ci cum interacționăm cu părțile implicate şi ce tip de discuție putem purta, fiind necesară o contribuție mai mare din partea noastră. Trebuie să reuşim să pătrundem cât mai mult în interiorul comunităților formate din cetățeni, nu doar din clienți, care ne pot furniza o mulțime de informații esențiale pentru a putea obține rezultate şi mai bune.

Dialogul, interacțiunea, încrederea şi empatia sunt necesare pentru că acesta este momentul în care stabilim traiectoria afacerilor.

> *"Tranziția energetică este obiectivul fundamental al strategiei, acesta urmând a fi realizat prin transformarea capacităților de generare a energiei electrice, prin accelerarea electrificării, a producției de energie din surse regenerabile, prin dezvoltarea unor platforme şi digitalizarea activității".*

Reporter: În ultimii ani se pune din ce în ce mai mult accent pe direcția către o economie verde. Cum se vede această schimbare în cadrul Enel?

Alessio Menegazzo: "Economia verde" este regula, nicidecum excepția. Astăzi, economia se bazează pe principiile sustenabilității şi ale economiei circulare, iar tot ce nu este sustenabil ar trebui să reprezinte o excepție.

Este adevărat că modelele economice sunt în continuă evoluție ca urmare a tranziției energetice care se bazează pe dezvoltarea tehnologică şi o puternică digitalizare, iar aceste schimbări vin cu un preț, însă este dificil să legăm aceste lucruri, chiar şi involuntar, de inflație.

Comisia Europeană încearcă să țină cont de această evoluție şi ne aşteptăm la multe reacții şi diferite tipuri de discursuri pro şi contra pe întreaga durată a procesului de tranziție energetică.

Trebuie să ținem cont, în primul rând, că discutăm despre un proces care se va finaliza între 10 şi 15 ani, nu mâine. În al doilea rând, există surse de finanțare, atât publice, cât şi private şi, în al treilea rând, să nu uităm că acest proces de schimbare include nevoile celor mai vulnerabile categorii de cetățeni. Le permite consumatorilor să fie mai în control, să aibă un rol activ în lanțul energetic - de exemplu, în calitate de prosumatori -, să se bucure de beneficii care vin din digitalizare şi din producția de energie regenerabilă, cu impact atât asupra bugetului familiei, cât şi asupra calității vieții de zi cu zi.

Dacă vorbim despre energie, despre un viitor în care generațiile următoare îşi vor produce o bună parte de energia electrică curată, mai ieftină şi mai eficientă, foarte aproape de locul de consum, cu o îmbunătățire substanțială a calității vieții, e o viziune care credem cu tărie că merită sprijinită. Hai să ne întrebăm cine e împotriva atunci şi de ce e împotriva unei schimbări. Azi, marea majoritate a argumentelor contra sunt pur şi simplu propagandă.

Reporter: Considerați că aceste criterii ESG (Environment, Social and Governance) reprezintă o țintă propriu-zisă pentru companii sau un pas intermediar în tranziția la sustenabilitate a unui mediu de business?

Alessio Menegazzo: Atunci când vorbim despre capitalism, urmărim câteva modele.

Primul ar fi "capitalismul acționariatului" care a fost dominant în majoritatea multinaționalelor, conform căruia obiectivul principal al unei companii trebuie să fie maximizarea profitului sau care se bazează pe principii conform cărora piața rezolvă totul.

Al doilea model este "capitalismul de stat" care încredințează guvernelor sarcina de a defini direcția economiei.

Primul model este considerat depăşit, fiind foarte des speculativ şi lipsit de empatie şi fără viziune strategică pe termen lung, iar al doilea este un model autocratic care este folosit cu precădere în regimuri ale căror principii sunt departe de tema sustenabilității şi a drepturilor omului.

Ca o paranteză, cu părere de rău, observăm că al doilea model este din ce în ce mai vehiculat şi în spațiul public din România, o viziune care ne-ar întoarce mulți ani înapoi.

Considerăm că modelul către care vom fi nevoiți să ne îndreptăm este unul care crează valoare pe termen lung, nu doar pentru acționari, ci şi pentru clienți, furnizori, angajați şi comunități. Acest lucru poate fi realizat doar adoptând un concept de tipul - capitalism pentru toate părțile interesate (stakeholders capitalism). Angajamentele unei firme şi valoarea creată de către aceasta trebuie să se canalizeze către toate părțile interesate - clienți, angajați, parteneri, comunități, planetă şi societate - şi nu doar pentru acționari. Reprezintă o abordare strategică care implică mai mult dialog, leadership şi viziune strategică pe termen lung, fiind singura cale pentru a dezvolta un model sustenabil.

Sigur, întotdeauna se pot găsi păreri sau argumente împotrivă şi, bineînțeles, modele perfecte nu există, însă ele pot fi îmbunătățite, cu siguranță.

Referitor la sectorul de petrol şi gaze, este clar că primii care au înțeles că strategia bazată pe resurse finite - de exemplu combustibili fosili - are un impact negativ asupra mediului, e din ce în ce mai greu de finanțat, nu respectă nevoile comunităților şi nu este eficientă, sunt chiar firme din acest sector care investesc masiv în surse regenerabile şi au înțeles că există din ce în ce mai multe alternative. De altfel, dacă ne aruncăm o privire asupra piețelor de capital relevante, ca cea din New York, observăm companii din sectorul oil&gas ce erau foarte prezente cu ceva vreme în urmă în indicii bursieri că astăzi sunt marginale, aproape absente.

Inovarea este cheia pentru un progres sustenabil şi aspectul crucial pentru a sprijini şi a accelera tranziția energetică, de aceea a pune bariere inovării s-a dovedit istoric a fi o greşeală şi este necesar să ne adaptăm acesteia.

Gazul, de exemplu, trebuie folosit cât se poate de inteligent, acolo unde poate aduce cea mai multă valoare, cum ar fi în procese chimice şi, pentru o perioadă, în procese industriale. Însă, utilizarea gazului pentru a produce energie, mai ales pentru încălzire, nu este nici eficient, nici responsabil şi ar fi bine să începem să înțelegem acest lucru.

Trebuie să ne pregătim pentru schimbare, fie că ne place sau nu, iar toți producătorii de centrale vor abandona gazul şi vor face investiții în pompe de caldură.

Acelaşi efect îl vom vedea şi în cazul mobilității electrice. Investițiile vor fi redirecționate către alte zone, poate mai descentralizat şi mai granular în beneficiul majorității. Nu este asta o miză care merită?

Reporter: Considerați că legislația fiscală este una care îndeamnă companiile să digitalizeze procesele, să producă energie verde, să recicleze/colecteze şi să aducă în față produse şi servicii sustenabile?

> *"Considerăm că autoritățile ar trebui să aibă o implicare strategică pentru construirea instalațiilor de gestionare a deşeurilor solide şi pentru dezvoltarea activităților care vor integra separarea, colectarea, transportul, tratarea, reciclarea şi eliminarea deşeurilor".*

Alessio Menegazzo: Legislația fiscală sau stimularea financiară reprezintă un factor de accelerare în procesul de dezvoltare.

Am putea să facem o paralelă şi să ne amintim de tehnologia airbag. La început, se găsea doar pentru maşinile de lux, astăzi o regăsim la toate modelele de vehicule pentru că, în timp, tehnologia a devenit mai accesibilă din punct de vedere financiar ca urmare a evoluției economiei de scară.

Putem să ne gândim ce s-ar fi întâmplat dacă şi maşinile ieftine ar fi avut o stimulare financiară pentru utilizarea tehnologiei airbag. Ne dăm cu toții seama că efectul ar fi fost unul pozitiv pentru toată lumea: mai puține accidente mortale, mai puține cheltuieli pentru sănătate şi multe alte beneficii. Ar trebui să fie o lecție învățată pentru toți şi să înțelegem că tehnologia şi inovarea trebuie să devină accesibile pentru cei mai mulți dintre noi. În acelaşi timp, este deopotrivă economic şi sustenabil.

Reporter: Care considerați că sunt beneficiile raportării de sustenabilitate?

Alessio Menegazzo: În ultimii ani, se vorbeşte foarte mult despre raportarea de sustenabilitate, mai ales de când a fost lansată directiva europeană pentru raportarea non-financiară. Raportarea pare să fi devenit un scop în sine, iar ideea că trebuie să raportezi ca să fii o companie sustenabilă pare a fi tot mai mult promovată. Însă acest trend de a face din raportare un scop este unul eronat, pentru că riscăm să trecem cu vederea aspecte esențiale ce țin de dezvoltarea unor afaceri cu adevărat responsabile.

Într-adevăr, raportarea de sustenabilitate este importantă şi aduce beneficii semnificative companiilor şi societății în general. De exemplu, raportarea ajută o companie să fie transparentă în relația cu stakeholderii prin comunicarea impactului, pozitiv sau negativ. Desigur, rolul raportării este şi acela de a ajuta companiile să conştientizeze impactul pe care îl au asupra mediului, economiei şi societății, dar şi rolul lor în societate şi în ceea ce priveşte combaterea efectelor schimbărilor climatice.

Reporter: Ce credeți că ar trebui să facă mai bine autoritățile locale în ceea ce priveşte colectarea deşeurilor şi implementarea componentei de oraşe sustenabile/smart city?

Alessio Menegazzo: Un oraş sustenabil îşi recalibrează politicile de dezvoltare pentru a oferi prioritate locuințelor eficiente energetic, îşi protejează mediul înconjurător, limitează extinderea urbană şi încurajează o combinație de locuințe, servicii şi magazine, densitate şi micromobilitate. Într-un oraş durabil, locuitorii se bucură de o calitate decentă a vieții şi nu transferă costurile şi problemele generațiilor viitoare. Atunci când vorbim despre oraşe inteligente, ar trebui să avem în minte o strategie şi un plan de acțiune bazate pe dezvoltarea unor soluții digitale inovatoare, construite pe principiile economiei circulare cu scopul de a reduce amprenta de carbon, astfel încât să răspundă provocărilor majore de mediu şi sociale de astăzi.

Rolul autorităților locale în ceea ce priveşte colectarea deşeurilor şi implementarea componentei de oraşe sustenabile ar trebui să fie unul central în dezvoltarea infrastructurii necesare, dar şi a creşterii gradului de conştientizare în rândul opiniei publice şi promovarea beneficiilor reciclării.

Considerăm că autoritățile ar trebui să aibă o implicare strategică pentru construirea instalațiilor de gestionare a deşeurilor solide şi pentru dezvoltarea activităților care vor integra separarea, colectarea, transportul, tratarea, reciclarea şi eliminarea deşeurilor.

Este, într-adevăr, nevoie de investiții masive în digitalizare şi mobilitate electrică, mai ales pentru transportul public, acesta fiind o importantă componentă în procesul de decarbonare.

Rețeaua stațiilor de încărcare în țară este în acest moment încă în curs de dezvoltare, existând câteva programe pentru promovarea infrastructurii pentru vehiculele de transport rutier nepoluant din punct de vedere energetic. Este însă nevoie de o accelerare a proiectelor şi o implicare şi responsabilitate mai mare din partea autorităților.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

CONSTRUCTII

„Investițiile bazate pe criterii verzi deja ajung în reglementări”

(Interviu cu Alexandru Stânean, CEO TeraPlast)

Companiile listate la bursă sunt deja supuse unui set întreg de cadre de raportare, iar scopul acestora din urmă este creșterea transparenței, subliniază Alexandru Stânean, CEO TeraPlast, într-un interviu.
Printre altele, acesta ne-a precizat: ”Avem în România în lucru Codul Român al Sustenabilității – o inițiativă foarte utilă care urmează unul dintre cadrele de raportare standardizată la nivel internațional. Prin raportarea de sustenabilitate sunt expuse progresele și acțiunile asumate prin inițiativele ESG ale companiei. Punctele bonus vin atunci când aceste inițiative își găsesc aplicabilitate în activitatea zilnică. La noi, de exemplu, au corespondent în fabrica de reciclare, în cea de ambalaje biodegradabile, dar și în centrala fotovoltaică”.

Reporter: Sustenabilitatea este din ce în ce mai mult văzută ca un mindset. Cât de importantă considerați că este sustenabilitatea în afaceri?

Alexandru Stânean: Este vizibil un mindset, este o abordare, o înclinare, dar ideile şi planurile trebuie să devină acțiuni. Nu doar să discutăm despre sustenabilitate, să facem proiecții şi strategii, ci să acționăm şi să implementăm.

Din această perspectivă avem destul de mult de recuperat în România. Avem companiile mari, multinaționalele mai ales, care au transpus intern strategiile de dezvoltare durabilă practicate la nivel internațional de grupurile-mamă. Pentru că acest trend a fost impus mai devreme în cultura lor organizațională, şi avansul acestor firme este mai mare. Dimensiunea acestor business-uri, puterea lor financiară, reprezintă un atu, dar nu este determinant sau definitoriu. Ca revers al medaliei, mărimea afacerii nu poate fi o scuză pentru lipsa de implicare.

Este un mindset comod de multe ori, dar în acelaşi timp şi coroziv, deoarece unele companii se gândesc că sunt prea mici pentru a avea un impact semnificativ sau că nu schimbă nimic dacă ele devin sustenabile atâta vreme cât sistemul în ansamblul său rămâne imobil. Dar din acțiuni mici, adunate, rezultă efecte mari. Şi avem dovada în demersuri ale unor companii mici şi mijlocii care, pe măsura puterii lor financiare şi organizaționale, dar cu extrem de multă creativitate, reuşesc să desfăşoare campanii pline de beneficii în zonele de mediu sau sociale.

Noi am avut de la început o abordare directă, în care sustenabilitatea şi afacerile noastre zilnice se întrepătrund şi se completează. Am operaționalizat sustenabilitatea. O aplicăm de la procese simple până la programe multi-anuale de dezvoltare. Învățăm şi descoperim constant noi opțiuni care aduc îmbunătățiri, cu un impact imediat în obiectivele noastre pe termen scurt. Cu atenție, deschidere şi analiza detaliilor pot fi identificate o multitudine de instrumente care pot fi integrate în fluxurile obişnuite pentru că plasticul, gestionat responsabil, este sustenabil prin natura lui datorită posibilităților de reciclare.

O strategie solidă şi coerentă pentru dezvoltarea durabilă trebuie integrată la toate nivelurile: în producție, în politica de personal sau în zona de eficiență energetică. Iar mai departe ne extindem cu aceeaşi abordare în cercuri concentrice. Treptat, prin reglementări sau criterii de investiții, sustenabilitatea trebuie să ajungă filosofie de business. De la un punct încolo, sustenabilitatea în business nu va mai fi opțională dacă ne pasă de bunăstarea afacerilor noastre. Va deveni criteriu de selecție.

Reporter: Considerați că firmele vor fi nevoite să accepte o reducere a eficienței pentru a fi sustenabile?

Alexandru Stânean: Perspectiva unui antagonism între eficiență şi sustenabilitate este greşită. Nu este o povară decât dacă cineva o transformă în dificultate, prin planuri nerealiste sau acțiuni grăbite. Am spus-o cu fiecare ocazie: sustenabilitatea nu e o piedică şi nici o povară.

În multe aspecte, sustenabilitatea este o oportunitate de creştere a eficienței companiei. Alocarea optimă a resurselor, de orice natură, reducerea risipei, nu pot decât să crească eficiența. Secretul este să nu ai aşteptări nerealiste sau o abordare pe termen scurt. Aici intervine analiza internă care ne poate indica puterea companiei de a se implica şi de a susține proiecte de acest gen. Cel mai mult ajută când există o strategie sau cel puțin câteva principii directoare care să ghideze mai apoi evoluția. Companiile au, de obicei, bugete de sponsorizare şi alocarea resurselor din acest buget în funcție acele obiective de sustenabilitate reprezintă soluții fără impact major asupra parametrilor financiari. Este ceea ce numim CSR (responsabilitate sociala corporativă), parte integrantă din sustenabilitate/ESG.

Soluții de aceeaşi natură, ceea ce am numi low-cost într-un sens pozitiv al termenului, pot fi aplicate în programele destinate angajaților. Deziderat oricărei companii ar trebui să fie acela de a fi un angajator atractiv, iar în condițiile unui deficit de forță de muncă, eforturile ar trebui să fie şi mai mari. Se pot pune la punct multe politici sustenabile, corecte, bazate pe egalitate de gen, de rasă, incluziune şi etică, de pildă, prin implementarea unui program al avertizorilor de integritate.

Procedurile prietenoase pentru management-ul deşeurilor, al colectării selective reprezintă tot acțiuni la îndemână. O mână de ajutor în această privință se poate obține prin parteneriate cu organizații non-profit care pot ajuta companiile în demersurile lor. Sunt multe exemple în acest sens: amenajarea de zone dedicate donațiilor în obiecte, colectării de materiale reciclabile sau organizarea de acțiuni în parteneriat cu voluntari din rândul colegilor. Noi am avut colaborări fructuoase, parteneriate pe zona de mediu, cum a fost cel cu Tăşuleasa Social, alături de care am plantat 25.000 de puieți.

În general am făcut investiții cu componentă sustenabilă pe care nu le-am privit niciodată ca un pericol asupra eficienței. Sunt proiecte care chiar ne aduc reduceri de costuri sau sunt parte integrantă din vânzări (reciclare, țevi cu material reciclat, ambalaje biodegradabile) şi ne măresc eficiența energetică prin utilizarea resurselor regenerabile.

Reporter: Care considerați că sunt riscurile unei societăți nesustenabile?

Alexandru Stânean: Nesustenabil în acest moment înseamnă să trăim pe credit şi să consumăm resursele cuvenite generației următoare, copiilor sau nepoților noştri. Înseamnă de exemplu să îngropăm în Europa 3 milioane de tone de pungi din polietilenă pe an, în condițiile în care putem să le reciclăm sau să le înlocuim cu cele biodegradabile. Am ajuns într-un punct de inflexiune, în care trebuie să ne schimbăm comportamentul, altfel efectele negative devin ireversibile. Anul acesta vorbim despre cele mai scăzute niveluri ale bazinului hidrografic din ultimii 20 de ani. Furtunile puternice şi daunele generate de acestea s-au înmulțit. Vremea este imprevizibilă ca efect al acțiunii umane. Schimbările climatice încă nu sunt luate îndeajuns de în serios în România. Dar e suficient să ne uităm afară ca să vedem dovezile. Sunt urmările unui comportament nesustenabil care s-au acumulat în timp.

Riscul este ca generațiile urmatoare să viețuiască pe o planetă mult mai neprietenoasă, diferită față de cea pe care noi am crescut.

Creşterea consumului, utilizarea excesivă a resurselor sunt principalii factori de influență pentru cantitățile de deşeuri generate. O parte vine şi din dezvoltarea economiilor mondiale, dar avem în acelaşi timp şi multă risipă şi o doză prea mare de comportament iresponsabil. Problema majoră este modul în care gestionăm cantitățile de deşeuri pe care le generăm.

Nu este realist să căutăm materiale „sustenabile” peste tot, să înlocuim tot ce acum considerăm negativ. Trebuie să fim pragmatici şi să căutăm acea combinație inteligentă de soluții care nu ne dau peste cap viețile, dar în acelaşi timp aduc oportunitatea dezvoltării durabile. Ar trebui sa fie un mix între consum responsabil şi calibrat nevoilor, reutilizare şi da! acolo unde este posibil, alegerea unor alternative din materiale reciclate sau regenerabile. Tranzițiile sunt optime pentru că permit adaptarea şi în acelaşi timp oferă spațiul de manevră pentru a face corecții atunci când unele soluții se pot dovedi mai puțin optime.

Pentru toate acestea avem nevoie de implicare de la nivel individual până la societate ca întreg. Să ne uităm de exemplu la contribuția pe care inițiativele de CSR o au în educație. Împărtăşirea unor valori, obişnuința cu ele de la vârste fragede contribuie inclusiv la schimbări de comportament în gestionarea deşeurilor, de exemplu.

Reporter: Cât de dificilă vi se pare implementare directivelor europene în domeniu?

Alexandru Stânean: Un cadru unitar de abordare ajută la înțelegerea conceptelor şi la comparabilitatea inițiativelor. Provocarea este, însă, implementarea unor astfel de prevederi legislative şi urmărirea unor eventuale ținte, într-un regim simplu, care să nu complice. De pildă, un cadru legislativ ar trebui să înglobeze raportările voluntare care deja au loc.

Companiile listate la bursă sunt deja supuse unui set întreg de cadre de raportare, iar scopul acestora din urmă este creşterea transparenței. Ghidajul acestor reglementări este reprezentat de obicei de cadrele internaționale de raportare precum Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale ONU (UN Global Compact) sau standardele GRI (Global Reporting Initiative). Sunt companii care deja raportează pe aceste cadre şi acest tip de expunere reprezintă încă un exercițiu chiar şi pentru noi. În plus, o astfel de raportare presupune angrenarea unor resurse suplimentare, umane şi financiare. Aceste cadre menționate mai sus sunt suficient de cuprinzătoare şi de clare pentru a asigura o raportare comparabilă şi detaliată. Reprezintă modele de transpus.

Avem în România în lucru Codul Român al Sustenabilității – o inițiativă foarte utilă care urmează unul dintre cadrele de raportare standardizată la nivel internațional. Prin raportarea de sustenabilitate sunt expuse progresele şi acțiunile asumate prin inițiativele ESG ale companiei. Punctele bonus vin atunci când aceste inițiative îşi găsesc aplicabilitate în activitatea zilnică. La noi, de exemplu, au corespondent în fabrica de reciclare, în cea de ambalaje biodegradabile, dar şi în centrala fotovoltaică.

