

■ DRAGOȘ TUȚĂ, PREȘEDINTELE ȘI FONDATOR AL AMBASADEI SUSTENABILITĂȚII ÎN ROMÂNIA:
 ”Când companiile vor fi responsabile, nivelul de trai al românilor se va îmbunătăți considerabil”

PAGINA 2

■ **Sustenabilitatea corporativă în era digitală**
PAGINA 3

■ ELENA IACOB, PARTENER AL CASEI DE AVOCATURĂ ZAMFIRESCU RACOȚI VASILE & PARTNERS - ZRVP: "Băncile sunt printre cei mai consecvenți adepți ai schimbării de paradigmă către sustenabilitate"

■ **HORAȚIU DIDEA, WORKSPACE STUDIO:**
"Investiția în sustenabilitate are un preț inițial mai mare, dar pe termen lung este întotdeauna mai eficientă" **PAGINA 6**

■ **IRINA SIMINENCO, CORPORATE AFFAIRS
MANAGER NESTLÉ ROMÂNIA:** "Trebuie să
ne preocupăm tot mai mult de efectele pe
care le are fiecare activitate umană"

PAGINA 7

■ ANA CRIVĂȚ, DIRECTOR OF CORPORATE AFFAIRS HEINEKEN ROMÂNIA: "Sustenabilitatea, inseparabilă de strategia de business a HEINEKEN România" **PAGINA 7**

**■ ANDREEA STRUGARU, MARKETING MANAGER/
CO-OWNER KADRA: "Consumul sustena-
bil a devenit o responsabilitate asumată
de factorii economici și de populație"**

■ DANIEL DRĂGUȘIN, EAST BALKANS DIRECTOR SUPPLY CHAIN PEPSICO: "Consumul sustenabil este o parte vitală a soluției în fața provocărilor ultimilor ani"

■ **ALINA BILAN, PREȘEDINTELE ARDL:**
"Sustenabilitatea nu mai este o opțiune,
ci o obligație față de noi și față de
generațiile viitoare" **PAGINA 12**

SUPLIMENT
GRATUIT
BURSA
PENTRU
TINERII
RUL OAMENILOR DE AFACERI

Tranziția către o economie verde va impune un nou model de business

Conceptul de dezvoltare durabilă, care a pornit inițial de la preocuparea față de mediu, s-a extins de-a lungul timpului cu o dimensiune economică și socială, iar în prezent captează din ce în ce mai multă atenție.

În mediul economic, sustenabilitatea presupune un management orientat pe un alt tip de business decât cel cunoscut anterior, care urmărea obținerea unui profit mare, cât mai rapid, și care nu era străin de exploatarea mediului. Noul model, însă, se referă la o organizație stabilă, profitabilă pe termen lung, care să acorde o atenție sporită problemelor de mediu și celor sociale.

Reprezentanții companiilor care implementează modelul axat pe sustenabilitate consideră că tranziția către o economie verde va accelera, în condițiile în care gradul de conștientizare colectivă a problemelor de mediu se va extinde, cererea de produse și servicii sustenabile va fi tot mai mare, iar tehnologiile inovatoare, din ce în ce mai răspândite, vor face posibilă utilizarea mai eficientă a materiilor prime, a produselor și deșeurilor, respectiv vor limita consumul prin folosirea resurselor reutilizabile.

Necesarul de finanțare a proiectelor durabile este unul semnificativ, în condițiile în care schimbările au loc la toate nivelurile și în toate domeniile. În acest context, proiectele legate de tranziția către o economie verde au devenit o prioritate atunci când vine vorba despre finanțare, fie că sunt bani europeni, fie credite bancare.

În toamna anului trecut, Comisia Europeană a aprobat, pentru România, Programul Dezvoltare Durabilă 2021-2027, în valoare totală de 5,2 miliarde de euro, prin care se vor finanța proiecte de eficiență energetică și mediu. ■

Peste

140

de companii,
liderii economiei locale,
fac parte din Coaliția
România Sustenabilă.

ALINA BILAN

președintele Asociației Române pentru Dezvoltare Locală Durabilă:

"Nu putem să discutăm despre sustenabilitate fără o educație solidă în această direcție și fără o cultură socială cu respect față de valorile dezvoltării durabile".