Reporter: Considerați că aceste criterii ESG reprezintă o țintă propriu-zisă pentru companii sau un pas intermediar în tranziția la sustenabilitate a unui mediu de business?

Alexandru Stânean: Aceste criterii sunt dezirabile pentru că reprezintă instrumentele prin care atingem în final sustenabilitatea. Dacă le respectăm şi le îmbunătățim, atunci facem progrese. Dar sustenabilitatea înseamnă de fapt acele responsabilități ESG îndeplinite în totalitate. Deci ar reprezenta închiderea cercului. După cum spuneam şi mai devreme, schimbările radicale pot fi dăunătoare. Sunt recomandate tranzițiile line, cu un set clar de paşi. În materie de sustenabilitate, aceste etape sunt inițiativele şi angajamentele voluntare, UN Global Compact, Acordul de la Paris etc., care cuprind programe specifice pe un interval de timp.

De exemplu, VinylPlus, demersul de sustenabilitate al industriei de PVC, din care facem şi noi parte, este la al doilea program. Sau a doua etapă dacă vreți. A început în 2000 cu un program cu orizont 2010 pentru eliminarea plumbului din stabilizatorii utilizați în producția de materiale plastice. La atingerea obiectivului s-a trecut la următorul nivel: angajamentul VinylPlus 2030 care țintește tranziția sectorului către economia circulară. Este o rețetă verificată experimental, iar schimbările se fac pas cu pas. Spargem obiectivele mari în obiective intermediare, ne asigurăm că facem progrese şi astfel ne cresc şansele de reuşită.

Şi criteriile ESG reprezintă tot o evoluție în trepte. Ajută la setarea unor obiective intermediare în această tranziție şi ar trebui privite drept oportunități, nu obligații sau piedici pentru activitatea companiei.

Există un interes crescut, e aproape o modă, şi atunci valul se propagă. Pe agenda publică sustenabilitate, ESG, economie circulară sunt teme recurente şi nimeni nu îşi doreşte să fie disonant când interesul este clar centrat pe aşa ceva.

A doua influență vine ca o constrângere de fapt. Constrângere sau premium, depinde de poziționare. Sustenabilitatea a devenit criteriu de finanțare. Avem investitori care îşi bazează deciziile inclusiv urmărind normative „verzi”. Investițiile de acest tip încep să aibă prioritate şi chiar pot influența costurile de finanțare. Noi am contractat de la BCR un „green loan” pentru fabrica de ambalaje biodegradabile şi la întâlnirile cu investitorii discutăm des despre perspectiva noastră asupra sustenabilității. Am observat un interes real pentru proiecte cu o astfel de componentă. În timp, astfel e abordări vor lua amploare şi vor conta din ce în ce mai mult. Investițiile bazate pe criterii verzi deja ajung în reglementări.

Reporter: Ce proiecte sau investiții concrete aveți în domeniul sustenabilității?

Alexandru Stânean: Îmi place să spun că noi integrăm sustenabilitatea în business înainte să vorbească toată lumea despre asta. Şi nu doar o spun, avem şi cifrele care să dovedească. Încă de acum cinci ani am demarat proiectul fabricii de reciclare PVC rigid a TeraPlast Recycling. Cu această fabrică suntem astăzi cel mai mare producător de PVC reciclat micronizat din Europa şi în top 10 reciclatori europeni de PVC rigid. Între timp am extins-o, capacitatea a fost dublată anul trecut, iar până acum am investit peste 5 milioane de euro în ea. Până acum.

Am investit resurse financiare şi know-how în utilizarea materialului reciclat. Dezvoltarea țevilor pentru canalizări exterioare cu până la 100% material reciclat s-a concretizat printr-un brevet în 2017 şi extindem gama în continuare sub umbrela Gri(n) Pipe.

Am investit peste 12 milioane de euro în fabrica de ambalaje biodegradabile, certificate OK Compost Home şi Industrial. Materia primă pe care o folosim pentru aceste ambalaje este încadrată de taxonomia europeană drept materie primă regenerabilă.

În acelaşi timp am investit în asigurarea unor resurse de energie regenerabilă. Centrala fotovoltaică dezvoltată împreună cu E.ON Energie România cuprinde 7.000 de module fotovoltaice pe clădirile din parcul nostru industrial. Proiectul s-a ridicat la 1,9 milioane de euro. Acum aşteptăm răspunsul pentru un proiect prin care dorim să mai facem o centrală fotovoltaică, să investim de data aceasta în jur de 5 milioane de euro.

Au fost proiecte care au necesitat investiții apreciabile, dar ele aduc beneficii şi contribuie la veniturile Grupului sau la eficiența energetică.

Reporter: Care este strategia de sustenabilitate pe care o aveți pentru perioada următoare?

Alexandru Stânean: În primul rând vrem să ne formăm o imagine clară pentru a ne putea mai apoi fixa obiective realiste. Suntem în curs de finalizare a evaluării amprentei de carbon a Grupului pe Scop 1(emisii directe) şi Scop 2(emisii indirecte, prin sursele de energie utilizate).

În baza analizelor vom putea institui obiective de reducere a amprentei de carbon a Grupului şi eficientizarea consumului de resurse de orice natură. Ne-am propus ca până la finalul trimestrului 1 din 2023 să publicăm o astfel de strategie şi apoi să o implementăm. Ca linii directoare, avem în vedere creşterea cantității de material reciclat utilizat în producție, extinderea ponderii de energie regenerabilă folosită şi continuarea culturii paperless.

Reporter: Considerați că legislația fiscală este una care îndeamnă companiile să colecteze/recicleze şi să aducă în față produse şi servicii sustenabile?

Alexandru Stânean: În discuțiile despre sustenabilitate asociem de foarte multe ori responsabilitatea, care presupune în sine acțiunea voluntară şi nu direcționată de un stimulent. E nevoie de această precizare pentru a avea principiile clar stabilite.

Concret legat de întrebarea dumneavoastră, avem scheme de finanțare de la stat pentru proiecte şi produse sustenabile. Doar trebuie accesate şi întocmite proiecte fezabile.

Noi tocmai am aplicat, prin PNRR, pentru finanțarea unei noi centrale fotovoltaice. Pentru fabrica de ambalaje biodegradabile beneficiem de ajutor de stat care se va întoarce în bugetul public ca taxe şi impozite, dar care ne oferă un avantaj la linia de start. Ca opțiune, extinderea acestor scheme de susținere şi promovarea lor mai intensă ar fi mai benefice pentru dezvoltarea firmelor şi pentru comunități decât o scutire de impozit.

Mult mai relevantă este o discuție despre aplicarea strictă a legislației privind colectarea şi sortarea deşeurilor, reciclarea. Ar putea fi oferite facilități colectorilor şi reciclatorilor, dar trebuie dublate de un control mai strict al respectării normelor şi procedurilor. S-au finanțat prin fonduri europene o multitudine de stații de sortare la gropile de gunoi din România. Multe dintre ele zac cu lacătul pe uşă, nu funcționează sau funcționează atunci când apar controale. Între timp plătim amenzi către UE. Cred că avem lucruri mai bune de făcut cu banii şi, în plus, cred că e cazul să devenim fiecare responsabili cu deşeurile pe care le producem.

Dacă am fi aşteptat să fim motivați extern, să reacționăm doar la stimuli, multe companii româneşti ar fi fost o fracțiune din ce au ajuns astăzi. Contează în primul rând inițiativa proprie. Companiile trebuie să iasă din zona de confort dacă vor cu adevărat să facă parte din grupul celor cu eticheta „sustenabil”. Este important pentru că va deveni criteriu de selecție în viitor.

Reporter: Care sunt beneficiile raportării de sustenabilitate?

Alexandru Stânean: Avem astfel de raportări şi chiar am depăşit faza experimentală. Recent, am publicat a treia ediție. El coagulează acțiunile derulate pe parcursul unui an, comunicate la vremea respectivă, progresele pe care le facem în îndeplinirea obiectivelor şi e o oglindă a evoluției noastre în timp în ce privesc inițiativele ESG. De asemenea, înglobează şi modul nostru de abordare pe diverse teme, iar cei preocupați sau curioşi de abordarea noastră îl pot consulta oricând pe website-ul nostru.

Reporter: Considerați că România are o problemă cu educația şi cultura reciclării? Ce credeți că ar trebui să facă mai bine autoritățile locale în ceea ce priveşte colectarea deşeurilor şi implementarea componentei de oraşe sustenabile/smart city?

Alexandru Stânean: Există şi e una mare. Nu lipseşte doar cultura reciclării, ci şi infrastructura de colectare. Deficiențele sunt majore, iar atenția trebuie îndreptată în această direcție. Trebuie pus la punct un sistem şi, în acelaşi timp, formate obiceiuri printre oameni. Cu vorba bună, dar şi cu restricții.

Cu susținere centrală, autoritățile locale ar trebui să gândească programe cu acțiuni țintite pentru educarea comunităților. Suplimentar, parteneriatele cu firme şi organizații specializate în colectare pot aduce progrese reale.

Sunt încă destul de puțini oameni care sunt obişnuiți cu colectarea selectivă sau acordă importanță sustenabilității produselor cumpărate sau folosite. Nu trebuie să disperăm totuşi. Numărul celor implicați este în creştere, iar noile generații sunt mult mai atente la consum, la materiale, la impactul asupra a ceea ce ne înconjoară.

Reporter: Mulțumim! ■

RETAIL

"Tranziția către clădirile verzi pentru reducerea schimbărilor climatice este un trend inevitabil"

(Interviu cu Dan Chelaru, Sustainability Officer la IULIUS Group)

● "IULIUS este, în prezent, singurul dezvoltator de proiecte «mixed-use» de regenerare urbană din România, cu investiții ce depăşesc 1,2 miliarde de euro" ● "Eficiența energetică, gestionarea apei, maximizarea efectului luminii naturale, colectarea selectivă a deşeurilor şi reciclarea sunt preocupările noastre pe termen scurt, mediu şi lung"

Tranziția către clădirile verzi pentru a reduce schimbările climatice este un trend inevitabil, având în vedere faptul că aproximativ 40% din emisiile de dioxid de carbon la nivel global sunt generate de clădiri și de industria construcțiilor, a declarat Dan Chelaru, Sustainability Officer la IULIUS Group, în cadrul unui interviu acordat ziarului BURSA. Potrivit acestuia, clădirile verzi au de asemenea un randament mai bun și pentru dezvoltatori pentru că generează chirii mai bune și se estimează că au o valoare imobiliară cu 7–10% mai mare față de clădirile tradiționale.

"Pentru reducerea amprentei de carbon este necesar un pachet de măsuri complexe, în cazul nostru materializat prin proiectarea de clădiri sustenabile, respectiv reducerea emisiilor din procesul de construcție și implementarea de proiecte de integrare a economiei circulare, precum și optimizarea utilizării resurselor prin reducerea emisiilor din operațiuni, implementarea de măsuri specifice de eficiență energetică, utilizare de energie regenerabilă sau prin dezvoltarea de proiecte de îmbunătățire a conectivității și mobilității urbane sustenabile", spune Dan Chelaru.

Acesta adaugă că o altă direcție a companiei este economia circulară și managementul deșeurilor: "În acest sens avem un program de reducere și valorificare a deșeurilor generate de proiectele grupului. La Palas Iași, acolo unde am demarat programul anul trecut, cantitățile de reciclabile au crescut cu 25% față de 2019. În prezent, programul se implementează în toate proiectele grupului și ne așteptăm la o creștere cu peste 50% a cantităților de reciclabile în a doua jumătate a anului".

Potrivit domnului Chelaru, reducerea risipei alimentare prin transformarea resturilor în compost, în conformitate cu obiectivele la nivel național și european, este o altă țintă a IULIUS.

Potrivit reprezentantului IULIUS, în total, în proiectele grupului din Iași, Timișoara, Cluj-Napoca și Suceava sunt peste 1.000 de locuri de parcare pentru biciclete, iar pentru autoturismele eco-friendly sunt amenajate aproximativ 30 de stații de încărcare electrică.

Reporter: Ce este sustenabilitatea în opinia dumneavoastră, care sunt conceptele de bază în domeniul sustenabilității în sectorul de activitate al companiei IULIUS şi indicatorii prioritari - de exemplu criteriile ESG - pe care îi are compania dumneavoastră în vedere când vine vorba de activitatea curentă?

Dan Chelaru: IULIUS este, în prezent, singurul dezvoltator de proiecte mixed-use de regenerare urbană din România, cu investiții ce depăşesc 1,2 miliarde de euro. Politicile de sustenabilitate fac parte deja din "core business-ul" nostru, având structuri de guvernanță dedicate, al căror rol este de a implementa acțiuni în conformitate cu viziunea, misiunea şi valorile noastre.

Strategia de sustenabilitate a companiei este centrată pe trei piloni: Mediu, Comunitate şi Guvernanță & Etică în afaceri. Este o strategie ce include un plan de acțiune pe termen scurt, mediu şi lung, care detaliază măsurile, acțiunile şi proiectele ce vor conduce la atingerea obiectivelor companiei.

Focusul nostru este pe crearea unui portofoliu de proprietăți eficiente din punct de vedere al emisiilor GES (gaze cu efect de seră), care să contribuie la atingerea nivelului zero de emisii nete".

Focusul nostru este pe crearea unui portofoliu de proprietăți eficiente din punct de vedere al emisiilor GES (gaze cu efect de seră), care să contribuie la atingerea nivelului zero de emisii nete.

Gestionarea deşeurilor este un alt capitol important al eforturilor noastre de a reduce amprenta asupra mediului. Am crescut anual procentul de deşeuri reciclabile din totalul celor menajere, obiectivul pe termen mediu fiind scăderea cantităților de deşeuri menajere eliminate prin depozitare cu peste 50%.

Reducerea risipei alimentare prin transformarea resturilor în compost, în conformitate cu obiectivele la nivel european şi național în acest sens, este un alt focus al IULIUS şi estimăm că vom diminua cantitatea de deşeuri menajere cu până la 40%.

Creşterea mobilității alternative este o altă prioritate pentru toate oraşele unde avem proiecte - Iaşi, Timişoara, Cluj-Napoca, Suceava. Ne dorim să realizăm nu doar clădiri sustenabile, ci proiecte care funcționează integrat, au un impact major în dezvoltarea urbană, dar nu sunt invazive. Astfel, viziunea este de a contribui prin politicile noastre la transformarea oraşelor în "walkable cities".

Reporter: Ce înseamnă efectiv sustenabilitatea în real-estate - sisteme interioare inteligente şi o arhitectură anume, o eficiență energetică sporită poate - şi de unde considerați că vine acest "push" spre sustenabilitate în construcții şi real-estate?

Dan Chelaru: Obiectivul nostru major este de a dezvolta proiecte şi modele urbane mixte de referință, care să constituie poli de dezvoltare sustenabilă în cadrul comunităților. Astfel, 100% dintre clădirile noastre de birouri - 13 imobile clasa A, 152.000 mp închiriabili - sunt certificate sau în curs de certificare LEED (operare şi dezvoltare), ceea ce atestă faptul că sunt concepute şi construite cu respectarea principiilor internaționale de eficiență şi sustenabilitate.

Totodată, deținem singura rețea națională de centre comerciale din România care este integral certificată verde. De exemplu, ansamblul mixt Palas Iaşi este singurul proiect din Europa Centrală şi de Est care a primit certificarea LEED® Neighborhood Development pentru impactul pozitiv asupra comunității şi pentru modul sustenabil în care au fost concepute şi construite clădirile integrate. Amplul proces de certificare a durat şapte ani. Clădirea de birouri United Business Center 3 din ansamblul mixt Iulius Town Timişoara este singura certificată LEED Platinum din afara Capitalei.

Toate aceste certificări confirmă că tot ceea ce construim se face cu grijă pentru mediu şi oameni. Eficiența energetică, gestionarea apei, maximizarea efectului luminii naturale, colectarea selectivă a deşeurilor şi reciclarea sunt preocupările noastre pe termen scurt, mediu şi lung, astfel încât amprenta asupra mediului să fie minimă.

Tot ceea ce dezvoltăm în continuare respectă aceleaşi standarde şi rigori. Palas Campus, din Iaşi, care va fi cea mai mare clădire de birouri ca suprafață din țară odată cu inaugurarea sa la începutul anului viitor, iese în evidență şi prin aceea că este primul proiect aflat simultan în două procese de certificare - EDGE şi LEED. De altfel, Palas Campus a beneficiat de primul credit verde, de 72 de milioane de euro, acordat de IFC - divizia Băncii Mondiale - pentru a-l ajuta să obțină certificarea de clădire verde şi o reducere previzionată de minimum 20% a consumului de energie şi apă.

Reporter: Cum reuşiți să vă atenuați amprenta de carbon şi consumul de energie?

Dan Chelaru: Suntem conştienți că pentru reducerea amprentei de carbon este necesar un pachet de măsuri complexe, în cazul nostru materializat prin proiectarea de clădiri sustenabile (reducerea emisiilor din procesul de construcție, proiecte de integrare a economiei circulare etc.), optimizarea utilizării resurselor (reducerea emisiilor din operațiuni, măsuri specifice de eficiență energetică, utilizare de energie regenerabilă etc.) sau prin dezvoltarea de proiecte de îmbunătățire a conectivității/mobilității urbane sustenabile.

Pe de altă parte, IULIUS este dezvoltatorul care a investit peste 15 milioane euro în grădini urbane integrate în proiectele noastre din Iaşi, Timişoara sau Cluj-Napoca. Parcurile reprezintă o amprentă a proiectelor noastre, de care comunitatea s-a ataşat, au devenit repere urbane şi sociale şi s-au încadrat armonios cu oraşul, fiind amenajate cu arbori maturi, specii spectaculoase care au creat o atmosferă naturală şi autentică. Spre exemplu, la Palas Iaşi avem un raport al spațiilor verzi din suprafața totală de aproape 46%. Este singurul proiect din România care se poate mândri cu o proporție atât de mare de verde. Din calculele noastre, estimările ne arată că arborii plantați în grădinile IULIUS absorb anual aproximativ 75 de tone de CO_2.

De asemenea, în fiecare an, organizăm campanii de împădurire, o inițiativă prin care compensăm amprenta de carbon prin intermediul absorbanților naturali, precum pădurile, iar aportul în acest sens este şi mai mare. În 2021, la nivel de rețea, am plantat peste 4.500 de puieți şi estimăm că suprafețele plantate vor stoca, în următorii 50 de ani, până la 4.500 tone de CO_2.

De asemenea, plantăm arbori în parcările de la nivelul solului, reducând, astfel, efectul de "insulă de căldură" generat de acestea, prin scăderea temperaturii de la nivelul suprafețelor betonate, iar aerul este mai curat. Toate aceste măsuri au implicații directe asupra sănătății şi confortului oamenilor.

O altă direcție a companiei este economia circulară şi managementul deşeurilor, iar în acest sens avem un program de reducere şi valorificare a deşeurilor generate de proiectele grupului. La Palas Iaşi, acolo unde am demarat programul anul trecut, cantitățile de reciclabile au crescut cu 25% față de 2019. În prezent, programul se implementează în toate proiectele grupului şi ne aşteptăm la o creştere cu peste 50% a cantităților de reciclabile în a doua jumătate a anului.

100% dintre clădirile noastre de birouri - 13 imobile clasa A, 152.000 mp închiriabili - sunt certificate sau în curs de certificare LEED (operare şi dezvoltare), ceea ce atestă faptul că sunt concepute şi construite cu respectarea principiilor internaționale de eficiență şi sustenabilitate".

Următoarea etapă este transformarea resturilor alimentare în compost, proces care estimăm că va reduce cantitatea de deşeuri menajere cu până la 40%. Astfel, în toată rețeaua am achiziționat compostere, care procesează resturile alimentare de la food court şi le transformă în compost.

Primul a fost instalat deja în ansamblul Palas, de unde colectăm până la 450 kg/zi. Din această cantitate, rămâne aproximativ 10-15% din volum sub formă de compost.

În real-estate, sustenabilitatea este un trend care s-a dezvoltat constant, dar este şi un avantaj de business, cu efecte asupra confortului tuturor. A fi sustenabil ca business înseamnă un cec de încredere pe care îl primesc nu doar clienții, ci şi societatea în ansamblul său. În plus, dincolo de afirmarea unei viziuni şi a unui angajament, un business care este sustenabil este unul care are acces la noi surse de finanțare şi la o poziționare şi o evaluare pe piața în care operează superioare. În concluzie, investiția în sustenabilitate este şi investiție în noi oportunități.

Reporter: Considerați că România se aliniază la tendințe în ceea ce priveşte dezvoltarea proiectelor imobiliare verzi? De ce ar investi un dezvoltator imobiliar într-un proiect verde?

Dan Chelaru: Dezvoltatorii imobiliari serioşi şi responsabili vor merge în această direcție pentru că este singura tendință acceptabilă. Investiția într-un proiect verde este investiție într-un viitor mai bun şi, în plus, are şi rezultate cuantificabile.

Tranziția către clădirile verzi pentru a reduce schimbările climatice este un trend inevitabil, având în vedere faptul că aproximativ 40% din emisiile de dioxid de carbon la nivel global sunt generate de clădiri şi de industria construcțiilor. Însă, clădirile verzi au un randament mai bun şi pentru dezvoltatori, pentru că generează chirii mai bune şi se estimează că au o valoare imobiliară cu 7–10% mai mare față de clădirile tradiționale.

Reporter: Credeți că țara noastră are o problemă cu educația şi cultura reciclării?