”Patru din cinci români sunt dispuși să facă mai multe pentru sustenabilitate”

(Interviu cu Murat Büyükerk, CEO Arctic)

Patru din cinci români sunt dispuși să facă mai multe pentru sustenabilitate, dar spun că au nevoie de mai multe cunoștințe în acest sens, ne-a spus, în cadrul unui interviu, Murat Büyükerk, CEO Arctic. Acesta a subliniat: „Consumatorii au devenit mai selectivi, caută branduri care dau dovadă de transparență și responsabilitate față de societate și de planetă. (...) Ei își doresc să fie ghidați pentru a putea adopta comportamente sustenabile pe termen lung. Acesta este motivul pentru care Arctic se concentrează nu numai pe eco-design – cercetare și tehnologii avansate – sau producție sustenabilă, ci și pe educație pentru un consum responsabil. (...) Puterea pe care o avem, ca mediu de afaceri, de a influența schimbarea comportamentelor reprezintă o oportunitate uriașă în care cred cu tărie. Este vital să creștem gradul de conștientizare cu privire la sustenabilitate, dar și să oferim produse sau servicii de acest tip. Aspirăm către o societate în care cât mai mulți oameni să fie conștienți de problemele legate de sustenabilitate, să fie pregătiți să ia măsurile colective și să transmită mai departe această mentalitate către generațiile viitoare”.

Reporter: Care sunt tendințele în sustenabilitate pentru industria producătoare de electrocasnice și cum vedeți evoluția viitoare din acest punct de vedere?

Murat Büyükerk: Sustenabilitatea este singura direcție posibilă pentru industria producătoare de electrocasnice, atât în România, cât și în lume, având în vedere că aceasta consumă o cantitate deloc neglijabilă de materii prime, energie și resurse. Este nevoie de controlul și de reducerea emisiilor de carbon generate de-a lungul întregului lanț valoric.

Compania Arctic are în centrul strategiei sale sustenabilitatea, aceasta reflectându-se nu doar în produsele inovatoare pe care le punem pe piață și în modul de producție, ci și la nivelul valorilor și proiectelor pe care le desfășurăm. Obiectivul nostru este să dezvoltăm un business cu respect față de oameni și de mediu, în acord cu valorile grupului Arçelik din care facem parte.

Totodată, eficiența energetică este o prioritate, jucând un rol cheie în reducerea emisiilor de carbon. Pe lângă sustenabilitatea procesului de producție, la nivel de produse ne

axăm pe durabilitate și fiabilitate. La acestea se adaugă atenția pe care o acordăm întregului ciclu de viață a produselor, inclusiv tehnologiile avansate care duc la economii de apă sau energie.

Reporter: Cum poate fi diminuat impactul pe care această industrie îl are asupra mediului?

Murat Büyükerk: Pentru a diminua impactul pe care această industrie îl are asupra mediului, este necesară o viziune de ansamblu pe termen lung care să vizeze, după cum spunem, întregul lanț valoric. La nivel de producție, cel mai bun exemplu în acest sens îl reprezintă fabrica de mașini de spălat rufe de la Ulmi, care transpune în practică viziunea noastră legată de sustenabilitate. Sunt mândru că am construit aici una dintre cele mai avansate unități de producție din regiune. Capacitățile României în materie de IT și forța de muncă înalt calificată o fac o destinație ideală pentru Industry 4.0. Performanțele unității de la Ulmi în materie de mediu au fost recunoscute de Forumul Economic Mondial, care a inclus-o pe lista celor mai verzi 13 fabrici Industry 4.0 din lume, conferin-

du-i statutul de Sustainability Lighthouse.

Această investiție contribuie semnificativ la realizarea obiectivelor noastre în materie de producție cu impact redus asupra mediului și vom continua să facem eforturi în această direcție. Grație sistemelor avansate

pe care fabrica din Ulmi le integrează și eforturilor depuse, consumul de energie per produs a scăzut în medie pe an cu 17%, cel de apă cu 25%, iar emisiile de gaze cu efect de seră Domeniul 1 și 2 cu 22%, în linie cu obiectivele de mediu ale grupului Arçelik. Apa utilizată în procesul de producție este reciclată și reutilizată în proporție de 70%, datorită unei

stații de epurare de ultimă generație care tratează întreaga cantitate de apă folosită în fabrică și de către angajați. Fabrica folosește 100% electricitate verde, în vreme ce modelul „digital twin” al fabricii ajustează automat iluminatul și optimizează sistemele de răcire și încălzire.

Reporter: Care sunt obiectivele strategiei de sustenabilitate ale companiei Arctic?

Murat Büyükerk: Obiectivul Arçelik, la care Arctic este aliniată, este să devenim o companie net-zero de-a lungul întregului nostru lanț valoric până în 2050. Avem un parcurs foarte clar în acest sens, iar planul nostru este unul dintre cele mai am-

bițioase din industrie. Acesta implică reducerea emisiilor din Domeniul 1 și Domeniul 2, dar și a celor din Domeniul 3 provenind din utilizarea produselor vândute cu 50,4% până în 2030, comparativ cu anul 2018, în linie cu cele stabilite prin Acordul de la Paris. Sustenabilitatea pentru noi nu înseamnă doar grija pe care o acordăm reducerii emisiilor de carbon, ci și asumarea responsabilității la alte capite, cum ar fi diminuarea risipei de energie și de materie primă, precum și reducerea poluării cu plastic. Astfel, alte obiective majore până în 2030 sunt reducerea consumului de energie și de apă pe produs cu 45% - în producție, de la valoarea

de referință din 2015, creșterea conținutului de plastic reciclat la 40%, iar a celui de biomateriale la 5%.

Reporter: Care sunt provocările pentru o companie ce implementează principiile ESG? Ce buget alocăți pentru integrarea aspectelor de mediu în propriul model de business?

Murat Büyükerk: Tranziția spre modelul economic durabil trebuie să acorde atenție nu doar mediului, ci și impactului social și celui al practicilor de guvernare corporativă. Pentru acest lucru este nevoie de recalibrarea tuturor strategiilor de dezvoltare și de stabilirea unor obiective privind implementarea, măsurarea și raportarea inițiativelor din sfera ESG. Atenția pe care o acordăm impactului asupra mediului este extrem de importantă în cazul nostru. De exemplu, în cazul fabricii din Ulmi investiția se ridică la peste 160 de milioane de euro. De asemenea, în ultimii ani am alocat peste 13 milioane de euro pentru modernizarea fabricii de frigider de la Găești, investițiile vizând creșterea eficienței prin digitalizare, în special sporirea gradului de automatizare și îmbunătățirea controlului calității.

Reporter: Cum se reflectă în produse și în tehnologii viziunea centrată pe sustenabilitate a companiei?

Murat Büyükerk: Misiunea Arctic este de a face sustenabilitatea accesibilă unui număr cât mai mare de români, investind în dezvoltarea de produse eficiente energetic, tehnologii de ultimă oră și metode de producție prietenoase cu mediul. Consumul redus de energie și apă este o prioritate pentru noi, la fel ca și pentru clienții noștri. Avem stabilități anuale privind îmbunătățirea performanțelor produselor noastre și din aceste puncte de vedere.

(continuare în pagina 8)

ONG

”Când companiile vor fi responsabile, nivelul de trai al românilor se va îmbunătăți considerabil”

(Interviu cu Dragoș Tuță, președinte și fondator al Ambasadei Sustenabilității în România)

- ”Există o presiune continuă asupra companiilor pentru realizarea de investiții în proiecte strategice de sustenabilitate”
- ”Fiecare dintre noi poate fi ambasador pentru sustenabilitate și mediu”
- ”Sustenabilitatea și educația pentru mediu sunt la început de drum în România”

Atunci când vorbim de sustenabilitate în mediul economic, vorbim despre un stil de management responsabil și sustenabil, spune Dragoș Tuță, președintele Ambasadei Sustenabilității în România, subliniind că este foarte important ca managerii să înțeleagă că pentru a conduce o organizație stabilă și profitabilă pe termen lung, e nevoie să contribuie la rezolvarea problemelor de mediu și a celor sociale și să nu continue pe modelul economic în care ”urmăream să obținem un profit cât mai mare, în mod cât mai rapid și, din păcate, exploatând mediul și societatea”.