Dan Chelaru: Pentru toate palierele sale, incluzând aici şi reciclarea, sustenabilitatea are nevoie de educație. Este foarte bine că sustenabilitatea a devenit o preocupare cheie pentru marile companii, însă va deveni efectivă şi eficientă abia atunci când va fi îmbrățişată şi de companiile mici şi mijlocii, precum şi de restul societății.

Reporter: Ce considerați că ar trebui să facă mai bine autoritățile locale şi centrale în ceea ce priveşte eficiența energetică şi componenta de oraşe sustenabile/smart city?

Dan Chelaru: Credem că sustenabilitatea nu trebuie să fie o caracteristică doar a clădirilor, ci a proiectelor văzute ca întreg. De aceea, dezvoltările noastre includ investiții în infrastructură - tunel auto, noi artere, străzi lărgite şi modernizate, parcări subterane şi multilevel, stații de transport în comun, piste de ciclism, spații pentru biciclete etc. -, care susțin dezvoltarea durabilă a țesutului urban şi au impact în ceea ce priveşte accesibilitatea şi economia de timp a vizitatorilor ori a angajaților. Toate vin să completeze viziunea "walkable cities" la care aderăm prin legăturile pietonale, parcurile şi politicile de încurajare a deplasării cu mijloace alternative pe care le implementăm, aşa cum sunt vestiarele şi duşurile amenajate în clădirile office pentru cei care vin cu bicicleta la birou, piste de ciclism şi campanii tematice. În total, în proiectele IULIUS din Iaşi, Timişoara, Cluj-Napoca şi Suceava sunt peste 1.000 de locuri de parcare pentru biciclete, iar pentru autoturismele eco-friendly sunt amenajate aproximativ 30 de stații de încărcare electrică.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

TRANSPORTURI

"Pe termen lung, viitorul trebuie să fie unul sustenabil"

(Interviu cu Gruia Stoica, preşedintele Grampet Group)

Sustenabilitatea trebuie să fie un obiectiv comun la care aspirăm fiecare dintre noi, indiferent de rolul pe care îl avem în societate, este de părere Gruia Stoica, președintele Grampet Group. Acesta consideră că responsabilitatea este cu atât mai mare pentru cei din palierul de leadership, pentru că acțiunile și preocupările lor reprezintă exemple și impun tendințe. În opinia domniei sale, pe termen lung, viitorul trebuie să fie unul sustenabil.

Reporter: Cât de important consderați că este ca o afacere să fie sustenabilă?

Gruia Stoica: Sustenabilitatea trebuie să fie un obiectiv comun la care aspirăm fiecare dintre noi, indiferent de rolul pe care îl avem în societate. Responsabilitatea este însă cu atât mai mare pentru cei din palierul de leadership, pentru că acțiunile şi preocupările lor reprezintă exemple şi impun tendințe.

Prin natura activității noastre, Grupul Grampet este un business sustenabil. Datorită gradului ridicat de electrificare, transportul feroviar este cel mai eficient mod de transport din Europa, generând cel mai mic nivel de emisii în comparație cu celelalte sectoare de transport.

Statistici prezentate de Comisarul european pentru Transporturi, Adina Vălean, arată că ponderea emisiilor din sectorul european al transporturilor este alocată astfel: transport rutier (73%), aviație (13%), transport maritim (11%) şi transport feroviar, cu doar 1,6%.

Cel mai probabil, foarte puțini oameni se gândesc sau cunosc aceste statistici. Discursul public din România rămâne centrat pe nevoile transportului rutier, chiar dacă acesta are cel mai nociv impact asupra mediului.

În ultimii ani, ne-am construit mesajele publice în jurul sloganului „Grupul Grampet - Partener de drum pentru un viitor sustenabil", pentru a combate această realitate şi a arăta oamenilor avantajele transportului pe calea ferată.

Reporter: Considerați că firmele vor fi nevoite să accepte o reducere a eficienței pentru a fi mai sustenabile?

Gruia Stoica: Orice strategie asumată în această direcție trebuie să fie una pe termen lung. Or, în astfel de contexte, profitul nu este obiectivul imediat.

Până să ajungi în acel punct, trebuie să fii conştient că ai în față un proces îndelungat (şi uneori anevoios) de transformare pe toate planurile - de la regândirea proceselor interne la schimbarea mentalității organizaționale, la alinierea strategiei de vânzări şi adaptarea ofertei de produse şi servicii, chiar şi cu riscul de a renunța la anumite parteneriate comerciale.

În timp, această strategie se transferă asupra brandului şi reputației companiei, confirmând angajamentul real pe care organizația şi l-a asumat pentru un business sustenabil.

Reporter: Cum se vede la dumneavoastră în companie tranziția către o economie verde?

Gruia Stoica: Noi suntem pregătiți pentru această tranziție şi sperăm că presiunea europeană pentru o economie verde să mute într-un final discursul şi atenția României către industriile cu potențial în acest sens.

Din păcate, în ultimii 30 de ani strategia şi interesul privind infrastructura de transport s-a axat prea puțin pe dezvoltarea căilor ferate şi prea mult pe proiectele de autostrăzi, deşi aceste două domenii ar trebui dezvoltate în paralel.

Acest handicap a devenit într-un final evident întregii societăți, în contextul războiului din Ucraina, care a adus România în situația de a prelua o parte importantă din transporturile pe calea ferată din regiune pe o infrastructură învechită şi ineficientă.

Nu putem decât să ne bucurăm de anunțul recent al Germaniei, prin intermediul ministrului de externe Annalena Baerbock, care a promis sprijin pentru adaptarea căilor ferate din România pentru a facilita exportul a milioane de tone de cereale blocate în Ucraina din cauza blocadei maritime ruseşti.

Am spus în repetate rânduri că zece milioane de tone luate de pe calea ferată înseamnă un plus de un milion de camioane pe autostrăzi, o deteriorare accelerată a infrastructurii existente, tot mai multe accidente şi o viteză mică de rotație a mărfurilor.

"Prin natura activității noastre, Grupul Grampet este un business sustenabil. Datorită gradului ridicat de electrificare, transportul feroviar este cel mai eficient mod de transport din Europa, generând cel mai mic nivel de emisii în comparație cu celelalte sectoare de transport".

Transferul mărfurilor din zona rutieră către transportul feroviar este cea mai sigură şi rapidă modalitate de a reduce nivelul de emisii de CO2 generat de sectorul de transporturi. Acest lucru este recomandat în toate materialele Uniunii Europene legate de Green Deal. Totuşi, fără un sprijin puternic din partea autorităților, care trebuie să se materializeze prin investiții în domeniul feroviar (infrastructură şi terminale intermodale), respectiv modificarea cadrului legislativ actual şi implementarea conceptului de "poluatorul plăteşte", acest proces poate eşua. Este evident că transportul feroviar va creşte ca importanță în următoarea perioadă de timp, având un rol semnificativ în transferul mărfurilor între producători şi clienți, fiind şi rămânând cel mai sigur şi mai puțin poluant dintre toate modurile de transport terestru.

Reporter: Care credeți că este esența conceptului ESG (Environment, Social and Governance)?

Gruia Stoica: Cred că esența acestui concept (ESG) trebuie să reprezinte un reper constant în business. Profilul Grupului Grampet s-a construit încă de la început pe cei trei piloni ESG, chiar dacă acest concept nu exista acum mai bine de 20 de ani.

(Environment) Prin natura activității noastre, amprenta de mediu este mică. Chiar şi în aceste condiții, ne concentrăm şi investim în proiecte pe termen mediu şi lung menite să reducă amprenta de carbon a companiilor noastre (modernizarea parcului de locomotive diesel, achiziția de energie electrică de tracțiune produsă din surse regenerabile în momentul în care acest lucru va deveni posibil, implementarea de proiecte de utilizare a energiei solare în fabricile grupului, creşterea eficienței energetice a clădirilor în care ne desfăşuram activitatea, digitalizarea la nivel operațional şi comercial etc.)

Pilonul de Responsabilitate Socială (Social) s-a consolidat de la an la an, prin activitatea celor două fundații – TOFLEA şi GRAMPET -, care se dedică în special proiectelor de educație a tinerilor din categorii sociale defavorizate.

Pe măsură ce Grupul Grampet a crescut şi şi-a diversificat prezența în Europa, ajungând astăzi la operațiuni în zece țări, al treilea pilon ESG (Governance) a devenit tot mai important atât în raport cu clienții şi partenerii noştri, cât şi pentru optimizarea procedurilor interne şi managementul riscurilor. Statutul de multinațională ne impune alinierea la cele mai bune practici din industrie şi standarde internaționale.

În ultimii ani, am implementat procese interne stricte de conduită şi control, cu ajutorul unor oameni cu experiență care s-au alăturat echipei (printre altele, am recrutat un CFO cu experiență de Big4, un Director de Resurse Umane cu background extins în companii multinaționale şi țări mult mai dezvoltate şi, recent, un Director de Achiziții cu o experiență solidă în sectorul financiar-bancar şi, ulterior, în industrie). Totodată, beneficiem de sprijinul unui Consiliu de Supraveghere format din consultanți independenți, care sunt extrem de apreciați pentru background-ul profesional şi rezultatele obținute la nivel local, dar şi regional.

Reporter: Ce proiecte sau investiții concrete aveți în domeniul sustenabilității şi care este bugetul alocat în acest sens?

Gruia Stoica: Continuăm să investim în remotorizarea locomotivelor de manevră diesel-hidraulice de 1.250 CP, atât după un concept integral al GFR, cât şi după unul realizat de Reloc Craiova, pentru a le face mai performante şi mai eficiente din punct de vedere al impactului asupra mediului, prin reducerea emisiilor de carbon.

De asemenea, GFR are în testare o locomotivă sută la sută nepoluantă, cu baterii, produsă de Reloc, iar în funcție de comportamentul acesteia în exploatare o să decidem utilizarea acestui tip de locomotivă pe scară largă pentru activități de manevră.

Totodată, GFR va intra în posesia unui parc de 1.200 de vagoane-cisternă tip Zacs de capacitate mare (85 mc), ce respectă Regulamentul Tehnic de Interoperabilitate. Aceste vagoane, a căror valoare depăşeşte suma de 100 de milioane de euro, vor fi construite la una dintre fabricile noastre, Reva Simeria.

În paralel, avansăm cu proiectele de digitalizare şi inovare cu ajutorul echipelor noastre interne de ingineri.

Anul trecut, am lansat în premieră pentru industria feroviară din România şi sud-estul Europei două servicii digitale menite să ne eficientizeze activitatea - ETA Expert, ce realizează estimări în timp real despre sosirea trenurilor sau vagoanelor la destinație sau în anumite stații din parcurs, respectiv TRASA Expert, un sistem informatic menit să îmbunătățească proiectarea traseelor ideale şi capacitatea alocată trenurilor de marfă. În luna martie a anului curent, am lansat Synopsis, aplicație care integrează o foarte mare parte din sistemele dezvoltate şi implementate până acum de GFR, pentru a oferi imaginea operațională de ansamblu în timp real şi a sprijini procesul decizional.

"Transferul mărfurilor din zona rutieră către transportul feroviar este cea mai sigură şi rapidă modalitate de a reduce nivelul de emisii de CO2 generat de sectorul de transporturi. Acest lucru este recomandat în toate materialele Uniunii Europene legate de Green Deal".

Reporter: Cum vedeți viitorul sustenabilității?

Gruia Stoica: Chiar dacă războiul din Ucraina a răsturnat ordinea priorităților globale, pe termen lung viitorul trebuie să fie unul sustenabil, iar mediul de business înțelege acest lucru.

Criza energiei a confirmat deja nevoia unei resetări a modului în care consumăm resursele, iar investițiile în energie verde se accelerează într-un ritm nemaivăzut până acum.

Dincolo de investițiile în tehnologie şi inovație pe care le derulăm în diviziile principale de activitate ale Grupului Grampet, am intensificat proiectele lansate anul trecut pe platforma RAFO Oneşti.

Compania Roserv Oil, parte din Grupul Grampet, a preluat platforma industrială RAFO Oneşti în urmă cu doi ani, cu obiectivul principal de a dezvolta aici cel mai mare centru logistic din Moldova.

Pe măsură ce am avansat cu procesul de evaluare şi integrare, am realizat potențialul enorm pe care îl are acest activ pentru industria energiei regenerabile. Putem astfel readuce la viață o parte din activele valoroase de pe această platformă, integrându-le într-un proiect cu potențial real pentru viitor.

Ne-am propus să dezvoltăm aici un parc fotovoltaic întins pe o suprafață de 200 de hectare, o fabrică de bioetanol (o sursă de energie 100% bio şi regenerabilă), o fabrică de baterii litiu-ion şi o instalație pentru producerea de hidrogen verde (o investiție pe termen mediu, de cel puțin 7-8 ani, din cauza lipsei legislației).

Instalațiile pentru producerea carburanților ecologici se vor monta în locul unor instalații vechi, care sunt în proces de dezafectare.

Reporter: Mulțumesc! ■

SMART HOUSE

“Optimizând continuu, analizând unde suntem şi unde vrem să ajungem, vom deveni mai sustenabili”

(Interviu cu Ioana Csatlos, general manager EFdeN)

- “Suntem unde a fost orice țară care are acum procente mari în ceea ce priveşte reciclarea şi reutilizarea: la început”
- “Ne pregătim de aducerea în țară a celui mai recent prototip de casă solară”

Optimizând continuu, analizând unde suntem și unde vrem să ajungem, vom deveni mai sustenabili și vom utiliza doar resursele de care avem nevoie, fără să renunțăm la stilul de viață modern, consideră Ioana Csatlos, general manager la organizația non-guvernamentală EFdeN, care a avut amabilitatea să ne acorde un interviu.

“Suntem unde a fost orice țară care are acum procente mari în ceea ce privește reciclarea și reutilizarea: la început”, spune Ioana Csatlos, care adaugă că este nevoie inclusiv de o schimbare sistemică de abordare în privința economiei circulare.

EfdeN reprezintă de 10 ani România în cea mai importantă competiție de arhitectură solară și tehnologii integrate, Solar Decathlon Europe. La cea mai recentă ediție, care a avut loc în Wuppertal, Germania, EfdeN a urcat pe podium de trei ori steagul României, fiind campioni ai probei de Confort și ai probei de Popularitate și obținând locul al treilea la proba de Funcționare a Casei.

“Ne pregătim de aducerea în România a prototipului și asamblarea lui pe o locație permanentă, de unde să poată să își împlinească rolul”, a mai spus Ioana Csatlos.

Reporter: EFdeN este o organizație non-guvernamentală a cărei misiune este să promoveze sustenabilitatea în construcții şi să promoveze casele verzi. Ce faceți efectiv şi care este ideea din spatele EFdeN, cum a pornit acest proiect?

Ioana Csatlos: În EFdeN implementăm, într-o echipă multidisciplinară de studenți, cele mai noi şi avansate tehnologii în modalități în care ele pot fi aplicate în locuințele personale de către publicul larg: să îmbunătățească confortul, să dezvolte calitatea vieții, să reducă costurile, să fie eficiente pentru a nu consuma mai mult decât avem nevoie, dezvoltând modele de bune practici pe care publicul larg le poate testa în EFdeN Sustainable City. Modelele de bune practici pe care le dezvoltăm reprezintă soluții pe care le găsim pentru câteva dintre problemele actuale: posibilitatea reducerii consumului de energie electrică în spațiile publice şi utilizarea energiilor regenerabile în spațiile urbane, crearea de spații prietenoase cu mediul, dar şi cu stilul modern de viață, posibilitatea de a încărca maşinile, bicicletele, trotinetele electrice cu energie solară.

Echipa noastră a participat activ prin proiectul EnergiaTa la realizarea legislației de prosumator şi a Ghidului Prosumatorului, iar astăzi coordonează comunitatea prosumatorilor şi pregăteşte noi paşi care să vină în sprijinul comunității prosumatorilor şi a celor ce aspiră la a deveni prosumatori.

Nu în ultimul rând, de 10 ani reprezentăm România în cea mai importantă competiție de arhitectură solară şi tehnologii integrate, Solar Decathlon Europe, a cărei ediție din Wuppertal, Germania s-a încheiat de curând. Am urcat steagul României de 3 ori pe podium fiind campioni ai probei de Confort, dar şi ai Premiului de Popularitate şi am obținut un loc 3 în clasamentul probei de Funcționare a Casei şi o mențiune specială în cadrul concursului de Construcții din lemn, iar acum ne pregătim de aducerea în România a prototipului şi asamblarea lui pe o locație permanentă, de unde să poată să își împlinească rolul de VATRA (VATRA este cel mai recent prototip de casă solară dezvoltată de EfdeN - n.r.) a satului.

Reporter: Ce este sustenabilitatea, care sunt conceptele de bază în domeniul sustenabilității/indicatorii prioritari şi de ce este sustenabilitatea importantă pentru business/societate?

Ioana Csatlos: Sustenabilitatea înseamnă mai mult decât protecția mediului, iar pentru a ne satisface nevoile fără a le periclita pe cele ale generațiilor viitoare ar trebui să dezvoltăm o economie sănătoasă şi o societate bazată pe solidaritate şi interconectivitate. Să ne uităm şi să înțelegem imaginea de ansamblu a schimbărilor climatice pentru a nu subestima impactul acțiunilor personale, să înțelegem că progresul tehnologic ne poate facilita confortul şi eficiența societății fără a distruge mediul în care trăim şi că putem să ne bucurăm de ce avem în jurul nostru cu respect pentru ceilalți actori ai mediului. Toate acestea devin elemente primordiale în cultivarea prin educație a deschiderii către sustenabilitate.

Sustenabilitatea consider că ne ajută să eliminăm acele procese care dăunează şi să le înlocuim cu unele prietenoase cu mediul, dar şi să avem grijă de cea mai importantă resursă a unui business: oamenii.

Mai mult decât atât, progresul tehnologic inventează şi se reinventează continuu, soluțiile la probleme actuale pe care le aduc invențiile se văd imediat, dar efectele nu şi uneori durează zeci de ani până conştientizăm o nouă problemă creată. Optimizând continuu, analizând unde suntem şi unde vrem să ajungem, vom deveni mai sustenabili şi vom utiliza doar resursele de care avem nevoie, fără să renunțăm la stilul de viață modern.

Reporter: Ce înseamnă sustenabilitatea în construcții şi de unde considerați că vine acest “push” spre sustenabilitate în construcții?

Ioana Csatlos: “Push”-ul consider că ar trebui să vină din mai multe direcții şi primele 3 la care mă gandesc când vine vorba de construcții sunt cele cu care lucrăm şi noi la EFdeN:

- Alegerea materialelor, astfel încât să nu producem medii toxice folosind materiale, produse care ne îmbolnăvesc în timp, ceea ce numim Sindromul clădirilor bolnave;
- Diminuarea risipei de materiale, eficientizarea utilizării materialelor şi refolosirea lor unde este posibil. Atunci când discutăm despre construcții ne referim de cele mai multe ori la perioada de utilizare a unei construcții, ignorând perioada de construcție, şantierul şi deşeurile generate de acesta, dar şi ce se întâmplă cu clădirea atunci când îsi depăşeşte perioada de viață;
- Integrarea tehnologiilor si utilizarea strategiilor pasive. O analiză cost-beneficiu pe termen lung ar trebui să fie printre primele gânduri atunci când construim. Tehnologiile moderne, deşi cresc semnificativ costul construcției pe termen scurt, pe termen lung pot duce nu doar la scăderea costurilor, dar pot să elimine facturile de utilități, creând în acelaşi timp un mediu interior confortabil şi sănătos. De asemenea, integrarea strategiilor pasive - orientare, umbriri, ventilație naturală etc. - încă din proiectare poate să diminueze necesarul de resurse folosit.

Reporter: În ultimii ani vedem că se pune din ce în ce mai mult accent pe această direcție de economie verde, o accelerare la nivel legislativ care vine dinspre Uniunea Europeană. Cum se vede această schimbare în cadrul companiilor din sectorul construcțiilor, sector care produce masiv deşeuri în România? Au început să facă paşi înspre reciclare, standardele nZEB, producție şi consum durabile etc.?

Ioana Csatlos: De câțiva ani deja multinaționalele folosesc standarde de certificare sustenabilă ca LEED, BREEAM, Well, etc. pentru clădirile în care activează. Totuşi, cred că dacă prin educație motivele pentru care majoritatea o fac pot fi transferate către motive personale ale oamenilor din companii, rezultatele ar fi mult îmbunătățite.

La nivelul companiilor mai mici, necesitatea educației pentru o schimbare sistemică de abordare poate aduce avantaje rapide acolo unde eficientizarea şi diminuarea costurilor pot acoperi într-un timp scurt investiția în tehnologie şi în energii regenerabile, deoarece soluțiile nu sunt întotdeauna cu costuri ridicate şi de cele mai multe ori sisteme simple pot face o diferență semnificativă în facturile lunare.

Impactul educației atunci când vorbim despre dezvoltare durabilă va fi unul semnificativ şi va schimba perspectiva de abordare, dintr-o obligație într-o necesitate şi un avantaj real atât pe termen scurt - de exemplu mediul interior confortabil şi sănătos - cât şi lung - din punct de vedere economic, fiind un ajutor în diminuarea efectelor schimbărilor climatice.

Reporter: Considerați că România are o problemă cu educația în privința reciclării sau gradul mic de reciclare este o chestiune ce indică nevoia de a crea o cultură a reciclării?

Ioana Csatlos: Comportamentele şi obiceiurile se schimbă greu şi în timp.

Consider că suntem unde a fost orice țară care are acum procente mari în ceea ce priveşte reciclarea şi reutilizarea… Adică la început. Pericolul vine din educație - nu din ideea de a respecta legile - pentru că unde şi cum arunci ține de obiceiuri, de obişnuință.