Reporter: Cum a luat naștere Ambasada Sustenabilității și cum promovați aspectele ce țin de o economie durabilă?

Dragoș 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 și de mediu fără să sacrifice eficiența economică. Credem cu tărie că atunci când companiile vor fi responsabile, nivelul de trai al românilor se va îmbunătăți considerabil.

În toate inițiativele noastre promovăm colaborarea ca instrument de învățare și dezvoltare încă din primul moment. Programul nostru Coaliția România Sustenabilă reunește deja peste 140 de companii cu un număr de peste 75.000 de angajați și o cifră de afaceri impresionantă. Sunt liderii economiei românești care, în cadrul coaliției, au oportunitatea atât să le ofere angajaților lor un context de învățare, cât mai ales să se așeze la masă cu alte organizații mari din România și cu alți lideri, cu scopul de a identifica probleme și oportunități pentru a formula soluții. Coaliția România Sustenabilă este partener oficial al Guvernului României în implementarea Strategiei Naționale de Dezvoltare Durabilă (SNDDR) și

atând mediul și societatea.

La nivel personal, alegerile pe care le facem pot avea un impact mai mic sau mai mare asupra mediului. Diferența poate fi făcută prin limitarea risipei, fie că e vorba de apă, energie sau produsele alimentare cumpărate zilnic. Fiecare produs are propria amprentă, determinată de cantitatea de emisii de CO2 generată pentru transport și protecție, precum și de cantitatea de apă folosită. Dacă optăm pentru produse locale, de sezon, fără plastic sau ambalaje excesive, cu durabilitate mare, se va genera o cantitate din ce în ce mai puțină de deșeuri. Acestea sunt doar câteva exemple despre cum putem fi sustenabili în viața noastră de zi cu zi. Cu ocazia Zilei Sustenabilității în România, noi am dezvoltat o platformă pe care se regăsesc numeroase soluții de limitare a încălzirii globale, care este cea mai arzătoare dimensiune a sustenabilității în zilele noastre. Soluțiile sunt adresate atât cetățenilor, cât și companiilor, organizațiilor non-profit și autorităților.

”Eficientizarea consumului de resurse printr-un consum sustenabil și reducerea impactului asupra mediului - principalele provocări ale ultimilor ani”

Reporter: Care considerați că este rolul unui consum sustenabil în contextul provocărilor ultimilor ani?

Dragoș Tuță: Eficientizarea consumului de resurse printr-un consum sustenabil și reducerea impactului asupra mediului au fost printre principalele provocări ale ultimilor ani. Consumul sustenabil presupune, printre altele, o conștientizare deplină a consumatorilor, posibilitatea și capacitatea lor de a dispune și evalua corect informațiile despre impactul social și de mediu al bunurilor și serviciilor pe care le folosesc.

În contextul în care 5 din cele 9 limite planetare au fost depășite, iar resursele de care dispunem sunt din ce în ce mai limitate, actualele modele de consum sustenabil sunt nu doar esențiale pentru a împiedica epuizarea resurselor planetei, dar încă insuficiente pentru a garanta generațiilor viitoare capacitatea de a-și satisface propriile nevoi.

Reporter: Cum vedeți evoluția viitoare a unei economii durabile?

Dragoș Tuță: În contextul apariției de noi reglementări și standarde de raportare, a războiului de la graniță, a insecurității energetice și concentrarea tot mai mare a investitorilor asupra performanței sociale, de mediu și de guvernare (ESG), există o presiune continuă asupra companiilor pentru realizarea de investiții



în proiecte strategice de sustenabilitate și de a contribui, în consecință, la o economie verde, ce poate contribui la dezvoltarea durabilă a societății per ansamblu. Evoluția continuă a acestor standarde și reglementări poate aduce beneficii reale economiei, dacă și eforturile companiilor și autorităților sunt pe măsură în procesele de aplicare și monitorizare.

Reporter: Cât de atenți sunt partenerii dumneavoastră la îndeplinirea standardelor de sustenabilitate? Care este deschiderea acestora față de soluțiile sustenabile? Cât de pregătiți sunt companiile de la noi din punct de vedere al politicilor sustenabile?

Dragoș Tuță: Companiile care sunt alături de noi în cadrul Coaliției România Sustenabilă au început să facă schimbări. Și nu din ultimii doi ani, de când vedem o accelerare europeană, ci chiar înainte să apară această accelerare. Alături de noi au venit liderii economiei românești. Din perspectiva moralității, cei care sunt preocupați să obțină 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 și până la această dată în 2023 e îmbucurător.

Reporter: Care sunt cele mai mari provocări pentru o companie ce implementează principiile ESG?

Dragoș Tuță: ESG a fost introdus inițial în sectoarele financiare și de management pentru a defalca factorii pe care companiile și instituțiile financiare ar trebui să le ia în considerare atunci când iau decizii de investiții și de afaceri. ESG este menit să fie un instrument de management al riscului, la ce indicatori/metrici ar putea afecta randamentele financiare ale companiilor. ESG se concentrează pe riscurile financiare.

”Credem în principiul «lead by example»”

Reporter: Ce presupune comportamentul unui cetățean atent la mediu? Cât de cunoscut este conceptul de sustenabilitate în rândul populației?

Dragoș Tuță: Trăim într-o socie-

tate a consumului. Economia se bazează pe consum și, din păcate, asta trebuie cumva să schimbăm. Comportamentul unui cetățean atent la mediu ține foarte mult și de mediul în care își desfășoară activitățile, precum și de accesul pe care îl are la resursele de informare.

Noi credem în principiul ”lead by example”. Astfel, fiecare dintre noi poate fi ambasador pentru sustenabilitate și mediu, în grupul/comunitatea din care face parte. Conform Green Report, un astfel de comportament în rândul Generației Z presupune acțiuni precum mersul pe jos și evitarea risipei de mâncare. Totodată, potrivit datelor studiului național Insights PulseZ, tinerii din România aleg să refolosească și să recicleze ambalajele (55%), dar și să colecteze selectiv gunoiul (30%), în timp ce 61% dintre ei sunt de părere că, în decizia de cumpărare, foarte mult contează ca un brand să fie sustenabil.

La nivel macro, fiecare dintre noi poate contribui prin a începe să fim mai atenți la ce se întâmplă în zona de consum de energie și resurse naturale, să consumăm responsabil apa, electricitatea, gazul - acasă ori la locul de muncă.

Reporter: Cât de educată este România față de alte țări europene în privința reciclării?

Dragoș Tuță: Sustenabilitatea și educația pentru mediu sunt la început de drum în România. În ultima perioadă am observat mai multe demersuri și inițiative publice pentru a contribui la educarea cetățenilor cu privire la sustenabilitate prin activități de reciclare selectivă, plantare/reîmpădurire, colectare a deșeurilor din natură și multe altele. Implementarea acțiunilor de educare precum ”Săptămâna Verde”, de exem-

plu, aduce în discuție metode interactive de educare a generațiilor viitoare, demonstrând practic nu doar importanța sustenabilității în viața fiecăruia dintre noi, dar și a comportamentelor sustenabile pe termen lung.

Reporter: Considerați că economia circulară primește destulă aten-

mod tradițional ar fi marginalizați, în ciuda talentului și valorii adăugate pe care o aduc prin munca lor. Conform unui studiu recent al Deloitte, economia circulară poate crea până la 300 de milioane de noi locuri de muncă până în 2030 la nivel global, contribuind totodată la ameliorarea decalajelor socio-economice. În contextul în care în România avem milioane de persoane aflate în situații de vulnerabilitate și excluziune socio-economică (precum tinerii NEET, persoane cu dizabilități etc.), economia circulară poate oferi nu doar o soluție în acest sens prin oferirea unor locuri de muncă stabile, dar și un model sustenabil de business care contribuie activ la realizarea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă. Eficientizarea reglementărilor în spațiul economic pentru înființarea și angajarea persoanelor în business-uri sustenabile, ori oferirea de linii de finanțare dedicate în acest sens pot fi soluții reale pentru dezvoltarea sectorului economic verde.