Pericolul în cazul adulților consider că este acela de a subestima impactul personal asupra reciclării, dar şi lipsa explicării etapelor prin care o țară va ajunge la procente de reciclare semnificative, o infrastructură bine pusă la punct din etape incipiente, ar ajuta, pe termen scurt.

Pe termen lung un singur deşeu contaminat poate strica un lot întreg şi atunci vorbim din nou de motive, credințe şlefuite cu ajutorul educației şi abia apoi de constrângeri impuse prin legi.

Reporter: Credeți că legislația ar trebui să impună companiilor - poate măcar în cazul firmelor de dimensiuni mai mari, poate de exemplu măcar celor din construcții/minerit-extracție - anumite condiții de colectare a deşeurilor?

Ioana Csatlos: Pe lângă motivare şi încurajare, administrația ar trebui să participe activ la informarea şi la educarea oamenilor, prin campanii de educare pe tema economiei circulare, prin evenimente şi prin crearea de contexte atât în mediul online, cât şi offline şi abia apoi să recurgă la obligare prin taxe şi amenzi.

Consider că stimulentele ar îmbunătăți semnificativ indicatorii de reciclare, dacă ele nu vor fi blocate de o birocrație excesivă şi dacă se adresează şi segmentului de companii pe care l-ar avantaja cu adevărat, dacă procesul de accesare ar fi facilitat.

Cred că stimulentele ajută un segment de mijloc de companii care îşi doresc schimbare şi înțeleg necesitatea adoptării de sisteme sustenabile, dar nu dețin fondurile necesare pentru a lua decizii pentru o eficiență sporită pe termen lung, dar acesta este şi segmentul descurajat de o birocrație excesivă, segmentul pentru care blocarea resursei umane în soluționarea problemelor de birocrație nu este o soluție pe termen scurt.

Reporter: Ce ar trebui să facă mai bine autoritățile locale în ceea ce priveşte colectarea deşeurilor şi implementarea componentei de oraşe sustenabile/smart city?

Ioana Csatlos: Cel mai uşor parcurs de implementare pe care l-am abordat în EFdeN a fost să identificăm probleme şi să căutăm soluții care să se integreze în natură, să răspundă nevoilor rezolvând problema, dar şi să răspundă stilului modern de viață.

Exemplul de care îmi place să vorbesc este cel al stației de încărcare. În EFdeN ne-am gandit la scenarii şi la cum integrăm - cum ne protejăm de vremea de afară de afară de exemplu. Fie că e vorba de o zi însorită cu maşina încinsă, fie că e vorba de o zi ploioasă. Ce faci în timp ce se încarcă maşina? Poți să arunci deşeurile reciclabile - am integrat colectarea selectivă -, poți să faci curățenie în maşină - am integrat un aspirator -, poți să verifici/ajustezi presiunea în anvelope, iar aici am integrat un mic compresor, sau poți să ai o şedință online, să vezi un podcast - am integrat un smart TV. Sigur că toate acestea nu sunt utile în cazul unei pompe clasice de combustibil unde petreci câteva minute, dar când depăşeşti 20 minute, ele devin utile. Alte exemple puteți găsi în EFdeN Sustainable City.

Ce este de fapt special la conceptul de stație de încărcare dezvoltat de noi este faptul că el nu răspunde doar problemei directe pe care o adresează, ci caută să fie soluția pe tot timpul în care o foloseşti, cu o abordare dusă până la capăt, o abordare care nu se opreşte la prima soluție întâlnită - putem astfel integra şi reduce costuri diverse, putem soluționa aspecte din viața unui oraş prin introducerea de elemente smart.

Reporter: Considerați că, în România, economia circulară primeşte destulă importanță la nivelul autorităților publice locale şi centrale? Pare de multe ori că subiectul nu există pentru Guvern şi ministerele care ar trebui să aibă leadership în acest domeniu, mai ales având în vedere faptul că noi am implementat pachetul european de economie circulară cu o întârziere de câțiva ani şi fără norme (legea compostului, certificatele de origine pentru biodeşeuri etc.)...

Ioana Csatlos: E nevoie de o schimbare sistemică de abordare în privința economiei circulare, care consider că îşi are deja începuturile în asociații neguvernamentale, institute de cercetare şi fundații active în piață şi în activişti care presează constant pentru rezultate palpabile. Aceste acțiuni pot fi desigur amplificate de mediul privat, dar esența schimbării sistemice poate fi făcută doar la nivel de sistem şi asta poate fi făcută doar de autorități.

Cred că există o mare responsabilitate şi avem o serie de proiecte cu autorități publice, chiar dacă deocamdată mici. Temerea mea este că nu ne vom mişca suficient de repede ca țară, iar lupta cu schimbările climatice - şi implicit cea cu privire la implementarea economiei circulare - nu poate fi câştigată printr-o ordonanță de urgență.

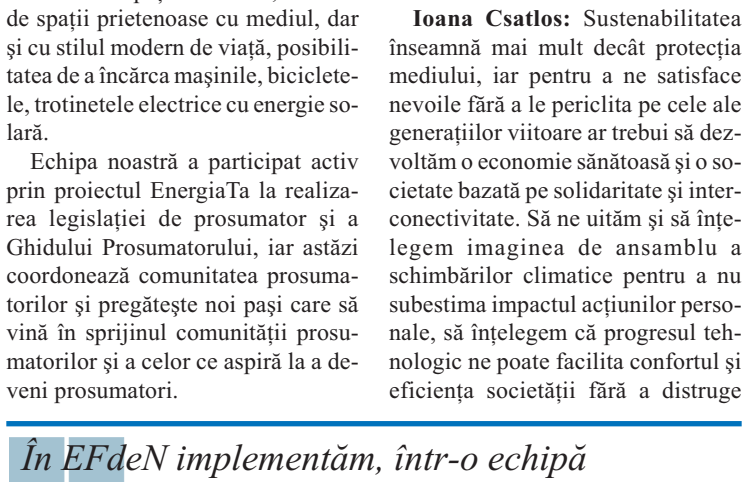
Reporter: Cum am putea fi mai sustenabili, noi, ca oameni, în viețile noastre personale?

Ioana Csatlos: Să conştientizăm şi să folosim resursele pentru a diminua impactul nostru, pentru regenera ecosistemele şi nu doar pentru a bifa nişte ținte în raportări.

Dacă tot folosim resursele, de ce să nu ne şi asigurăm că lucrurile se întâmplă cum ne dorim, căci avem o singură planetă şi impactul negativ sau pozitiv al fiecăruia se resimte. Ca la vot. Întrebați-vă în fiecare seară ce ați făcut bine pentru ca ziua de mâine să fie puțin mai bună, cu puțin mai mult sens. Aveți un impact pozitiv asupra societății în care trăiți? Şi acționați, în orice fel, fie că vorbim de utilizarea responsabilă a resurselor, reciclare sau diminuarea deşeurilor, de sădirea unor idei, sau chiar dacă vorbim de un zâmbet sau de o încurajare, sigur ele nu vor ajuta ecosistemul în prima fază, dar vor crea oameni cu impact pozitiv, oameni motivați care vor vrea să schimbe lumea în care trăiesc.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

„În EFdeN implementăm, într-o echipă multidisciplinară de studenți, cele mai noi şi avansate tehnologii în modalități în care ele pot fi aplicate în locuințele personale de către publicul larg: să îmbunătățească confortul, să dezvolte calitatea vieții, să reducă costurile, să fie eficiente pentru a nu consuma mai mult decât avem nevoie, dezvoltând modele de bune practici pe care publicul larg le poate testa în EFdeN Sustainable City".



„Echipa noastră a participat activ prin proiectul EnergiaTa la realizarea legislației de prosumator şi a Ghidului Prosumatorului, iar astăzi coordonează comunitatea prosumatorilor şi pregăteşte noi paşi care să vină în sprijinul comunității prosumatorilor şi a celor ce aspiră la a deveni prosumatori".

ALIMENTATIE

„Ultimii ani au adus provocări imense mediului de afaceri”

(Interviu cu dr. ing. Ioan Popa, fondatorul şi preşedintele Transavia)

● „Suntem printre foarte puținele companii care nu au credite şi care îşi continuă investițiile, la un nivel de peste 20 de milioane de euro în fiecare an” ● „La Transavia nu ne plângem şi nu stăm «cu mâna întinsă»” ● „Începând cu 2023 ne vom asigura, în regim propriu, 80%-100% din necesarul de energie”

Ultimii ani au adus provocări imense mediului de afaceri, fie că vorbim de efectele pandemiei, de explozia costurilor energiei, gazelor, carburanților și input-urilor, de problemele apărute pe lanțurile logistice globale, de lipsa forței de muncă calificate sau de inflația galopantă alimentată de conflictul de la granița noastră, a declarat Ioan Popa, fondatorul și președintele Transavia, în cadrul unui interviu acordat ziarului BURSA.

„Mai mult, modificările de taxe și impozite anunțate nu de mult de autorități vor fi o nouă lovitură pentru mediul de afaceri”, spune Popa. Acesta ne-a mai spus că toate spațiile de producție ale companiei sunt eficientizate energetic, sunt bine construite, bine izolate, cu sisteme centrale de ventilație și încălzire, cu iluminat economic, astfel încât să existe consumuri energetice cât mai reduse. „Condițiile actuale din mediul de afaceri ne-au determinat să acționăm investind masiv în energie verde. Ne-am propus ca până la finalul anului 2023 să încheiem acest capitol al implementării energiei verzi în companie și să ne producem între 80% și 100% energia din sursele noastre, asigurându-ne un grad de eficiență sporit”, ne-a precizat Ioan Popa, fondatorul Transavia.

Reporter: Din poziția de lider în piața de carne de pui din România, cum evaluați impactul pe care îl are Transavia în economia locală şi în cea națională?

Ioan Popa: Transavia este o afacere de familie, cu capital 100% românesc, integrată vertical, *de la bob la furculiță*, şi care, în cei 31 de ani de activitate, a demonstrat că este o afacere solidă, bazată pe cele mai bune practici şi pe cele mai stricte protocoale. Susținem dezvoltarea locală prioritizând achizițiile de la furnizori locali sau de la cei internaționali care au sediu şi în România - aproximativ 90% dintre cei 1.800 de furnizori - şi suntem un angajator strategic cu peste 2.300 de locuri de muncă directe create. Totodată, prin taxele plătite ca urmare a profitului înregistrat în fiecare an, suntem unul dintre marii contributori la bugetul de stat.

Încă de la început, ne-am asumat angajamentul ferm de a contribui substanțial la o viață sănătoasă şi echilibrată pentru toți consumatorii, oferindu-le produse naturale, de o calitate superioară, care asigură gustul şi valoarea nutrițională la cel mai înalt nivel, în timp ce mediul este protejat. Deținem 30 ferme de pui în 8 județe din România, 4 ferme de producție vegetală, o fabrică de nutrețuri combinate, 3 abatoare de ultimă generație, între care şi cel mai mare abator din țară care procesează 12.000 de pui pe oră, o fabrică de procesare a cărnii şi peste 500 de autovehicule care asigură în fiecare zi transportul sigur al materiilor prime şi al produselor din carne de pui. Toate acestea ne ajută să producem în doar câteva zile ceea în 1991 produceam într-un an întreg, depăşind ştacheta ambițioasă de 100.000 de tone anual, din care aproximativ 25% se exportă în mai multe state europene, pe continentul african, în zona Mării Mediterane şi a CSI (Comunitatea Statelor Independente – n.r.).

Reporter: Mulți antreprenori spun, de exemplu, că aşteaptă de la stat o deducere de impozit, un factor motivator… Cum trece compania dumneavoastră prin actuala criză economică, o criză energetică şi inflaționistă cu impact inclusiv pe partea de forță de muncă?

Ioan Popa: Ultimii ani au adus provocări imense mediului de afaceri, fie că vorbim de efectele pandemiei, de explozia costurilor la energie, gaze, carburanți şi input-uri, de problemele apărute pe lanțurile logistice globale, de lipsa forței de muncă calificate sau de inflația galopantă alimentată de conflictul de la granița noastră. Mai mult, modificările de taxe şi impozite anunțate nu de mult de autorități vor fi o nouă lovitură pentru mediul de afaceri. Vom ajunge ca în zicală: cei cinstiți să fie săraci, pentru că toată povara suplimentară va fi tot pe umerii antreprenorilor care plătesc în mod corect taxele şi care vor plăti şi mai mult. Iar aici vorbim de acele aproape 1 din 4 afaceri, pentru că avem doar 27% colectare la bugetul de stat. Nu e nicio îndoială că ar fi mult mai eficient dacă statul ar face eforturi să colecteze de la încă 1-2 afaceri din cele 4 taxele şi impozitele, majorând colectarea, decât să plătim mai mult tot noi, cei care suntem corecți. Ca fiecare companie, suntem şi noi preocupați de toți aceşti factori cu impact major în mediul de afaceri. Dar noi, la Transavia, nu ne plângem şi nu stăm „cu mâna întinsă”. Noi facem lucrurile aşa cum trebuie: căutăm mereu soluții pentru a ne proteja profitabilitatea, păstrând calitatea şi siguranța produselor noastre, în ciuda tuturor provocărilor. Analizăm oportunitățile care însoțesc provocările din piață şi le eficientizăm. Atuul nostru este fundația solidă a afacerii noastre şi a modelului nostru de business, integrat vertical, care ne permite să nu depindem de alții.

Suntem printre foarte puținele companii care nu au credite şi care îşi continuă investițiile, la un nivel de peste 20 de milioane de euro în fiecare an. Prin tot ceea ce facem, urmărim să ne îndeplinim misiunea, respectiv să asigurăm consumatorilor noştri, fără întrerupere, carnea de pui cea mai sănătoasă, naturală şi cu cel mai ridicat grad de siguranță alimentară de pe piață. De aceea, şi în vremurile bune şi în cele de criză, punem mereu accent pe respect, pe responsabilitate şi pe disciplină, care pentru noi sunt un mod de a fi, o obişnuință. Aşadar, chiar şi atunci când apar situații dificile, continuăm să facem lucrurile exact aşa cum trebuie, să oferim sprijin, să avem o bună colaborare şi să fim motivați pentru a pune pasiune în tot ceea ce facem. Doar aşa putem păstra şi întări încrederea consumatorilor noştri şi ne putem dezvolta sustenabil.

Reporter: În ultimii ani vedem că se pune din ce în ce mai mult accent pe această eco-economie. Cum se vede această schimbare în cadrul Transavia?

Ioan Popa: Tot ce facem trebuie să fie eficient, iar acest lucru înseamnă atât rentabilitate pentru afacere, cât şi grijă față de mediu şi oameni. Pentru a putea face profit, trebuie să întăreşti continuu încrederea consumatorilor prin produse de ce mai înaltă calitate şi siguranță şi să tinzi către zero pierderi. Adică fiecare angajat să conştientizeze şi să acționeze disciplinat pentru a evita orice fel de risipă, pe întreg lanțul de producție. Totodată, profitul trebuie să fie sustenabil, adică să îl faci an de an, beneficiind de toate oportunitățile şi previzionând riscurile economice, sociale, tehnlogice sau de mediu. Preocuparea pe care o avem de ani buni de zile pentru a diminua cât de mult posibil impactul asupra mediului şi pentru a contribui la calitatea vieții consumatorilor şi a comunităților este dovedită de faptul că suntem singura companie din sector care a publicat Rapoarte de Sustenabilitate, în acord cu standardele GRI. Am ridicat ştacheta sustenabilității pentru sectorul alimentar, fiind singura companie românească care şi-a asumat standardele necesare pentru a fi co-semnatară a Codului de Conduită al UE cu privire la Practicile Responsabile Comerciale şi de Marketing în Sectorul Alimentar. De asemenea, ne mândrim cu faptul că, încă din 2018, Transavia a implementat standardul Global G.A.P. de bune practici şi sustenabilitate în agricultură, realizând în acest mod o premieră în industria cărnii din România. Şi restul de certificări - ISO 22000, FSSC 22000, BRC Food v7, Halal - pe care le avem contribuie la încrederea pe care partenerii noştri ne-o arată. Toate aceste acțiuni concrete reafirmă eforturile şi acțiunile pe care le întreprindem pentru a creşte în mod sănătos şi sustenabil afacerea, având o puternică orientare către producția durabilă, către grija față de mediu, de responsabilitatea socială şi față de angajați.

Reporter: Cum abordează Transavia, cel mai mare actor de pe piața de producție de carne de pui din România, sustenabilitatea?

Ioan Popa: Atunci când sunt întrebat „câți oameni din companie lucrează în sustenabilitate?”, răspund fără nicio ezitare: toți! Preocuparea mea majoră, ca manager, dar şi a tuturor celor peste 2.300 de angajați, este să fim eficienți. De aceea, facem toate lucrurile exact aşa cum trebuie. Suntem o companie integrată vertical, de la bob la furculiță, care acționează durabil în toate punctele lanțului de valoare. Prin Divizia Vegetală, cultivăm 10.000 de hectare, din care ne asigurăm cea mai mare parte din cerealele necesare hranei păsărilor, un lucru extrem de important, mai ales acum când prețurile la cereale au explodat. Suntem singurul producător din România care îşi produce, îşi creşte şi îşi procesează absolut toți puii în propriile ferme şi unități de producție, garantând astfel consumatorilor calitatea constantă şi siguranța maximă a produselor noastre. Avem ferme de pui specializate: de reproducție, de incubație şi de creştere. Grija noastră față de mediu, *de la bob la furculiță*, înseamnă şi o gestionare eficientă a deşeurilor provenite din industrializare, pe care le procesăm în una din fabricile noastre, iar acest ciclu circular ne permite să le transformăm în produse cu valoare adăugată precum făinurile de carne, de pene sau de sânge, care toate sunt valorificate, fie pe piața internă, fie la export. Pe lângă aceasta, folosim toată cantitatea de gunoi de grajd pe care o producem în cele peste 500 de hale de creştere a puilor, la fertilizarea celor 10.000 de hectare de teren pe care le exploatăm. Iar aceasta înseamnă că pentru fertilizare folosim aproximativ 70% gunoi de grajd natural - un avantaj major atât pentru structura solului, cât şi pentru mediu. Desigur, când este necesar, aplicăm cu grijă tratamentele necesare pentru combaterea dăunătorilor sau a bolilor, dar folosim produse care nu afectează albinele. Anunțăm primăriile de care aparțin terenurile pentru a informa apicultorii din zonă şi avem colaborări directe cu apicultorii care campează cu stupii în apropierea lanurilor noastre de floarea soarelui în perioada înfloritului, favorizând polenizarea încrucişată, dar şi producția lor de miere. Deci, ne-am gândit şi am acționat pentru a nu aduce prejudicii mediului înconjurător şi pentru a crea un flux circular din care să valorificăm absolut tot ceea ce producem.

Reporter: Transavia are în derulare cel mai mare proiect de energie verde din industria alimentară. Care sunt coordonatele acestei investiții masive făcute de compania dumneavoastră?

Ioan Popa: Transavia este o afacere de familie care a fost întotdeauna preocupată de controlarea costurilor de producție, de creşterea eficienței şi de eliminarea oricăror pierderi. Proiectele noastre au mereu un grad mare de rentabilitate şi au în vedere reducerea impactului asupra mediului. De exemplu, în ceea ce priveşte eficiența energetică, avem preocupări la toate capitolele: absolut toate spațiile noastre de producție sunt eficientizate energetic, sunt bine construite, bine izolate, cu sisteme centrale de ventilație şi încălzire, cu iluminat economic, astfel încât să avem consumuri energetice cât mai reduse.

Condițiile actuale din mediul de afaceri ne-au determinat să acționăm investind masiv în energie verde. Ne-am propus ca până la finalul anului 2023 să încheiem acest capitol al implementării energiei verzi în companie şi să ne producem între 80% şi 100% energia din sursele noastre, asigurându-ne un grad de eficiență sporit. În consecință, până la finele anului 2023 vom avea instalate aproximativ 30 de hectare de panouri fotovoltaice care vor putea să producă anual, alături de co-generare, circa 45.000 MWh de curent electric. Luând în calcul şi o marjă pentru o eventuală creştere a prețurilor la echipamente, am estimat costul acestui proiect la aproximativ 35 de milioane de euro, investiție pe care o vom asigura din fonduri proprii. Avem toate premisele să ne atingem această țintă, dacă nu vor fi probleme majore pe lanțurile de aprovizionare cu panourile sau cu piesele necesare acestui sistem.

Anul acesta vom investi circa 10-12 milioane de euro pentru a instala partea de panouri fotovoltaice planificată şi o parte din co-generarea de înaltă eficiență energetică, astfel încât să ajungem la aproximativ 18.000 MWh producție anuală de curent electric. În acest moment, suntem în lucru la 12 dintre unitățile noastre, urmând să implementăm proiectul la toate punctele de lucru, până la acoperirea completă a acestora. Prin această investiție masivă în energie verde ne vom proteja de fluctuațiile majore ale prețurilor la energie şi ne vom controla şi mai bine costurile. Efectul economic pozitiv asupra performanțelor companiei va fi dublat şi de o reducere semnificativă a emisiilor de carbon. Cele 22.000 de panouri fotovoltaice planificate pentru instalare în acest an vor ajuta la eliminarea anuală a peste 4 milioane de kilograme de CO2, echivalentul plantării a 187.000 de copaci. Altfel spus, doar aceste prime panouri înseamnă plantarea anuală a câte unei păduri de aproape 200 de hectare.