Reporter: Ce parteneriate aveți pentru promovarea sustenabilității?

Dragoș Tuță: Derulăm din anul 2020 programul Coaliția România Sustenabilă (CRS), o inițiativă privată, apolitică, înființată de Ambasada Sustenabilității în România, în parteneriat cu Departamentul pentru Dezvoltare Durabilă din cadrul Guvernului, ca urmare a acțiunilor suport pentru implementarea și monitorizarea SNDDR 2030. Coaliția asi-

”Cu ocazia Zilei Sustenabilității în România, noi am dezvoltat o platformă pe care se regăsesc numeroase soluții de limitare a încălzirii globale, care este cea mai arzătoare dimensiune a sustenabilității în zilele noastre. Soluțiile sunt adresate atât cetățenilor, cât și companiilor, organizațiilor non-profit și autorităților”.

ție din partea autorităților noastre? Dacă nu, cum considerați că ar trebui să fie implicarea acestora?

Dragoș Tuță: Economia circulară este esențială în discuția privind economia verde per ansamblu. În România, aceasta se bucură de un parcurs ascendent. Oamenii sunt din ce în ce mai atenți la comportamentele lor de consum, produsele ce survin din economia circulară devenind din ce în ce mai apreciate. Chiar și așa, acest tip de economie este încă insuficient apreciată și promovată la nivel macro. Legislația în vigoare nu răspunde încă nevoilor unei economii circulare autentice, actorii economici fiind dezavantajați din acest punct de vedere.

Economia circulară contribuie activ la dezvoltarea durabilă și sănătoasă a României prin implicarea unor actori economici și sociali care în

gură o platformă de dialog și colaborare pentru autoritățile publice cu mediul de afaceri, societatea civilă și lideri de opinie, precum membri și specialiști din mediul diplomatic, academic, public sau presă, ca susținători.

În calitate de partener de dialog al Departamentului pentru Dezvoltare Durabilă (DDD), Coaliția România Sustenabilă, atât prin secretariatul asigurat de către reprezentanții Ambasadei Sustenabilității în România (ASR), cât și prin membrii acesteia, s-au implicat într-un mod activ în procesele de elaborare, atât pentru Raportul Național Voluntar, cât și pentru Codul Român al Sustenabilității.

În cadrul CRS sunt, în acest moment, peste 140 de organizații membre - companii per profit, non profit, instituții academice și voluntari.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

Programul nostru Coaliția România Sustenabilă reunește deja peste 140 de companii cu un număr de peste 75.000 de angajați și o cifră de afaceri impresionantă”.

suntem în dialog continuu despre aceste oportunități și probleme în care trebuie să ne implicăm împreună pentru a le rezolva.

Reporter:Ce înseamnă, în anul 2023, sustenabilitatea pentru o companie și pentru o persoană fizică?

Dragoș Tuță: Atunci când vorbim de sustenabilitate în mediul economic, domeniul în care Ambasada Sustenabilității activează, vorbim despre un stil de management responsabil și sustenabil, în care este foarte important ca managerii să înțeleagă că pentru a conduce o organizație stabilă și profitabilă pe termen lung, e nevoie să contribuie la rezolvarea problemelor de mediu și a celor sociale și să nu continue pe modelul economic în care urmăream să obținem un profit cât mai mare, în mod cât mai rapid și, din păcate, explo-

Obiectivele principale ale Coaliției România Sustenabilă:

- dezvoltarea unei baze coerente pentru consultare cu Guvernul și alte instituții publice pe teme care au impact asupra dezvoltării durabile a României;
- dezvoltarea continuă a comunității de (persoane juridice) și (persoane fizice) implicați în dezvoltarea durabilă a României prin contribuția voluntară, individuală și colectivă;

- constituirea de care contribuie la , în cadrul căro-ra participanții redactează planuri de acțiune, generează soluții și programe care să conducă la atingerea Țintelor asumate și implementează activitățile agreeate, în intervalul 2020-2030;
- monitorizarea și comunicarea publică a în direcția dezvoltării durabile. ■

COMPANII

Sustenabilitatea corporativă în era digitală

Sustenabilitatea corporativă în era digitală este un concept complex și cu mai multe fațete, care necesită ca societățile comerciale să adopte o abordare holistică a operațiunilor lor, este de părere Andreea Negru, președintele Asociației pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului Autohton (ADAA). Acordând prioritate durabilității în toate aspectele afacerii lor, companiile nu pot doar să contribuie la un viitor mai durabil, ci și să construiască încredere și loialitate față de clienți, angajați și alte părți interesate, opinează aceasta.