Reporter: Unde şi cum veți instala cele 30 de hectare de panouri fotovoltaice pe care plănuiți să le amplasați până la finalul anului 2023?

Ioan Popa: În cadrul proiectului, vom amplasa panouri fotovoltaice în toate punctele de lucru, asigurând energie pentru toate cele 542 de hale de creştere a păsărilor şi pentru celelalte clădiri destinate altor scopuri, precum zonele administrative sau cele de industrializare. La fiecare obiectiv de producție din fiecare punct de lucru, exploatăm avantajul major pentru a produce energie verde cât mai eficient şi cu randament cât mai bun, fie că e vorba de panouri fotovoltaice, fie că e vorba de co-generare. De aceea, tratăm fiecare punct de lucru din perspectiva avantajelor pe care le au şi a capacității sistemului energetic național de a prelua energia generată de noi. Acolo unde poziția halelor este favorabilă, în raport cu soarele, iar structura permite, fără niciun fel de investiție suplimentară, vom amplasa aceste panouri fotovoltaice pe acoperişul clădirilor. Acolo unde structura acoperişurilor nu ne permite, vom amplasa panourile pe terenurile din incinte, astfel încât să maximizăm poziția față de soare şi randamentul producției de energie.

Reporter: Prin această investiție, ați devenit prosumator. Cum funcționează mecanismul prin care acoperiți aproape în integralitate necesarul de energie pe care compania îl are?

Ioan Popa: În mod normal, noi avem consumul cel mai mare de energie electrică pe parcursul zilei, prin urmare, vom acționa ca prosumeri. Modul nostru de lucru este de a produce în timpul zilei energia necesară funcționării punctului de lucru, iar surplusul va fi introdus în sistemul național de distribuție. Iar pentru necesarul pe care îl avem pe perioada nopții, vom prelua înapoi din sistem, în urma unor contracte pe care le vom încheia cu furnizorii de energie electrică, astfel încât ambele părți să fie mulțumite.

Reporter: Ce alte proiecte verzi aveți în derulare?

Ioan Popa: În această etapă, am luat în calcul şi două obiective mari de co-generare de înaltă eficiență energetică, unde procesul de producție are flux continuu, de luni de la 5 dimineața până sâmbătă la 12 noaptea: respectiv unul dintre abatoarele noastre, unde avem şi o fabrică de prelucrare a deşeurilor animaliere, şi fabrica de nutrețuri combinate, în care producem furajele pentru păsări. În aceste două puncte de lucru se justifică proiectele de co-generare pentru că folosim abur în procesul de producție. În consecință, vom „împuşca doi iepuri dintr-o lovitură”: din gazul metan folosit în mod normal, vrem să producem şi energie electrică, iar prin schimbătoarele de căldură vrem să ne producem şi necesarul de abur utilizat în procesele de producție. Aceste sisteme performante de co-generare au avantajul că produc continuu, ceea ce ne va ajuta, având o capacitate instalată de aceeaşi dimensiune cu cea a panourilor fotovoltaice, să producem de fapt mult mai multă energie electrică. Spre exemplu, instalând o capacitate de 1,6 MW de co-generare, putem produce 12.000 MWh anual, în timp ce, cu capacitatea instalată în panourile fotovoltaice planificate pentru 2022 putem produce 13.000 MWh.

Reporter: Cum arată planurile Transavia pentru viitor?

Ioan Popa: Avem o şansă de a modela ce vom face în următorii ani, ducând mai departe preocuparea noastră pentru a avea o afacere prosperă şi solidă, într-un mod sustenabil, pentru acum şi pentru generațiile viitoare. Ca întotdeauna, planurile Transavia sunt ambițioase. Făcând mereu lucrurile „aşa cum trebuie”, vom continua creşterea, dând curs cererii, atât din interiorul țării, cât şi din alte piețe. Ne bazăm această progonoză atât pe evoluția pozitivă înregistrată în prima parte a anului, cât şi pe fundația solidă, conferită de modelul nostru de afacere integrat 100%, de la bob la furculiță, dublat acum de investiția în cel mai mare proiect de energie verde din industria alimentară din România, care ne va asigura 80%-100% din necesarul de energie de care avem nevoie.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

INTERVIU

PENTRU ATINGEREA UNUI NIVEL ZERO DE EMISII NETE PÂNĂ ÎN 2050

“Obiectivul Nestlé este reducerea la jumătate a emisiilor de gaze cu efect de seră până în 2030"

(Interviu cu Irina Siminenco, Corporate Affairs Manager la Nestlé România)

● “Riscurile unei societăți nesustenabile se văd deja în schimbările climatice, în lipsa de alimente suficiente şi de calitate în toate zonele globului, în dificultățile de aprovizionare şi în creşterile de prețuri”

Obiectivul Nestlé este reducerea la jumătate a emisiilor de gaze cu efect de seră până în 2030, pentru a ajunge la emisii nete zero până în 2050, ne-a declarat Irina Siminenco, Corporate Affairs Manager la Nestlé România, în cadrul unui interviu.

“Emisii nete zero înseamnă reducerea drastică a emisiilor de gaze cu efect de seră de-a lungul întregului lanț alimentar, «Farm-to-fork», împreună cu implementarea de proiecte de stocare a dioxidului de carbon în sol și prin plantări de copaci. Pentru compensarea cantității de gaze cu efect de seră până la emisii nete zero, compania s-a angajat să planteze în fiecare an cel puțin 20 de milioane de copaci până în 2030", spune Irina Siminenco, menționând că 92% din ambalajele produselor Nestlé România pot fi reciclate. Potrivit doamnei Siminenco, la nivel global, Nestlé va investi 3,2 miliarde franci elvețieni (CHF) în următorii cinci ani pentru accelerarea activității pentru emisii nete zero, inclusiv 1,2 miliarde franci elvețieni pentru accelerarea trecerii la agricultura regenerativă pe întregul lanț de aprovizionare, de la fermă la consumator (Farm-to-fork). Totodată, arată oficialul Nestlé România, Nestlé a investit deja peste 320 de milioane de euro, în proiecte de susținere a producției sustenabile de cafea, a distribuit 235 milioane de arbori de cafea în întreaga lume și a ajutat peste 900.000 de fermieri să cultive și să producă mai multă cafea de calitate superioară.

Reporter: Ce este sustenabilitatea în opinia dumneavoastră, care sunt conceptele de bază în domeniul sustenabilității şi indicatorii prioritari pe care îi are compania dumneavoastră în vedere?

Irina Siminenco: Sustenabilitatea, în opinia mea, reprezintă respectul față de mediu, față de comunitățile din care facem parte şi față de planetă în general. Sustenabilitatea din punct de vedere business înseamnă responsabilitatea cu care acționăm, impactul pe care îl avem şi modul sănătos în care ne derulăm întreaga activitate. Obiectivul Nestlé este reducerea la jumătate a emisiilor de GES (gaze cu efect de seră – n.r.) până în 2030, pentru a ajunge la emisii nete zero până în 2050. Emisii nete zero înseamnă reducerea drastică a emisiilor de GES de-a lungul întregului lanț alimentar, Farm-to-fork, împreună cu implementarea de proiecte de stocare a dioxidului de carbon în sol şi prin plantări de copaci. Pentru compensarea cantității de gaze cu efect de seră până la emisii nete zero, compania s-a angajat să planteze în fiecare an cel puțin 20 de milioane de copaci până în 2030.

Reporter: Nestlé este unul din marile grupuri care activează în țara noastră. Cum vă raportați la sustenabilitate având în vedere amprenta de carbon pe care o are societatea dumneavoastră în România şi cum încercați/reuşiți să o atenuați?

Irina Siminenco: În ultimii ani am făcut paşi pentru a diminua semnificativ amprenta de carbon, atât la nivel global, cât şi local. În acest moment, în România, 92% dintre ambalajele produselor noastre se pot recicla. Pentru anul 2022 nu avem un target specific, dar ne dorim să ne menținem ambiția de a avea ambalaje 100% reciclabile sau reutilizabile până în 2025. Indicatorii de sustenabilitate pentru România arată o scădere de 88% a consumului de apă începând cu 2011, o scădere de 85% în ceea ce priveşte cantitatea de deşeuri şi o scădere de 72% în ceea ce priveşte emisiile de dioxid de carbon, urmând să lucrăm în continuare îndeaproape cu partenerii locali pentru extinderea acestor practici.

Pe lângă eforturile pentru diminuarea acestor indicatori şi pe lângă campaniile globale pe care le adaptăm pentru piața locală şi le transformăm în campanii de educare şi de awareness, avem şi proiecte locale, de pildă: Less Waste, More Love, POPAS, Iubesc Apa şi PACT.

În 2020, problemele legate de protejarea mediului au fost abordate în relația cu consumatorii prin campania Less Waste More Love. Nestlé a demarat activități care au urmărit protejarea şi utilizarea apei în mod responsabil, colectarea selectivă şi reciclarea, precum şi reducerea emisiilor de carbon. Totodată, în cadrul proiectului “POPAS” a fost lansat primul studiu de biodiversitate pentru Parcul Național Cozia şi 55.000 de puieți de salcâm şi de molid au fost plantați pe o suprafață de 20 de hectare în zone tampon din apropierea parcului. Acești copaci vor neutraliza 10.000 de tone de dioxid de carbon până în 2050. În cadrul campaniei naționale de promoție “Un viitor mai verde” vom planta şi anul acesta un puiet pentru fiecare înscriere în campanie.

“Iubesc Apa” este un proiect educațional lansat în 2020 şi derulat în şcoli în parteneriat cu Fundația PRAIS. La ediția din 2021 au avut acces la informații şi activități extracurriculare 6.400 de elevi din clasele pregătitoare - a IV-a, prin intermediul a peste 250 de cadre didactice din cele 17 şcoli din București, Cluj-Napoca, Roman, Timişoara şi din județele Prahova, Dâmbovița şi Ilfov. Aceştia au putut beneficia de un material educațional în format digital - un ghid cu recomandări uşor de aplicat în viața de zi cu zi privind economisirea apei şi protejarea acesteia împotriva poluării şi importanța hidratării. Campania a inclus în premieră şi un film scurt educațional adresat copiilor şi familiei, dezvoltat special pentru această activitate.

> *Nestlé a demarat activități care au urmărit protejarea şi utilizarea apei în mod responsabil, colectarea selectivă şi reciclarea, precum şi reducerea emisiilor de carbon".*

Proiectul “Planeta Albastră Contează pe Tine - PACT” este inițiat de Fundația PRAIS şi se adresează elevilor din ciclul primar, familiilor acestora, cadrelor didactice şi tuturor celor care îşi doresc ca împreună cu noi să contribuie la protecția mediului, prin gesturi simple, în fiecare zi. Prin intermediul acestui proiect, elevii află despre colectarea selectivă a deşeurilor reciclabile acasă sau la şcoală, beneficiile plantării unui copac, arbust, sau a unei plante în ghiveciul de acasă şi îngrijirea lor, despre modul în care putem economisi consumul de apă şi de electricitate, despre importanța păstrării curate a locurilor din comunitatea în care trăim, a spațiilor verzi, pădurilor, râurilor, lacurilor, mării!

Totodată, în luna martie 2018, divizia Nespresso a Nestlé Romania a lansat programul de reciclare a capsulelor de cafea pe care le comercializează şi a creat infrastructura de colectare şi reciclare necesară. La acel moment, obiectivul a fost de a ajunge la o capacitate de colectare de 100% a capsulelor Nespresso în toate țările în care este prezentă. Membrii Clubului Nespresso pot aduce capsulele de cafea folosite în oricare dintre cele 5 magazine Nespresso din București sau în punctul de vânzare din Cluj sau pot opta, pe întreg teritoriul României, pentru predarea acestora curierului atunci când acesta le aduce o nouă comandă de cafea. Predarea capsulelor utilizate curierului nu presupune niciun cost pentru consumator. Capsulele utilizate sunt colectate astfel de Nespresso cu scopul de a fi ulterior reciclate. Reciclarea acestora se realizează cu ajutorul unei companii locale, specializată în reciclare şi are ca finalitate transformarea zațului de cafea în biogaz şi a foliei de aluminiu în materie primă. Din fiecare capsulă de cafea reciclată se pot realiza o varietate de obiecte utilizate în rutina zilnică - de exemplu biciclete, instrumente de bucătărie, cutii de băuturi, calculatoare, componente din industria auto şi chiar panourile laterale colorate ale espressoarelor Nespresso Pixie sau noi capsule de cafea. Resturile de cafea, odată separate de capsula din aluminiu, pot fi reutilizate în mai multe feluri. Aceste resturi sunt bogate în substanțe nutritive şi pot fi transformate în îngrăşământ, fertilizatori sau sursă de energie, dar sunt şi un bun catalizator cu rol de curățare a filtrelor din sistemele de Co-Incinerare.

Reporter: Aveți o strategie de sustenabilitate pentru perioada imediat următoare, dar şi pe termen lung? Dacă da, ce include această strategie, care sunt obiectivele sale şi mijloacele de atingere a acestor obiective?

Irina Siminenco: Desigur, avem ceea ce noi numim Nestlé NET ZERO Roadmap, lansată în 2020, sau călătoria noastră spre regenerare pentru generațiile viitoare. Pentru a susține această strategie, această călătorie, vom investi 3,2 miliarde de franci elvețieni (CHF) până în 2025, iar obiectivele pe care vrem să le atingem sunt următoarele: 100% din ambalaje reciclabile sau reutilizabile până în 2025, plantarea de 20 de milioane de copaci pe an şi 200 millioane de copaci până în 2030, trecerea la flota de autovehicule care au emisii scăzute de carbon, utilizarea de cacao şi cafea din surse sustenabile 100% până în 2025, folosirea a 50% din ingrediente din agricultura regenerativă până în 2030, folosirea de electricitate regenerabilă în toate site-urile noastre până în 2025, diminuarea la o treime a folosirii plasticului virgin în ambalajele noastre până în 2025.

Reporter: În ultimii ani vedem că se pune din ce în ce mai mult accent pe această direcție de economie verde, o accelerare la nivel legislativ care vine dinspre Comisia Europeană şi care afectează industrii, produse şi servicii şi schimbă afacerile (multe încep să-şi creeze departamente de sustenabilitate, de exemplu, să facă raportare de sustenabilitate). Cum se vede această schimbare în cadrul sectorului pe care-l reprezentați şi în cadrul Nestlé România? Ce proiecte sau investiții concrete aveți în domeniul sustenabilității/economiei circulare şi care este suma alocată acestora?

Irina Siminenco: La nivel global, Nestlé va investi 3,2 miliarde CHF în următorii cinci ani pentru a accelera activitatea pentru emisii nete zero, inclusiv 1,2 miliarde CHF pentru a accelera trecerea la agricultura regenerativă pe întregul lanț de aprovizionare, de la fermă la consumator (Farm-to-fork). Nestlé a investit peste 320 milioane de euro în proiecte de susținere a producției sustenabile de cafea, a distribuit 235 milioane de arbori de cafea în întreaga lume şi a ajutat peste 900.000 de fermieri să cultive şi să producă mai multă cafea de calitate superioară.

Nestlé se concentrează pe durabilitate în dezvoltarea tuturor mărcilor sale. Acest lucru se reflectă în achiziționarea durabilă de materii prime, cu un accent puternic pe cafea, cacao, produse lactate şi animale, sol şi păduri. În plus, ne concentrăm pe transformarea portofoliului de produse şi a ambalajului produselor către materiale 100% reciclabile, utilizarea energiei regenerabile pentru producția de produse, o rețea logistică mai curată şi mai eficientă şi trecerea către un consum neutru de carbon.

> *În luna martie 2018, divizia Nespresso a Nestlé Romania a lansat programul de reciclare a capsulelor de cafea pe care le comercializează şi a creat infrastructura de colectare şi reciclare necesară. La acel moment, obiectivul a fost de a ajunge la o capacitate de colectare de 100% a capsulelor Nespresso în toate țările în care este prezentă".*

Nestlé a urmat mereu tendințele şi a ținut cont de dorințele consumatorilor, astfel că a apărut ideea unei game de produse GARDEN GOURMET® 100% de origine vegetală. În ultimii câțiva ani, am văzut consumatorii apelând din ce în ce mai mult la dieta flexitariană (bazată în principal pe legume şi fructe - n.r.), care nu este bună doar pentru noi, ci şi pentru planetă. Pe lângă bobabele de soia, care nu sunt modificate genetic, produsele noastre conțin o mare varietate de legume şi cereale. Gustul grozav este un element cheie şi nu am făcut compromis de la acesta niciodată.

Reporter: Care considerați că sunt riscurile unei societăți nesustenabile, pe de o parte, iar pe de altă parte riscurile acestui marş forțat către o economie verde impus de Comisia Europeană?

Irina Siminenco: Riscurile unei societăți nesustenabile se văd deja în schimbările climatice, în lipsa de alimente suficiente şi de calitate în toate zonele globului, în dificultățile de aprovizionare şi în creşterile de prețuri. Trebuie să fim cu toții conştienți şi responsabili şi să realizăm că nu trebuie să fie un marş forțat, ci trebuie să vină schimbarea din respectul față de planetă, față de noi şi de generațiile care vor urma după noi. Deja am sădit semințele schimbării prin campaniile de conştientizare şi prin proiectele educaționale pe care le derulăm în şcoli şi vedem că generațiile care vin din urmă doresc să trăiască în armonie cu natura şi doresc să protejeze resursele pe care le avem la dispoziție şi suntem mândri că suntem una dintre companiile care militează şi acționează pentru această schimbare.

Cele mai bune soluții se găsesc lucrând împreună, aducând împreună spațiul public, precum şi cel privat. După cum spuneam anterior, Nestlé este angajat într-o călătorie regenerativă spre zero impact net asupra mediului până în 2050 şi în această călătorie are mai multe obiective şi derulează mai multe activități pentru a-şi atinge aceste obiective, atât individual, cât şi împreună cu parteneri publici şi privați.

Reporter: Care considerați că sunt beneficiile raportării de sustenabilitate şi vă rog să ne spuneți dacă credeți că firmele mari ar trebui să-şi calculeze şi să-şi publice amprenta anuală de carbon?

Irina Siminenco: Nestlé la nivel de grup raportează indicii de sustenabilitate atinşi şi este important să facem aceste raportări anuale pentru a vedea ce putem adapta în strategia noastră pe termen lung şi cum putem să ne atingem mai repede obiectivele, dacă este posibil. Aceste raportări ajută şi sunt un model de bună practică şi pentru alte companii şi un exemplu de urmat.

Reporter: Ce credeți că ar trebui să facă mai bine autoritățile locale în ceea ce priveşte colectarea deşeurilor şi implementarea componentei de oraşe sustenabile/smart city?

Irina Siminenco: Prin intermediul asociațiilor din care facem parte, am venit mereu în întâmpinarea autorităților locale şi ne-am pus la dispoziția dumnealor pentru a încerca să găsim cele mai bune soluții, am venit cu modele de bună practică din experiența noastră internațională şi suntem mereu deschişi să fim parteneri şi să găsim cele mai bune soluții pentru realitatea din România. Creşterea gradului de acoperire din punct de vedere infrastructura împreună cu campaniile de educare şi conştientizare sunt esențiale în acest sens.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

Garanti BBVA
Credite de Consum

Creditul GREEN

dobândă fixă

vine în sprijinul tău și al proiectelor tale ecologice.

Poți obține finanțare de până la 400.000 de lei fără garanții pentru achiziții din categoriile:

- Panouri solare
- Izolarea casei
- Baterii electrice pentru casă
- Produse cu eficiență energetică crescută
- Mașini electrice/hybrid
- Biciclete, trotinete electrice
- Finanțare avans locuințe verzi
- Alte proiecte green

Dobândă FIXĂ începând de la 10.9% • Protecție în caz de șomaj sau invaliditate • Primești banii în contul tău, la orice bancă din țară! • Aprobare rapidă • Prima lună grație la plata ratei • Ultimele două rate plătite din partea noastră • Nu vei fi afectat de creșterea ROBOR

DAE începând de la 9.91% (dacă se îndeplinesc condițiile contractuale pentru menținerea acestui beneficiu)

Exemplu reprezentativ

Pentru un credit de nevoi personale GREEN cu o valoare finanțată de 100.000 lei și cu asigurare de viață inclusă*, contractat pe o perioadă de 60 luni (din care prima lună este grație), rata lunară va fi de 2.197,16 lei (dobândă fixă 10.9% pe an, comision de analiză 400 lei, comision lunar de administrare 0 lei, DAE 11.45%) iar suma totală de plată va fi 129.632,44 lei.

* Cu asigurare optionala in valoare de 6.868,45 lei si comison de analiza in valoare de 300 lei, incluse in suma finantata a creditului.

Oferta are caracter general. Pentru o oferta personalizata, in functie de profilul socio-financiar si de risc, conform politicilor prudentiale ale institutiei, va rugam sa va adresati unui reprezentant.

Consumatorul are dreptul a se retrage din contractul de credit în termen de 14 zile calendaristice de la semnarea acestuia.

Te invitam sa accesezi site-ul nostru: www.garantibbvacreditedeconsum.ro sau sa scanezi QR code-ul pentru a-ti lasa datele de contact!

Serviciul de Relații Clienți:
Program de lucru:
Luni - Vineri: 09:00 - 17:30
Telefon: 021 232 17 77

Adresa de corespondență:
Șos Fabrica de Glucoză nr. 5, Complex comercial Novo Park 3, Clădirea F, et. 4, sector 2, București

/garantibbvacreditedeconsum.ro

Garanti BBVA Credite de Consum este marca sub care functioneaza compania S.C. RALFI IFN S.A.

COMERT

“Până în 2025 vrem să dezvoltăm anual cel puțin nouă instalații de panouri fotovoltaice în spații ce aparțin Kaufland România”

(Interviu cu Valer Hancaş, director de Comunicare şi Corporate Affairs, Kaufland România)

● “Sunt încrezător că ne vom alinia treptat la directivele europene pe mediu şi că vom reuşi să le asigurăm generaţiilor viitoare o Românie mai curată şi mai sănătoasă” ● “Până în 2030, obiectivul grupului nostru este să devenim o companie neutră din punct de vedere climatic”

Kaufland România plănuiește ca, până în 2025, să dezvolte anual minimum nouă instalații de panouri fotovoltaice în spații ce aparțin companiei, a declarat Valer Hancaș, directorul de Comunicare și Corporate Affairs din cadrul societății, în cadrul unui interviu acordat ziarului BURSA.

Potrivit acestuia, strategia Kaufland România prevede reducerea, până în 2030, a emisiilor rezultate din operațiuni directe cu peste 80% față de nivelul înregistrat în anul 2019. Până în prezent, Kaufland România a dotat cu panouri fotovoltaice trei magazine și unul din cele două centre logistice ale sale.

Potrivit domniei sale, pentru acest an, Kaufland România vizează dotarea tuturor celor 18 magazine din București cu stații de încărcare pentru mașinile electrice.

Acesta adaugă că, în 2021, Kaufland a devenit primul retailer din România cu un sistem național de colectare selectivă, iar recent a lansat prima infrastructură de colectare a produselor de îngrijire personală și a locuinței la nivel național.

“Extinderea infrastructurilor de reciclare din magazine a fost o prioritate pentru noi în ultimii ani. Cu atât mai mult în contextul de față, când Sistemul de Garanție-Returnare (SGR) a devenit o realitate și va schimba modul în care percepem ambalajele și consumul de resurse. (…) Am început cu automatele de reciclare din parcare, unde clienții pot depune ambalaje din PET, aluminiu și sticlă. Avem câte unul în fiecare magazin din țară, deci un grad de acoperire de 100%, în urma unei investiții de circa 35 milioane de lei, într-un singur an. (…) Cei care vin la aceste aparate nu doar fac un lucru bun pentru natură și umanitate, ci primesc și reduceri, ca să fie motivați să o facă mai des”, a spus reprezentantul Kaufland România, menționând că și-ar dori să vadă cât mai multe companii care să se implice activ în tranziția către o economie circulară.

Reporter: Kaufland România este în topul celor mai mari retaileri din țara noastră. Sunteți, de asemenea, membru în Ambasada Sustenabilității. Cum vă raportați la sustenabilitate având în vedere amprenta de carbon pe care o are societatea dumneavoastra şi cum încercați/reuşiți să o atenuați?

Valer Hancaş: Pentru noi, sustenabilitatea a depăşit de mult timp conotația de reciclare sau practici “fair trade”. La Kaufland, sustenabilitatea a devenit o filosofie integrată în toate acțiunile noastre, pentru că ea înseamnă, în primul rând, a acționa cu grijă, responsabilitate şi recunoştință față de cei din jur. Strategia noastră vizează cinci piloni principali: producători locali, angajați, clienți, mediu şi comunitate.

Altfel spus, sustenabilitatea nu se rezumă doar la produse etichetate drept bio, eco-friendly sau cruelty-free - ci cuprinde o serie concretă şi largă de activități şi practici conectate strâns între ele, care ajută un business să ofere produse şi servicii, fără a pune în pericol resursele generațiilor viitoare.

Pe scurt, ca să fii sustenabil, trebuie să bifezi câteva etape foarte clare: protejarea mediului, susținerea comunității şi, desigur, dezvoltarea economică. Un business economic sustenabil este unul care produce un profit suficient pentru a-şi susține activitatea, angajații, mediul şi comunitatea.

Zilnic, în cadrul companiei, gândim în această direcție - cum să ajutăm România să devină o țară sustenabilă, cum să ajutăm cetățenii să înțeleagă importanța reciclării, cum să educăm în acest sens şi cum să oferim soluții concrete la probleme reale. Şi fiecare decizie şi acțiune este trecută prin filtrul acesta, al impactului față de mediu. De la felul în care protejăm parteneriatele de durată cu producătorii locali şi oamenii din echipă, la cel în care avem grijă de resurse.

Sustenabilitatea capătă o importanță din ce în ce mai mare, dar noi nu ne agățăm pur şi simplu de un curent. Sustenabilitatea este în ADN-ul nostru şi am fost întotdeauna foarte proactivi în această privință. Nu doar că ne reducem amprenta de carbon, dar le oferim şi cumpărătorilor şi partenerilor noştri toate mijloacele să o reducă pe a lor. La noi reciclează, află cum pot combate risipa alimentară, au acces la o sortimentație largă de produse locale, alternative bio şi vegane, produse marcă proprie în ambalaje din plastic reciclabil sau reciclat sau își încarcă mașina electrică. Vrem să îi ajutăm pe oameni să adopte un comportament corect față de mediu. Este datoria noastră ca retailer.

Ne-am propus ca până în 2030 să reducem emisiile rezultate din operațiuni directe, cu peste 80% față de nivelul înregistrat în anul 2019. Pentru atingerea acestui obiectiv, inițiem şi susținem activ proiecte de reducere a risipei alimentare, utilizăm energie regenerabilă,dezvoltăm logistică ecologică, investim în panouri fotovoltaice pentru mai multe magazine şi depozite şi vom continua acest demers.

> *Până în 2030, obiectivul grupului nostru este să devenim o companie neutră din punct de vedere climatic. Nu mai putem vorbi despre o afacere de succes fără sustenabilitate".*

Până în 2030, obiectivul grupului nostru este să devenim o companie neutră din punct de vedere climatic. Nu mai putem vorbi despre o afacere de succes fără sustenabilitate.

Reporter: Ce proiecte aveți în vedere pentru a face pași către producția de energie verde?

Valer Hancaş: Kaufland a pariat de la început pe sustenabilitate şi a fost adesea cu un pas înaintea măsurilor legislative. Poate că acum şase ani nu conta, de exemplu, să ai o rețea de încărcare pentru mașini electrice. Noi am pariat pe asta, lucru care s-a dovedit corect. Drept dovadă, planul pentru anul acesta este să dotăm toate cele 18 magazine din Bucureşti cu astfel de stații de încărcare.

Kaufland a fost primul retailer care a investit într-un format de magazin anti-plastic. Şi aici am fost pionieri. Provocarea pandemiei a fost să ne demonstrăm nouă că suntem la fel de buni şi de implicați. Într-o perioadă cu tăieri de bugete, noi am continuat să investim în sustenabilitate. Drept dovadă, în 2021, am devenit primul retailer din România cu un sistem național de colectare selectivă iar recent am lansat prima infrastructură de colectare a produselor de îngrijire personală şi a locuinței la nivel național. Pentru că noi reciclăm şi clienții noştri reciclează. Acum, o fac simplu şi comod, în fiecare magazin Kaufland din țară, având garanția că toate deşeurile sunt valorificate şi reintroduse în circuit. Avem în derulare şi proiecte interne, prin care îi încurajăm pe colegii şi furnizorii noştri să recicleze.

Totodată, militäm pentru un consum responsabil de resurse. Investim pentru reducerea cantităților de alimente irosite, pe tot fluxul de la furnizor, în depozitele şi magazinele noastre şi până la client. Reducem gradual cantitatea de plastic din ambalajele mărcilor proprii şi folosim energie regenerabilă în proporție de 98% în magazinele şi depozitele noastre.

În anul financiar 2021, Kaufland a investit în România 203 milioane euro, în termeni de CAPEX, mai precis, pentru achiziționarea sau modernizarea activelor fixe, o proporție importantă a fost alocată dezvoltării proiectelor de mediu.

Extinderea infrastructurilor de reciclare din magazine a fost o prioritate pentru noi în ultimii ani. Cu atât mai mult în contextul de față, când Sistemul de Garanție-Returnare (SGR) a devenit o realitate şi va schimba modul în care percepem ambalajele şi consumul de resurse. Am început cu automatele de reciclare din parcare, unde clienții pot depune ambalaje din PET, aluminiu şi sticlă. Avem câte unul în fiecare magazin din țară, deci un grad de acoperire de 100%, în urma unei investiții de circa 35 milioane de lei, într-un singur an.

Anul acesta, cu o investiție de 100.000 euro, am scalat la nivel național şi Broscuța, sistemul nostru de colectare a plasticului de tip PET, HDPE şi LDPE, regăsit în ambalajele produselor cosmetice şi de igienă. Proiectul reprezintă o premieră la nivelul pieței de retail alimentar, astfel de ambalaje fiind mai dificil de reciclat, din cauza procesului minuțios de sortare, după tipul de material, respectiv de culoare.

Dorim să fim o ancoră în mintea consumatorilor atunci când vine vorba de colectare. Cei care vin la aceste aparate nu doar fac un lucru bun pentru natură şi umanitate, ci primesc şi reduceri, ca să fie motivați să o facă mai des.

Tot în zona de protecție a mediului, amintesc şi demersurile care vizează energia verde. Ne producem, momentan, într-o mică proporție, energia necesară. Este vorba de o investiție de 1,5 milioane de euro anunțată anul trecut, pentru dotarea primelor trei magazine şi a unuia dintre cele două centre logistice cu peste 3.700 de panouri fotovoltaice. Acestea generează suficientă energie verde cât să reducă impactul asupra mediului, eliminând anual peste 1.000 de tone de emisii de dioxid de carbon. Planul este ca, până în 2025, să dezvoltăm anual minimum 9 instalații de panouri fotovoltaice în alte spații ce aparțin Kaufland România.

Reporter: Considerați că firmele vor fi nevoite să accepte o reducere a profitului pentru a fi mai sustenabile?

Valer Hancaş: Sustenabilitatea costă, implică alocarea unui buget dedicat şi mai ales timp şi energie, dar este singura şi cea mai eficientă formă de a face business durabil. E o investiție în viitor. În acest punct, este o necesitate şi mi-aş dori să văd cât mai multe companii care să se implice activ în tranziția către o economie circulară.

Reporter: Având în vedere că raportarea de sustenabilitate devine o parte din ce în ce mai importantă a pachetului de raportare al companiilor, nu pot să nu vă întreb dacă compania dumneavoastră întocmeşte un raport de sustenabilitate? Care considerați că sunt beneficiile acestei raportări?

Valer Hancaş: Am început raportarea rezultatelor nefinanciare încă din 2016, înainte să existe un cadru legislativ în acest sens. Anal-

> *La Kaufland, sustenabilitatea a devenit o filosofie integrată în toate acțiunile noastre, pentru că ea înseamnă, în primul rând, a acționa cu grijă, responsabilitate şi recunoştință față de cei din jur. Strategia noastră vizează cinci piloni principali: producători locali, angajați, clienți, mediu şi comunitate".*

izăm şi măsurăm constant impactul pe care îl avem asupra mediului şi comunicăm transparent rezultatele prin rapoartele de sustenabilitate anuale. Astfel, putem ține o evidență a progreselor pe care le înregistrăm şi ne îndreptăm toate eforturile către identificarea de soluții concrete şi eficiente. An de an, ne setăm obiective tot mai ambițioase şi dezvoltăm strategii susținute privind clima, pentru a avea un impact vizibil, măsurabil şi pe termen lung în comunitate.

Consider că publicarea amprentei de carbon în rândul companiilor are capacitatea de a le motiva să ia măsuri în această privință, deci ar fi benefică.

Reporter: Considerați că legislația fiscală este una care îndeamnă companiile să colecteze/recicleze şi să aducă în față produse şi servicii sustenabile?

Valer Hancaş: În 2022, sustenabilitatea trebuie să fie o prioritate. Fără dar şi poate. Sondajele arată că oamenii apreciază brandurile care se implică în viețile lor şi sunt alături de ei. Noi spunem că e de datoria companiilor să se implice, să dea mai mult înapoi şi își asume cu adevărat rolul pe care îl au în comunitate.

Reporter: Ce ar trebui să facă mai bine autoritățile locale în ceea ce priveşte colectarea deşeurilor şi implementarea componentei de orașe sustenabile/smart city?

Valer Hancaş: Potrivit unui studiu Kaufland România şi IZI Data, aproape 7 din 10 respondenți declară că reciclează cel puțin o dată pe săptămână. Eşantionul este reprezentativ pentru mediul urban, însă cred că suntem pe drumul cel bun. Acelaşi studiu arată că circa 5 din 10 oameni ar recicla mai mult dacă ar dispune de un punct de colectare în proximitatea locuinței. Cred că aici şi pe zona de informare mai avem de lucrat, atât autoritățile, cât şi mediul privat. Aşa cum spuneam, e nevoie de un efort colectiv, iar eu sunt încrezător că îl putem face în anii aceştia ce vor urma.

Reporter: Considerați că, în România, economia circulară primeşte destulă importanță la nivelul autorităților publice locale şi centrale?

Valer Hancaş: Apreciez că tema impactului asupra mediului a devenit tot mai prezentă pe agenda autorităților, companiilor şi generează tot mai mult interes în rândul jurnaliştilor. Acest lucru nu poate decât să mă bucure. Sunt încrezător că ne vom alinia treptat la directivele europene şi vom reuşi să le asigurăm generațiilor viitoare o Românie mai curată şi mai sănătoasă.

Reporter: Dar în viețile noastre personale? Cum putem fi noi înşine mai sustenabili?

Valer Hancaş: Tot timpul zicem, la Kaufland, că implicarea face diferența. Poate că un singur gest nu opreşte poluarea, dar şapte miliarde de gesturi ar schimba radical datele problemei.

Ce le recomandăm clienților noştri este să consume responsabil. Să aleagă saculeții reutilizabili în locul pungilor de la raionul de legume-fructe, să cumpere mai puțin şi mai des pentru a evita risipa, să consume produse locale şi, bineînțeles, să colecteze selectiv şi corect. Tranziția către o economie circulară se poate face doar printr-o muncă de echipă, o colaborare strânsă între autorități, consumatori şi mediu de business.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

FINANTARE

“Serviciile digitale reprezintă noua normalitate în industria financiară”

(Interviu cu Mircea Lupu, directorul general al Simplu Credit IFN)

● “România încă nu are o strategie unitară pentru economia circulară, în prezent fiind bancabile doar anumite segmente economice, susținute de politici europene sau de stat care încurajează dezvoltarea ● “Clientul modern îşi doreşte să beneficieze de facilități de creditare într-un mod cât mai simplu şi rapid şi acesta adoptă cu uşurință noile soluții digitale”

Serviciile digitale reprezintă noua normalitate în industria financiară, spune Mircea Lupu, directorul general al Simplu Credit IFN, care a avut amabilitatea să ne acorde un interviu. “Clientul modern își dorește să beneficieze de facilități de creditare într-un mod cât mai simplu și rapid și acesta adoptă cu ușurință noile soluții digitale”, afirmă Lupu.
Acesta adaugă faptul că principiile economiei circulare încep să fie din ce în ce mai integrate în modelele de business ale companiilor, iar sistemul financiar va juca un rol esențial în tranziția către această nouă economie, prin susținerea investițiilor în proiecte. De asemenea, Lupu a mai arătat că România încă nu are o strategie unitară pentru economia circulară, în prezent fiind bancabile doar anumite segmente economice susținute de politici europene sau de stat care încurajează dezvoltarea sustenabilă.
Potrivit acestuia, tendința ascendentă a dobânzilor influențează cu siguranță comportamentul de consum și, mai ales, de plată a creditelor. Potrivit acestuia, putem observa o atenție mai mare acordată de către clienți asupra costurilor și dobânzilor aferente creditelor noi și, de asemenea, încercarea de optimizare a creditelor existente.

Reporter: Ce înseamnă digitalizarea creditelor de consum?

Mircea Lupu: Simplu Credit s-a aliniat trendului digitalizării prin integrarea soluțiilor de creditare online în canalele noastre de vânzare, adițional celor 11 agenții fizice prezente în 5 orașe ale țării. Noua aplicație este intuitivă, fără nici un fel de intervenție umană, şi oferă clienților posibilitatea accesării unei finanțări în doar câteva minute, de oriunde s-ar afla, prin completarea online a cererii de creditare prezente pe site-ul nostru.

Întregul flux digital al aplicației se bazează pe utilizarea unor tehnologii de ultimă generație, cum ar fi recunoaşterea automată a datelor (OCR), identificarea biometrică, semnatura electronică, în procesul de aprobare utilizându-se inclusiv algoritmi avansați din zona “machine learning” şi inteligență artificială. Clienții persoane fizice pot obține sume de până la 5.000 de lei pentru nevoile personale, cu o perioada derambursare între 6 - 48 luni.

Reporter: Care sunt avantajele - inclusiv din perspectiva sustenabilității - şi riscurile acestei mişcări spre banking digital? Pentru Simplu Credit de unde a venit această decizie de tranziție spre digitalizarea creării de credite?

Mircea Lupu: Din punct de vedere al sustenabilității, bankingul digital prezintă avantaje multiple. În primul rând, se elimină necesitatea deplasărilor clienților la ghişeul instituțiilor, lucru care contribuie la scăderea poluării generate de mijloacele de transport. În al doilea rând, automatizarea anumitor operațiuni financiare se traduce prin simplificarea birocrației şi reducerea timpului de procesare şi răspuns, ceea ce permite soluționarea rapidă a cererilor clienților.

Odată cu migrarea către mediul digital, este în creştere şi riscul cibernetic, securitatea datelor fiind astfel o prioritate pentru instituțiile financiare. Pentru implementarea fluxului de creditare online Simplu Credit, am ales să colaborăm cu compania franceză Ariadnext, care este unul dintre cei mai importanți furnizori de servicii de identificare digitală la nivel european.

Serviciile digitale reprezintă noua normalitate în industria financiară, aşadar, tranziția noastră către digitalizare reprezintă un pas firesc prin care urmărim să ne adaptăm trendurilor şi să întâmpinăm nevoile actuale ale consumatorilor. Clientul modern îşi doreşte să beneficieze de facilități de creditare într-un mod cât mai simplu şi rapid şi acesta adoptă cu uşurință noile soluții digitale. Pentru a ne menține competitivi şi a le câştiga fidelitatea, este necesar să le oferim o experiență de utilizare simplificată, cu focus pe timpii rapizi de răspuns - în jur de 5 minute - şi pe soluționarea cererii 24 ore/7 zile, în vederea acoperirii nevoilor urgente oricând, oriunde.

„Odată cu migrarea către mediul digital, este în creştere şi riscul cibernetic, securitatea datelor fiind astfel o prioritate pentru instituțiile financiare. Pentru implementarea fluxului de creditare online Simplu Credit, am ales să colaborăm cu compania franceză Ariadnext, care este unul dintre cei mai importanți furnizori de servicii de identificare digitală la nivel european".

Reporter: Care este ținta companiei în ceea ce priveşte crearea de credite? Explicați-ne şi situația actuală a cererii de credite de consum având în vedere direcția ascendentă a dobânzilor şi probabila continuare a acestei tendințe…

Mircea Lupu: De-a lungul celor 15 ani de activitate pe piața românească, ne-am concentrat în permanență pe dezvoltarea de noi produse de creditare şi pe optimizarea procesului de acordare a creditelor, cu scopul de a îmbunătăți experiența şi accesibilitatea atât pentru clienții fizici, cât şi pentru companii. Ținta companiei pentru 2022 este să atragem un volum de credite în proporție de 65% retail (credite pentru persoane fizice) şi 35% corporate (credite pentru companii).O parte din volumul creditelor din retail va fi asigurat de noul canal de distribuție online, pentru care ne-am setat ca target un volum de 100 de cereri de creditare pe zi.

Tendința ascendentă a dobânzilor influențează cu siguranță comportamentul de consum şi, mai ales, de plată al creditelor, dar putem observa o atenție mai mare acordată de către clienți asupra costurilor şi dobânzilor aferente creditelor noi şi, de asemenea, încercarea de optimizare a creditelor existente. Astfel, având în vedere faptul că dobanzile practicate de Simplu Credit sunt fixe şi nu apar surprize pe parcursul derulării contractelor, dar şi faptul că ne-am poziționat, pentru anumite categorii de clienți, cu dobânzi în segmentul mai ieftin din zona IFN, cererea de credite a crescut în prima parte a acestui an, vânzările de credite de nevoi personale înregistrate de Simplu Credit fiind în creştere cu 44% față de perioada similară a anului trecut, valoarea acestora ajungând la 1 milion de euro.

Clienții sunt afectați în mod direct de presiunea creşterii dobânzilor, astfel că mai mult de 40% din vânzările realizate au fost refinanțări de credite acordate persoanelor care încheiaseră mai multe împrumuturi la alte instituții financiare, pe care nu reuşeau să le achite la timp. Prin refinanțarea acestor credite, i-am ajutat să îşi micşoreze ratele lunare şi să beneficieze de o perioadă de rambursare de până la 5 ani, încadrându-se totodată în regula gradului de îndatorare de maxim 40%, stabilită de către BNR.

Reporter: Cum se prezintă în acest moment disciplina de plată a clienților şi cât de mare considerați că este riscul creşterii ratei creditelor neperformante având în vedere situația inflației şi a dobânzilor mari şi în creştere?

Mircea Lupu: Este foarte clar că vorbim despre o corelație strânsă între inflație şi creşterea dobânzilor şi deteriorarea comportamentului de plată al clienților la nivel de industrie. În acest context, riscul creşterii ratei creditelor neperformante este mult mai ridicat comparativ cu perioadele de stabilitate economică, având un impact direct negativ asupra indicatorilor din zona de provizionare a companiilor IFN.