Andreea Negru ne-a transmis: “Sustenabilitatea corporativă se referă la ideea că organizațiile trebuie să funcționeze într-un mod care este durabil din punct de vedere economic, social și ecologic. În era digitală, acest concept capătă o nouă semnificație, deoarece tehnologia joacă un rol din ce în ce mai important în economia globală. Un aspect al sustenabilității corporative în era digitală este nevoia companiilor de a-și minimiza impactul asupra mediului. Aceasta poate implica măsuri precum reducerea consumului de energie în centrele de date, implementarea practicilor de aprovizionare durabilă pentru componente electronice și adoptarea de modele circulare de afaceri care promovează reutilizarea și reciclarea produselor tehnologice.

Un alt aspect important al sustenabilității corporative în era digitală constă în necesitatea de a ne asigura că tehnologia este utilizată într-un mod de care să beneficieze societatea în ansamblu. Aceasta poate implica măsuri precum dezvoltarea de produse și servicii care promovează durabilitatea socială și de mediu, utilizarea datelor și a analizelor pentru a identifica și aborda provocările societale și promovarea incluziunii digitale pentru a se asigura că toată lumea are acces la be-

neficiile tehnologiei.

Sustenabilitatea corporativă în era digitală implică, de asemenea, un accent pe practicile de afaceri etice și responsabile. Acest lucru poate implica măsuri precum protejarea confidențialității și securității datelor clienților, asigurarea faptului că tehnologia nu este utilizată pentru a perpetua inegalitatea sau discriminarea și promovarea transparenței și a răspunderii în operațiunile de afaceri”.

Într-o epocă în care încrederea în afaceri și instituții este la un nivel scăzut, niciodată nu a fost mai important pentru companii să acorde prioritate eticii și responsabilității în operațiunile lor, este de părere președintele ADAA, care arată: “În centrul practicilor de afaceri etice și responsabile se află ideea de a face ceea ce este corect, chiar și atunci când poate să nu fie cea mai profitabilă sau convenabilă opțiune. Acest lucru poate implica totul, de la protejarea confidențialității și a datelor clienților, până la asigurarea faptului că produsele sunt obținute și fabricate într-o manieră durabilă și responsabilă din punct de vedere social.

Dar dincolo de imperativul moral de a face ceea ce trebuie, există și motive practice pentru care companiile ar trebui să acorde prioritate eticii și responsabilității. În primul rând, întreprinderile care acordă prioritate eticii și responsabilității au mai multe șanse să construiască relații loiale pe termen lung cu clienții, angajații și alte părți interesate. De asemenea, este mai probabil să evite riscurile juridice și reputaționale costisitoare care pot apărea din comportamentul lipsit de etică sau irensabil.

Deci, ce pot face companiile pentru a acorda prioritate eticii și responsabilității în operațiunile lor? Pentru început, ele pot stabili coduri clare de conduită și linii directoare etice pe care toți angajații trebuie să le respecte. De



Andreea Negru: "Ce pot face companiile pentru a acorda prioritate eticii și responsabilității în operațiunile lor? Pentru început, ele pot stabili coduri clare de conduită și linii directoare etice pe care toți angajații trebuie să le respecte. De asemenea, pot implementa programe riguroase de formare pentru a se asigura că toți angajații înțeleg și respectă aceste linii directoare".

asemenea, pot implementa programe riguroase de formare pentru a se asigura că toți angajații înțeleg și respectă aceste linii directoare.