Experiența creditării prin canalul traditional offline ne-a arătat că 1 din 10 clienți care apelează la un credit IFN încearcă eludarea contractului prin neplata sumei datorate. În ceea ce priveşte creditele online, având în vedere modul de accesare simplificat coroborat cu profilul clienților IFN, comportamentul de plată tinde să prezinte o înrăutățire raportat la fluxul face-to-face din punctele de lucru.

Pentru a estima capacitatea potențialilor clienți de a susține plata ratelor, efectuăm o serie de verificări riguroase în procesul de creditare, printre care interogarea situației financiare la ANAF şi a istoricului de creditare la Biroul de Credit. Astfel, în fluxul offline acceptăm mai puțin de 10% dintre aplicanți, iar în online, de la lansare până în momentul de față, putem spune că procentul de aprobare este sub 1%.

Reporter: Ce este sustenabilitatea în sectorul bancar? Care sunt conceptele de bază în industria creării creditelor de consum din perspectiva sustenabilității?

Mircea Lupu: În sectorul bancar, sustenabilitatea se defineşte prin desfăşurarea unei activități responsabile pentru a obține rezultate eficiente pe termen lung, în acelaşi timp ținând cont de o serie de principii cheie de responsabilitate socială şi de mediu în tot acest proces, cu scopul a avea un impact pozitiv asupra viitorului societății.

Conceptele de bază în industria creării de credite de consum, din perspectiva sustenabilității, au în vedere atât transparența în informarea clienților, cât şi creditarea responsabilă, prin gestionarea riscurilor şi identificarea soluțiilor potrivite pentru diminuarea acestora.

Reporter: Care sunt planurile de extindere ale Simplu Credit pentru perioada viitoare? Aveți în vedere proiecte sau investiții în domeniul sustenabilității/economiei circulare sau considerați că o asemenea nişă nu este atractivă?

Mircea Lupu: Pentru perioada viitoare, Simplu Credit IFN îşi propune să dezvolte în continuare modelul de afaceri şi să îşi majoreze vânzările cu circa 37%, prin promovarea noului canal de vânzare - 24/7 Online Credit, prin consolidarea zonei de corporate, dar şi prin extinderea acoperirii geografice a rețelei de agenții, prin deschiderea unei noi locații în Constanța, în perioada următoare.

Considerăm că o activitate responsabilă din punct de vedere social şi de mediu este un element cheie pentru creşterea afacerii în viitor. Prin urmare, planurile de business pe termen mediu şi lung au la bază câteva direcții strategice care urmăresc creşterea nivelului de sustenabilitate al companiei şi care se regăsesc la fiecare nivel decizional şi operațional. Printre acestea menționez digitalizarea produselor, îmbunătățirea continuă a ofertei de servicii şi produse, creşterea eficienței interne prin automatizarea proceselor, precum şi creşterea unui portofoliu sănătos şi cu expunere controlată.

Modelul nostru de business se bazează pe principiile unei creditări responsabile şi corecte a persoanelor care nu întrunesc condițiile necesare pentru a accesa un credit bancar, din diverse motive. Ne-am angajat să le oferim acestora un sprijin în momente dificile, când fie nu au istoric de creditare, fie au avut istoric negativ, şi au nevoie să acceseze un credit rapid pentru nevoi urgente.

Încurajăm respectarea termenelor de plată prin eliminarea comisionului de administrare lunar pentru clienții care plătesc la scadența lunară şi facem toate eforturile să ajutăm clienții ce întâmpină greutăți şi nu mai pot plăti la zi prin soluții de restructurare, refinanțare şi reeşalonare, astfel încât să evităm procesele de recuperare prin executare şi, indirect, acumularea de penalități.

Reporter: Din perspectiva bancherului care finanțează în general economia, considerați că economia circulară este bancabilă?

Mircea Lupu: Principiile economiei circulare încep să fie din ce în ce mai integrate în modelele de business ale companiilor, iar sistemul financiar va juca un rol esențial în tranziția către această nouă economie, prin susținerea investițiilor în proiecte care reflectă grija pentru mediu şi societate. Cu toate acestea, România încă nu are o strategie unitară pentru economia circulară, în prezent fiind bancabile doar anumite segmente, susținute de politici europene sau de stat care încurajează dezvoltarea sustenabilă. Pentru a transforma inițiativele de economie circulară în proiecte bancabile este nevoie de reglementări, corelate cu educarea consumatorului şi a mediului de business.

„Ținta companiei pentru 2022 este să atragem un volum de credite în proporție de 65% retail (credite pentru persoane fizice) şi 35% corporate (credite pentru companii)".

Reporter: Vă mulțumesc! ■

LOGISTICA

“În cursul acestui an vom definitiva un plan de decarbonare”

(Interviu cu Răzvan Bagherea, director Organizare şi Resurse Umane, Aquila)

● “În prezent, infrastructura nu ne permite să luăm în calcul maşinile electrice pentru distribuție sau pentru agenții de vânzări”

Aquila își asumă derularea activităților în modul cel mai prietenos cu natura și are ca obiectiv direct și asumat reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră prin reducerea amprentei de carbon, a afirmat Răzvan Bagherea, director Organizare și Resurse Umane la Aquila Part Prod Com (AQ), în cadrul unui interviu acordat ziarului BURSA.

“Un prim pas în acest demers l-a constituit calcularea amprentei de carbon pentru anul 2021, urmând ca în cursul acestui an să ne definitivăm și un plan de decarbonare”, spune Bagherea, care adaugă faptul că ținta principală a companiei este de a-și reduce cu 10% emisiile de gaze cu efect de seră în următorii 5 ani.

Potrivit acestuia, Aquila are în vedere și implementare mai multe măsuri pentru realizarea acestei ținte de reducere a emisiilor de gaze cu efect de seră. Totodată, arată oficialul companiei, Aquila și-a propus să internalizeze ambițiile stabilite la nivelul Uniunii Europene pe cele trei paliere ale sustenabilității - mediu, social și guvernanță - și să le transforme în avantaje competiționale.

Totodată, Răzvan Bagherea a mai declarat că Aquila își propune includerea unor criterii ecologice în politicile de achiziții, implementarea unor măsuri de reducere și reciclare a ambalajelor și deșeurilor produse din activitatea companiei, precum și implementarea unor soluții IT și de digitalizare, pentru reducerea consumului de hârtie.

“Unul dintre proiectele noastre privind reducerea emisiilor generate este legat de segmentul de transport - reînnoirea flotei auto și aducerea ei în proporție de 100% la norma Euro6. Pentru realizarea acestei acțiuni avem în plan înlocuiri de mașini aflate la finalul perioadei optime de exploatare, pe motorină, cu unele mai puțin poluante. Vom achiziționa și mașini hybrid, însă, în acest moment, infrastructura nu ne permite să luăm în calcul mașinile electrice pentru distribuție sau pentru agenții de vânzări, care parcurg sute de kilometri între orașe și nu au suficiente stații de încărcare. Pentru proiectele cu impact în zona sustenabilității, avem alocat un buget de peste 2 milioane de euro pentru anul 2022", a mai spus Răzvan Bagherea.

Reporter: Care sunt, în opinia dumneavoastră, conceptele de bază în domeniul sustenabilității şi cum considerați că sunt acestea conectate?

Răzvan Bagherea: Ca lider de piață în zona în care activăm, noi, la Aquila, am înțeles că în stabilirea strategiei de dezvoltare şi pentru asigurarea unei afaceri reziliente, politica de sustenabilitate trebuie să ocupe un loc cât mai important, că nu trebuie să răspundă doar cerințelor de raportare - legislative, ale instituțiilor financiare, organismelor profesionale, etc. -, ci să fie unul asumat şi bine conturat la nivelul organizației. Astfel, strategia companiei, proiectele şi activitățile operaționale rămân permanent relevante în contextul schimbărilor rapide care au loc la nivel global şi național.

Suntem conştienti că, pentru companie, sustenabilitatea are o însemnătate doar dacă împreună cu stakeholderii conştientizăm, folosim şi ne asumăm valorile şi principiile acesteia. Aici intervine provocarea: aceea de a reuşi să integrăm principiile sustenabilității, ale produselor şi tehnologiilor inovatoare în lantul valoric al afacerii Aquila, dar şi să comunicăm în mod eficient strategiile şi obiectivele de sustenabilitate părților interesate interne şi externe.

Dezvoltarea durabilă a afacerii este determinată şi de legătura strânsă şi armonia celor 3 piloni ai sustenabilității, respectiv factorii de mediu, oamenii şi guvernanța corporativă.

Reporter: Aquila activează pe piața furnizorilor de servicii integrate de distribuție şi logistică din România, ceea ce înseamnă că are şi o amprentă semnificativă de carbon. Cum vă raportați la sustenabilitate, având în vedere amprenta aceasta de carbon pe care o are societatea dumneavoastră şi cum încercați/reuşiți să o atenuați?

Răzvan Bagherea: În concordanță cu țintele de dezvoltare durabilă, Aquila își asumă derularea activităților în modul cel mai prietenos cu natura şi are ca obiectiv direct şi asumat reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră prin reducerea amprentei de carbon.

Un prim pas în acest demers l-a constituit calcularea amprentei de carbon pentru anul 2021, urmând ca în cursul acestui an să ne definitivăm şi un plan de decarbonare, pe care să îl comunicăm tuturor părților interesate şi să îl folosim ca un model de creştere sustenabilă.

În concordanță cu specificul activității Aquila, cea mai mare parte a emisiilor de gaze cu efect de seră provine din activitatea de distribuție şi transport. Ca atare, investim în permanență în proiecte care vizează reînnoirea flotei.

„Ținta noastră principală este de a reduce cu 10% emisiile de gaze cu efect de seră în următorii 5 ani".

Ținta noastră principală este de a reduce cu 10% emisiile de gaze cu efect de seră în următorii 5 ani. În acest sens, ne vom canaliza eforturile pe:

- construirea unor sisteme suport pentru măsurarea amprentei actuale de carbon şi calcularea şi urmărirea acesteia în mod regulat;
- evaluarea programelor de reducere a emisiilor deja implementate, pentru a determina eficiența lor şi posibila replicare la scară mai mare;
- monitorizarea datelor privind emisiile de carbon în timp real, raportarea proactivă a amprentei de carbon către angajați, investitori şi agențiile de rating;
- modelarea viitoarelor scenarii de afaceri luând în calcul şi amprenta de carbon;
- monitorizarea datelor privind emisiile de carbon în timp real;
- construirea şi implementarea unei strategii de reducere a emisiilor de carbon fundamentată pe baze ştiințifice.

„În concordanță cu specificul activității Aquila, cea mai mare parte a emisiilor de gaze cu efect de seră provine din activitatea de distribuție şi transport. Ca atare, investim în permanență în proiecte care vizează reînnoirea flotei".

Reporter: Aquila şi-a publicat recent o strategie de sustenabilitate pentru perioada 2022-2026. Ce include această strategie, care sunt obiectivele sale şi mijloacele de atingere a acestora?

Răzvan Bagherea: Prin strategia de sustenabilitate, Aquila şi-a propus să internalizeze ambițiile stabilite la nivelul Uniunii Europene de pe cele trei paliere ale sustenabilității - mediu, social şi guvernanță - şi să le transforme în avantaje competiționale.

Credem în dezvoltarea durabilă a afacerii noastre şi implementăm sisteme sustenabile în operațiunile, cultura organizațională şi strategia noastră. Împreună cu partenerii noştri, clienții şi furnizorii, creăm şi asigurăm locuri de muncă echitabile pentru angajați şi luptăm pentru a face o diferență în bine în comunitățile noastre. Astfel, pentru perioada 2022-2026, am ales să ne concentrăm eforturile de sustenabilitate pe 3 direcții si 11 obiective strategice: mediu şi schimbări climatice (4 obiective), capital uman şi comunități (4 obiective), etică şi guvernanță (3 obiective), implementate prin 39 de actiuni. Obiectivele de dezvoltare durabilă (ODD) ale Aquila sunt structurate astfel încât să se realizeze o bună conexiune între acestea şi ODD-urile relevante pentru activitățile companiei.

Avem datoria, ca lider în industrie, de a ne folosi poziția şi resursele pentru a fi un exemplu în ceea ce priveşte responsabilitatea socială şi de mediu. Ca atare, prin strategia de sustenabilitate Aquila, 77% din acțiuni vizeaza aceste două domenii: 12 acțiuni pentru mediu şi schimbări climatice şi 18 acțiuni pentru capital uman şi comunități. Ne propunem să facem acest lucru cu profesionalism, cu o echipă puternică şi cu dorința de a ne reinventa constant pentru a ne asigura că modelul nostru de business vine în întâmpinarea aşteptărilor, nevoilor şi exigențelor clienților noştri.

Reporter: Ce proiecte sau investiții concrete aveți în domeniul sustenabilității/economiei circulare şi care este bugetul alocat pentru implementarea acestora?

Răzvan Bagherea: Industria logisticii si de transport nu este cunoscută pentru gradul său ridicat de sustenabilitate. Companiile se confruntă cu obstacole semnificative în implementarea politicilor de mediu în acest domeniu, din cauza mai multor factori: dependența de combustibilii fosili - întrucât soluțiile eficiente şi viabile din punct de vedere economic sunt încă în stadiul de pilot, lipsa infrastructurii - autoritățile locale reglementează în mod continuu limitele de emisie, dar dezvoltarea sistemelor suport nu ține pasul cu aceste reglementări.

Aquila îşi propune să adreseze aceste probleme în următoarea perioadă strategică, prin:

- includerea unor criterii ecologice în politicile de achiziții;
- implementarea unor măsuri de reducere şi reciclare a ambalajelor şi deşeurilor produse din activitatea companiei;
- implementarea unor soluții IT şi de digitalizare, pentru reducerea consumului de hârtie;
- menținerea certificării SEVESO pentru depozitele vizate de această legislație, precum şi obținerea graduală a certificării ISO14001 pentru centrele logistice;
- înlocuirea parțială a ambalajelor actuale cu variante mai bune din perspectiva opțiunilor de reciclare şi a măsurilor de protecție a mediului;
- analiza şi implementarea opțiunii de a introduce programe pilot pentru livrarea de produse utilizând ambalaje returnabile, posibil confecționate din materiale reciclate.

De asemenea, unul dintre proiectele noastre privind reducerea emisiilor generate este legat de segmentul de transport - reînnoirea flotei auto şi aducerea ei în proporție de 100% la norma Euro6. Pentru realizarea acestei acțiuni avem în plan înlocuiri de mașini aflate la finalul perioadei optime de exploatare, pe motorină, cu unele mai puțin poluante. Vom achiziționa şi mașini hybrid, însă, în acest moment, infrastructura nu ne permite să luăm în calcul mașinile electrice pentru distribuție sau pentru agenții de vânzări, care parcurg sute de kilometri între orașe şi nu au suficiente stații de încărcare. Pentru proiectele cu impact în zona sustenabilității, avem alocat un buget de peste 2 milioane de euro pentru anul 2022.

Reporter: Considerați că legislația fiscală este una care îndeamnă companiile să digitalizeze procesele, să colecteze/recicleze şi să aducă în față produse şi servicii sustenabile?

Răzvan Bagherea: Noi suntem conştienți că avem responsabilitatea directă de a ne minimiza impactul asupra mediului şi pornim deja în cursa pentru sustenabilitate. Dacă, pe acest traseu, suntem sprijiniți de măsuri ce încurajează acest efort - fie ele fiscale sau chiar de debirocratizare, impactul lor este binevenit. Cu toate acestea, indiferent de cadrul legislativ, noi avansăm în demersurile noastre de a proteja mediul.

Reporter: Care considerați că sunt beneficiile raportării indicatorilor legați de sustenabilitate? Credeți că firmele mari, în special cele listate, ar trebui să-şi calculeze şi să-şi publice amprenta de carbon?

Răzvan Bagherea: Domeniul de reglementare, atât cel național, cât şi, mai ales, cel internațional, evoluează rapid în ceea ce priveşte sustenabilitatea. Guvernele şi autoritățile de reglementare solicită din ce în ce mai mult companiilor să raporteze extern într-o manieră mai largă, în care perspectivele mai multor părți interesate şi capacitățile companiilor de creare de valoare pe termen lung joacă un rol central. Acest lucru a condus la o creştere globală a instituțiilor, standardelor şi cerințelor care se concentrează pe modul în care companiile ar trebui să raporteze despre problemele ESG.

Unul dintre cele mai importante aspecte este transparența, care este apreciată în egală măsură de toți stakeholderii (toate părțile implicate - n.r.). Încrederea câştigată şi credibilitatea vin la pachet. Chiar dacă o companie face abia primii paşi în domeniul sustenabilității, raportul demonstrează interesul şi implicarea şi este, în acelasi timp, o cheie de verificare pentru aceasta. În urma întocmirii raportului de sustenabilitate vezi unde te afli, ce faci şi mai ales ce poți îmbunătăți. Ai o imagine de ansamblu şi realizezi unde trebuie alocate anumite investiții, pentru a avea cu adevărat o afacere durabilă. De la an la an, poți urmări progresul. Nu în ultimul rând, oamenii sunt mai loiali unui business care îşi arată interesul şi se implică în crearea unei afaceri sustenabile.

Informațiile privind performanța sunt esențiale pentru managementul durabil al afacerii, iar riscurile de mediu, pe termen lung, sunt în centrul procesului decizional strategic. Firmele mari, în special cele listate, ar trebui să calculeze şi să publice amprenta anuală de carbon, dar pentru a deveni o afacere sustenabilă, este necesară adoptarea raportării integrate şi, în special, concentrarea asupra gândirii integrate.

Reporter: Ce credeți că ar trebui să facă mai bine autoritățile locale în ceea ce priveşte colectarea deşeurilor şi implementarea componentei de orașe sustenabile/smart city?

Răzvan Bagherea: Schimbarea porneşte de la fiecare dintre noi - fie că vorbim ca persoane sau ca reprezentanți ai unei companii. Politicile guvernamentale şi locale pot contribui la această schimbare în bine prin, în primul rând, informarea clară şi corectă despre impactului asupra mediului al acțiunilor pe care toți le facem. Odată înțeleasă nevoia de schimbare, modurile de susținere a acesteia, din punctul de vedere al autorităților, variază şi oferă o paletă largă de opțiuni - de la facilități pentru o colectare şi neutralizare sau revalorificare eficientă a deşeurilor, până la automatizarea unor fluxuri din acest ciclu şi informarea, în timp real, a statusului - volum de colectare, dar şi a rezultatelor - calitatea aerului, solului şi a apei.

„Pentru proiectele cu impact în zona sustenabilității, avem alocat un buget de peste 2 milioane de euro pentru anul 2022".

Reporter: Vă mulțumesc! ■

AUTO

“Ne-am propus să reducem emisiile medii ale flotei de 12.000 de autoturisme cu 25% până în 2025 şi cu 51% până în 2030"

(Interviu cu Magdalena Caramilea, director Sustenabilitate, Autonom Services)

● “Principala prioritate rămâne tranziția graduală către o flotă de maşini cu emisii reduse, corelată cu puterea de absorbție a pieței şi dezvoltarea infrastructurii necesare” ● “Am depăşit momentul, la nivel colectiv, în care se credea că sustenabilitatea este un cost şi o reducere a profitului” ● “În anul 2021, flota Autonom a crescut cu 12% față de anul anterior, dar am reuşit să reducem intensitatea de CO2 cu 2,8% față de anul de referință 2020"

Autonom Services și-a propus reducerea emisiilor medii ale flotei operaționale cu 25% până în 2025 și cu 51% până în 2030, în principal prin tranziția către o flotă auto cu emisii scăzute și asigurarea infrastructurii necesare, ne-a declarat Magdalena Caramilea, director de Sustenabilitate la Autonom Services, în cadrul unui interviu acordat ziarului BURSA. “Principala prioritate rămâne tranziția graduală către o flotă de mașini cu emisii reduse, corelată cu puterea de absorbție a pieței și dezvoltarea infrastructurii necesare. Nu excludem posibilitatea unei flote exclusiv electrice în viitor”, spune Caramilea, care adaugă că, în anul 2021, flota Autonom a crescut cu 12% față de anul anterior, dar compania a reușit să reducă intensitatea de CO2 cu 2,8% față de anul de referință 2020.

Reporter: Cum definiți sustenabilitatea şi cât de important vi se pare că este să îndeplinim acest concept?

Magdalena Caramilea: Plecând de la cea mai simplă definiție, aceea că sustenabilitatea este capacitatea de a exista, fără a consuma resursele generațiilor următoare, înțelegem imediat că, în esență, acest concept este prezent în viața de zi cu zi a fiecăruia dintre noi, atât în mediul de business cât şi în cel personal. Indiferent de planul de care vorbim, consider că primul pas este conştientizarea obiceiurilor şi implicit a acțiunilor noastre şi ulterior, este nevoie de claritate în stabilirea obiectivelor şi a metodelor prin care să ne asigurăm că facem progrese în direcția dorită. Este foarte important să fim schimbarea pe care ne dorim să o vedem şi în ceilalți, prin exemplul personal.

Reporter: Autonom este unul din cei mai importanți actori de pe piața de servicii de leasing operațional şi rent-a-car, ceea ce înseamnă că are şi o amprentă semnificativă de carbon. Cum vă raportați la sustenabilitate, în acest context?

Magdalena Caramilea: Dimensiunea prezentă a organizației ne responsabilizează cu atât mai mult pentru a acționa şi demara proiecte de sustenabilitate, menite să reducă amprenta de carbon a companiei, atât directă, dar mai ales indirectă.

Gestionând o flotă de peste 12.000 de autoturisme, impactul acesteia asupra mediului devine semnificativ. Pentru calculul amprentei de carbon a companiei, am ales cel mai folosit standard în acest moment, GHG Protocol, iar rezultatele au oferit mai multă claritate privind direcția strategică pentru următorii ani. Deşi cea mai mare parte a amprentei de carbon, mai exact 99%, sunt emisii indirecte pentru compania noastră, am înțeles că aceasta este zona cu cel mai mare impact şi, luând în considerare potențialul pe care îl putem crea, ne-am asumat obiective aliniate cu cele la nivel european. Astfel, ne-am propus să reducem emisiile medii ale flotei operaționale cu 25% până în 2025 şi cu 51% până în 2030, în principal prin tranziția către o flotă de auto cu emisii scăzute şi asigurarea infrastructurii necesare. În urma evaluării de către Sustainalytics, una dintre cele mai prestigioase companii de rating şi consultanță în zona de sustenabilitate, aceste obiective au fost considerate ambițioase, iar indicatorii foarte puternici.

Reporter: Considerați că firmele vor fi nevoite să accepte o reducere a profitului pentru a fi mai sustenabile sau proiectele de sustenabilitate au scopul de a îmbunătăți eficiența unei societăți?

Magdalena Caramilea: Cred că am depăşit momentul, la nivel colectiv, în care se credea că sustenabilitatea este un cost şi o reducere a profitului. Se observă, din ce în ce mai mult la nivel internațional, o schimbare clară de mindset, de la preocuparea pentru creşterea profitului către creşterea impactului pozitiv asupra societății, a beneficiilor aduse tuturor părților interesate. Este deja confirmat impactul pozitiv pe care o strategie clară de sustenabilitate îl are asupra performanțelor financiare ale unei companii. Cei care au înțeles cel mai bine acest concept şi au fost catalizatorul acestei schimbări sunt chiar investitorii. Accesul la finanțare a devenit evaluat şi condiționat de criterii de impact în zona de mediu şi de social şi a crescut semnificativ apetitul pentru finanțări sustenabile. Rezumând, cred că, alături de contribuția pozitivă în mediu şi în societate, sustenabilitatea va aduce oportunități reale pentru companiile cu modele de afaceri transparente şi responsabile, preocupate de impactul pe care îl au asupra societății, dar va determina şi constrângeri pentru atragerea de finanțări competitive.

Reporter: Compania dumneavoastră a publicat recent un raport de sustenabilitate, comunicând progresul asumat prin strategia de sustenabilitate. Ce include această strategie, care sunt pilonii săi centrali, obiectivele sale şi mijloacele de atingere a acestor obiective?

Magdalena Caramilea: Activând într-un sector sensibil, cel al mobilității, suntem conştienți de impactul generat prin serviciile principale oferite, ca urmare, vedem esențială dezvoltarea sustenabilă a afacerii, fără a afecta mediul înconjurător, şi creând un impact pozitiv pe termen lung în comunitate. În 2021 am oficializat eforturile noastre în acest sens şi am construit Strategia de Sustenabilitate în jurul a trei piloni: “mediul înconjurător”, “oamenii şi comunitatea” şi “afacere şi guvernanță sustenabile”, fiecare având obiective foarte clare, cu orizont anul 2030.

Recent am publicat şi primul nostru Raport de sustenabilitate, în care am vorbit despre progresul înregistrat în ceea ce priveşte impactul companiei în aspectele legate de mediu şi în societate. În anul 2021, flota a crescut cu 12% față de anul anterior, dar am reuşit să reducem intensitatea de CO2 cu 2,8% față de anul de referință 2020, atingând o medie de emisii aferente flotei operaționale de 149,32 g/km, valori WLTP. De asemenea, deşi clienții au parcurs în total 264 milioane de kilometri, însemnând o creştere cu 40% față de anul anterior, emisiile de GES (gaze cu efect de seră) au crescut doar cu 36%, confirmând reducerea intensității emisiilor pe km.

Suntem o companie prezentă național şi internațional şi de aceea dezvoltăm politici responsabile atât față de angajații noştri, cât şi față de comunitățile în care suntem prezenți. Angajații noştri au participat la peste 4.700 cursuri, echivalentul a peste 20.000 de ore de training, ajungând la o medie anuală de 58 de ore de training/angajat, au citit peste 2.800 cărți şi au propus aproape 800 idei de inovație printr-un mecanism intern.

Este parte din natura noastră să fim implicați în comunitățile din care facem parte şi să ne implicăm, în special, în proiecte educaționale. Cu acest scop, peste 300 de angajați au dedicat anul trecut peste 500 ore pentru voluntariat. Am investit mai mult de 3 milioane lei, reprezentând 14% din profitul net în proiecte culturale, educaționale, sociale, de mediu şi sportive şi am sponsorizat diverse organizații, prin servicii de mobilitate în valoare de 343.000 lei, însumând peste 2.000 de zile de închiriere.

Reporter: În ultimii ani vedem că se pune din ce în ce mai mult accent pe direcția către o economie verde, o accelerare la nivel exclusiv care vine dinspre Comisia Europeană, cu impact asuprea unor industrii, produse şi servicii. Cum se vede această schimbare în cadrul grupului pe care îl reprezentanți? Ce proiecte sau investiții concrete aveți în domeniul sustenabilității/economiei circulare?

Magdalena Caramilea: Într-adevăr, am resimțit şi noi această schimbare şi presiune din partea Comisiei Europene, iar sectorul Transporturi este unul dintre cele mai vizate de noul pachet legislativ. Primul pas făcut pentru a ne adapta şi pentru a accelera trecerea la o companie mai sustenabilă a fost atragerea de fonduri prin emiterea de Obligațiuni Corelate cu Obiective de Sustenabilitate (Sustainability Linked Bonds) în valoare de 48 milioane euro, ca parte dintr-un program de obligațiuni, consacrat pe piețele de capital mature: MTN (Medium Term Notes), în valoare totală de 250 milioane euro.

Principala prioritate rămâne tranziția graduală către o flotă de maşini cu emisii reduse, corelată cu puterea de absorbție a pieței şi dezvoltarea infrastructurii necesare. Nu excludem posibilitatea unei flote exclusiv electrice în viitor. Putem spune că asistăm la o explozie în piața auto green şi că am trecut de pragul critic. Creşterea îşi urmează drumul firesc, dar nu este o schimbare viabilă peste noapte. De asemenea, rămânem atenți şi deschişi la oportunități şi alternative.

În ceea ce priveşte economia circulară, putem spune ca avem două proiecte principale: proiectul Zero Paper, prin care ne propunem diminuarea cu 10% anual a consumului de hârtie în activitățile operaționale şi colectarea selectivă în toate agențiile Autonom, lucru devenit posibil printr-un parteneriat național în curs de implementare.

Reporter: Considerați că legislația fiscală este una care îndeamnă companiile să digitalizeze procesele, să colecteze/recicleze şi să aducă în față produse şi servicii sustenabile? Mulți antreprenori spun de exemplu că aşteaptă de la stat o deducere de impozit, un factor motivator...

Magdalena Caramilea: Considerăm că se fac progrese semnificative în direcția digitalizării, dar această schimbare nu este generată neapărat de legislația fiscală, ci mai degrabă, de conştientizarea necesității acestui demers. Este important să încurajăm un mod de acțiune proactiv, prin căutarea în permanență de oportunități, şi nu unul reactiv pe baza factorilor motivatori propuşi de autorități. Ultimul, dar poate cel mai important Obiectiv de Dezvoltare Durabilă - SDG 17 - se referă la Parteneriate. Cu alte cuvinte, este imperios necesar să înțelegem că este nevoie de un efort cumulat şi coordonat al mediului privat, autorităților publice şi societății pentru a accelera tranziția către o economie sustenabilă, benefică tuturor. Acest lucru începe să se concretizeze şi sunt din ce în ce mai multe întâlniri şi grupuri de lucru mixte, din care facem şi noi parte.

Reporter: Care considerați că sunt beneficiile raportării de sustenabilitate?

Magdalena Caramilea: Raportarea de sustenabilitate face parte din raportarea non-financiară pe care companiile mari sau listate o au deja ca practică în acest moment. Direcția în care ne îndreptăm, prin prisma noii Directive de Raportare Corporativă de Sustenabilitate (CSRD), va extinde plaja obligativității către mult mai multe companii.

Desigur, o abordare proactivă invită toate companiile să facă acest demers înainte de a deveni obligatoriu, ca model de “best practice” (bune practici - n.r.), soluție pe care a adoptat-o şi Autonom. Mai mult, sunt din ce în ce mai multe resurse, inclusiv financiare, care vin în sprijinul companiilor mici şi mijlocii să includă principiile de sustenabilitate în strategia lor şi să îşi analizeze activitatea din perspectiva impactului şi a oportunităților de dezvoltare. Este foarte important pentru acestea să înțeleagă că suntem cu toții o verigă într-un lanț mai mare de valoare, în calitate de furnizor sau client şi, mai devreme sau mai târziu, orice companie va fi evaluată prin prisma acestor criterii de impact în zona de mediu şi social. Sustenabilitatea reprezintă un avantaj competitiv.

Reporter: Ce credeți că ar trebui să facă mai bine autoritățile locale în ceea ce priveşte colectarea deşeurilor sau implementarea componentei de oraşe sustenabile/smart city?

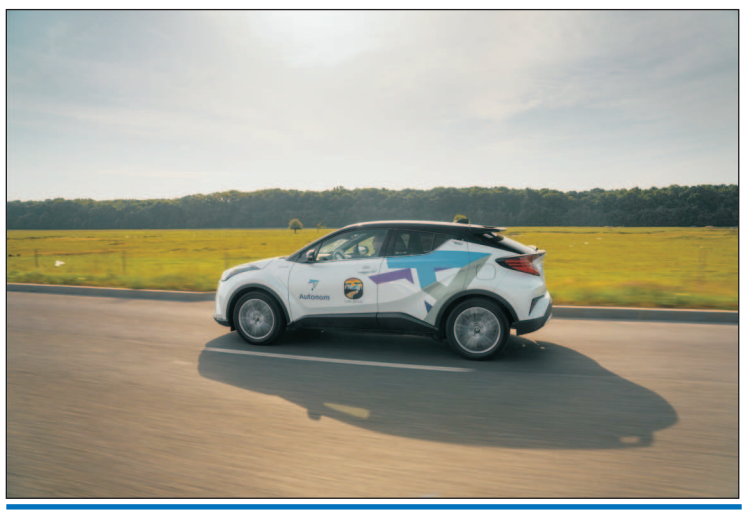
Magdalena Caramilea: Autoritățile au un rol important în tranziția spre “smart cities” (oraşe inteligente - n.r.) şi este nevoie să îşi asume în mod real acest rol de facilitator, să îşi exercite mai mult influența şi inclusiv să creeze mecanisme ferme, clare, inclusiv cu componente coercitive, pentru implementarea cu succes a proiectelor. Stabilitatea şi predictibilitatea fiscală şi legislativă, fără modificări dictate de diverse influențe politice este un alt factor cheie de succes pe termen lung. De asemenea, mediul privat poate fi un partener decisiv. Sunt încă puțini specialişti în domeniul public pe acest subiect şi este nevoie de o colaborare cu antreprenorii care îşi doresc sa se implice şi să facă o schimbare în bine. Am povestit mai devreme despre inițiativa noastră de a fi prima companie națională care a emis Obligațiuni Corelate cu Obiective de Sustenabilitate pentru îndeplinirea obiectivelor asumate. Recent, Chile a fost prima țară care a emis obligațiuni similare. Cum ar fi ca România să fie prima țară care deschide acest drum în Europa?

Reporter: Ce putem face să fim noi înşine mai sustenabili, pentru a contribui la o dezvoltare durabilă a României?

Magdalena Caramilea: În primul rând ar trebui să fim mai responsabili şi să devenim mai conştienți de ceea ce ne înconjoară şi de impactul pe care îl avem. Ar trebui să ne întrebăm: Ce lăsăm generațiilor viitoare şi cum putem contribui la o lume mai bună? Indiferent că vorbim de familie, de companie, de comunitate, de planetă, avem şansa, fiecare dintre noi, să contribuim pentru a lăsa o moştenire mai bună următoarelor generații. O facem? Cum ar arăta România în 2030, cu toate obiectivele de sustenabilitate atinse?

Reporter: Vă mulțumesc! ■

Ne-am propus să reducem emisiile medii ale flotei operaționale cu 25% până în 2025 şi cu 51% până în 2030, în principal prin tranziția către o flotă de auto cu emisii scăzute şi asigurarea infrastructurii necesare".



TELECOMUNICATII

Inițiativele Vodafone pentru un mediu sustenabil

Vodafone România este una dintre companiile cu multiple inițiative de sustenabilitate lansate în ultimii ani. Alimentarea rețelei de telefonie cu energie 100% verde, lansarea unor cartele SIM ecologice, realizate din plastic reciclat şi lansarea unei inițiative de creare a unor „păduri inteligente"care să prevină defrişările ilegale - acestea sunt doar câteva dintre proiectele Vodafone care vin în întâmpinarea nevoii de a contribui la îmbunătățirea vieții oamenilor. Compania publică deja de câțiva ani buni rapoarte ample de sustenabilitate, iar direcțiile strategice pe care se bazează inițiativele de sustenabilitate ale Vodafone sunt „Comunitatea Digitală", „Planeta noastră" şi „Un viitor pentru fiecare".

Vodafone încurajează clienții să prelungească perioada de utilizare a telefoanelor noi şi să predea sau să recicleze dispozitivele vechi

Experții notează în general că România are o problemă nu numai cu reciclarea efectivă, ci mai ales cu lipsa unei culturi a reciclării. Aici poate interveni însă mediul privat, oferind poate beneficii (vouchere sau alt tip de credite pentru dispozitive noi) sau pur şi simplu oferind posibilitatea clienților să predea spre reciclare anumite bunuri de folosință îndelungată. Acest lucru se întâmplă de mai mult timp în ceea ce priveşte combinele frigorifice, iar de ceva timp se întâmplă şi în cazul telefoanelor mobile.

Una dintre inițiativele Vodafone încurajează astfel clienții ori să prelungească perioada de utilizare a telefoanelor noi, ori să predea sau să recicleze dispozitivele vechi, având astfel o contribuție la susținerea economiei circulare în industria de telefonie mobilă, ideea fiind reducerea la minimum a deşeurilor şi a emisiilor de carbon.

Mai nou, Vodafone le oferă clienților săi o listă extinsă de servicii, incluzând asigurare, asistență şi reparații pentru dispozitive, dar şi un program de buyback de dispozitive vechi. Totodată, Vodafone derulează la nivel european un program încurajare a clienților pentru predarea oricărui dispozitiv mobil nefuncțional pe care compania îl va recicla în mod responsabil sau reutiliza pentru cauze sociale.

Potrivit Vodafone, păstrarea unui telefon pentru încă un an poate reduce impactul de CO_2 cu până la 29%. În general, pentru fabricarea unui smartphone nou este necesară extragerea a 164 de kg de materii prime, iar pentru fiecare milion de smartphone-uri predate pentru recondiționare şi revânzare se evită emisia a peste 50.000 de tone de CO_2.

De asemenea, Vodafone a realizat mai multe parteneriate pentru reducerea deşeurilor de pe lanțul valoric specific industriei de telecomunicații. Unul dintre acestea a fost semnat în mai 2021, iar Vodafone împreună cu patru dintre cei mai importanți operatori de rețea din Europa au lansat o nouă schemă de etichetare de tip Eco Rating, care să îi ajute pe consumatori să identifice şi să compare gradul de sustenabilitate a telefoanelor mobile şi să încurajeze furnizorii acestora să îşi reducă impactul asupra mediului. De notat că Vodafone, la nivel de grup, are ca țintă ca până în 2040 să reducă la net zero emisiile de carbon, cu 10 ani mai rapid comparativ cu planificarea inițială.

Cartele SIM de dimensiuni reduse, din plastic reciclat şi economie de energie de 1.200 de MWh prin investiții în răcirea centrelor de date

O altă inițiativă vizează înlocuirea cartelelor SIM cu cartele de dimensiuni reduse, care elimină jumătate din cantitatea de plastic utilizată, precum şi introducerea eco-SIM-urilor realizate din plastic reciclat. Potrivit Vodafone, introducerea eco-SIM-urilor asigură reducerea necesarului de plastic nou pentru producția de SIM-uri cu 320 de tone anual (pe lângă reducerea de 340 de tone/an ca urmare a reducerii la jumătate a cantității de plastic), având potențialul de a diminua producția de CO_2 cu 1.280 de tone.

Pe lângă toate acestea, începând cu data de 1 aprilie 2020, în urma renegocierii contractelor cu furnizorii săi de electricitate, Vodafone România a ajuns să aibă 100% din energia electrică necesară operațiunilor sale din surse regenerabile. Practic, întreaga rețea de telecomunicații a Vodafone România este alimentată integral cu energie verde. În acelaşi timp, compania a început instalarea de panouri fotovoltaice pe anumite locații pentru a produce în regim propriu energie verde, o tendință care se extinde din ce în ce mai mult în rândul companiilor din țara noastră, autoritățile estimând, de altfel, instalarea unei capacități totale

de 1.000 de MW până în 2026-2027 la nivel de prosumatori.

De asemenea, compania a făcut demersuri să-şi reducă consumul de energie în centrele de date, rezultatul fiind economisirea a aproximativ 50 de MWh/lună (1.200 de MWh în cele 24 de luni de la investiție), echivalentul consumului a peste 350 de gospodării în fiecare lună. Această reducere a consumului de electricitate a fost reuşită prin instalarea, în 2020, a unor tehnologii avansate de răcire, investiții realizate prin programul multianual de investiții destinat creşterii eficienței energetice a companiei.

Cătălin Buliga, Chief Network Officer (CNO) şi oficialul Vodafone care răspunde de proiectele de CSR (Corporate Social Responsibility) din zona de mediu, afirmă: „Grija față de Planetă este un pilon principal al strategiei Vodafone (pilonul «Planet» - n.r.). În acest sens, ne-am asumat o serie de obiective ambițioase şi am reuşit deja, într-un interval relativ scurt, să înregistrăm progrese majore. Utilizăm 100% energie verde pentru operațiunile Vodafone din România, ne-am micşorat considerabil consumul de energie în principalele centre de date, am introdus SIM-uri electronice pentru a reduce consumul de plastic şi multe altele. Într-o lume în care tehnologia joacă un rol atât de important şi volumul comunicațiilor digitale creşte în fiecare an, generând o amprentă de carbon tot mai mare, este important să venim cu acțiuni concrete pentru a micşora impactul asupra mediului".

De altfel, centrul de date al Vodafone România a obținut în iunie 2021 o certificare ISO 50001: 2018 care atestă eficiența şi performanța sistemului de management al energiei în centrele de date din Bucureşti, Cluj, Timişoara, Braşov, Constanța, Bacău şi Craiova. Certificarea a fost emisă de organismul de certificare Lloyd's Register Quality Assurance în urma unui audit realizat pe parcursul lunii martie 2021.

„Certificarea ISO 50001: 2018 reprezintă încă un reper important în eforturile noastre de a ajunge la o amprentă de carbon «net zero» până în 2040 şi reflectă munca îndelungată, consecvența şi determinarea echipei Vodafone pentru a eficientiza cât mai mult consumul de energie electrică", a mai adăugat Cătălin Buliga.

Soluții smart pentru reducerea defrişărilor ilegale şi îmbunătățirea eficienței pentru clienții mari

Nu în ultimul rând, Vodafone România a contribuit la crearea primei păduri inteligente din țara noastră, proiect pilot intitulat Vodafone Smart Forest, cu scopul de a preveni defrişările ilegale. Pădurea, situată în județul Covasna, a fost dotată cu un sistem de monitorizare şi semnalizare în timp real a sunetelor specifice exploatărilor forestiere.

La nivel de grup, Vodafone s-a angajat să îşi sprijine clienții business să îşi reducă propriile emisii de carbon cu un total cumulat de 350 de milioane de tone la nivel global pe parcursul a zece ani (între 2020 şi 2030) - echivalent cu emisiile de carbon totale anuale ale Italiei pentru anul 2019. Serviciile Vodafone IoT sunt aşteptate să genereze cea mai mare parte din această economie, ideea fiind îmbunătățirea eficienței logistice şi a managementului flotei, contorizarea inteligentă, sistemul de producție şi alte activități.

De notat de asemenea că Vodafone acordă o pondere de 20% criteriilor de mediu şi celor sociale atunci când furnizorii depun oferte pentru noi proiecte alături de companie, Vodafone verificând dacă aceştia au politici de mediu care să abordeze reducerea amprentei de carbon, energia regenerabilă, reducerea folosirii plasticului, economia circulară şi ciclul de viață al produselor. Totodată, compania s-a angajat să reutilizeze, vândă sau să recicleze 100% din echipamentele de rețea care devin redundante. ■

BURSA CONSTRUCȚIILOR
locuinte / proiecte / amenajari / preturi / piata imobiliara / investitii

ADRESA: Popa Tatu, nr 71, Sector 1, București, cod 010804
TELEFON: 021 311 23 31
FAX: 021 312 45 56

- Locuințe
- Piața imobiliară
- Proiecte
- Smart city
- Amenajări
- Materiale
- Mobilă
- Finanțare
- Investiții
- Legea
- Companii
- Arhitectură
- Prețuri
- Fotoreportaj
- Mediu
- Tendințe
- Consilier
- Internațional

www.constructiibursa.ro