În plus, companiile pot lucra pentru a construi o cultură a transparenței și a răspunderii, în care angajații sunt încurajați să vorbească despre preocupările sau încălcările etice fără teama de represalii. De asemenea, pot stabili mecanisme independente de supraveghere și raportare pentru a se asigura că încălcările etice sunt identificate și abordate cu promptitudine.

Dar, în cele din urmă, cel mai important pas pe care îl pot face companiile către practici de afaceri etice și responsabile este acela de a face din el o parte esențială a valorilor și misiunii lor. Acordând prioritate eticii și responsabilității în toate aspectele operațiunilor lor, de la dezvoltarea produselor până la managementul lanțului de aprovizionare, companiile își pot construi o reputație de integritate și încredere care le va servi bine în anii următori”.

Este impetuos de luat în considerare

rolul pe care etica și responsabilitatea îl joacă în propriile afaceri și organizații, mai consideră Andreea Negru, adăugând că trebuie să lucrăm împreună pentru a construi un viitor mai durabil și mai echitabil, în care afacerile nu sunt doar despre obținerea de profit, ci despre a face ceea ce este corect pentru clienții noștri, angajații noștri și comunitățile noastre. Durabilitatea socială este un aspect important al durabilității, care se referă la capacitatea unei societăți de a menține o structură socială stabilă și echitabilă în timp, satisfăcând în același timp nevoile generațiilor prezente și viitoare.

În contextul durabilității, durabilitatea socială cuprinde o gamă largă de factori, inclusiv stabilitatea economică, justiția socială, diversitatea culturală și participarea politică. Este strâns legată de sustenabilitatea mediului, deoarece un mediu sănătos este esențial pentru menținerea stabilității și bunăstării sociale, mai spune aceasta.

În opinia sa, atingerea durabilității sociale necesită o abordare atât a nevoilor pe termen scurt, cât și pe termen lung și implică colaborarea și cooperarea între toate sectoarele societății, inclusiv guvernul, societatea civilă și sectorul privat. Aceasta include asigurarea faptului că politicile și practicile sunt echitabile și incluzive, că resursele sunt distribuite echitabil și că vocile și nevoile grupurilor marginalizate sunt auzite și luate în considerare.

“Unele strategii cheie pentru promovarea durabilității sociale includ investițiile în educație și servicii sociale, promovarea creșterii economice durabile care să beneficieze toți membrii societății, construirea de comunități puternice și rezistente și stimularea sentimentului de responsabilitate socială și implicare în rândul indivizilor și organizațiilor.

În cele din urmă, durabilitatea socială este esențială pentru atingerea

durabilității adevărate, deoarece este fundația pe care se poate construi sustenabilitatea ecologică, economică și culturală. Lucrând pentru a promova durabilitatea socială, putem crea un viitor mai echitabil, mai just și mai durabil pentru noi înșine și pentru generațiile viitoare”.

În era digitală, sustenabilitatea corporativă este mai importantă ca niciodată, deoarece tehnologia a schimbat fundamental modul în care afacerile operează și impactul lor asupra mediului și a societății. Companiile trebuie să-și reevalueze modul de funcționare pentru a îndeplini nevoile din ce în ce mai diverse ale clienților, în timp ce își asumă responsabilitatea față de mediul înconjurător și față de societate. În acest sens, sustenabilitatea digitală se referă la utilizarea tehnologiei și a inovației pentru a spori sustenabilitatea corporativă. Exemple de practici de sustenabilitate digitală includ utilizarea energiei regenerabile pentru a alimenta centrele de date, dezvoltarea de soluții de mobilitate durabile și utilizarea inteligenței artificiale pentru a reduce risipa de alimente. În plus, companiile trebuie să își asume o abordare complexă pentru sustenabilitatea corporativă, abordând probleme precum schimbările climatice, inegalitatea socială și problemele de sănătate globală, și să colaboreze cu alte companii, guverne și organizații non-guvernamentale pentru a aborda aceste probleme la nivel global, susține Andreea Negru.

Aceasta conchide că sustenabilitatea corporativă în era digitală este esențială pentru succesul pe termen lung al unei companii și pentru protejarea mediului înconjurător și a societății: “Companiile trebuie să adopte o abordare holistică și să utilizeze tehnologia pentru a spori sustenabilitatea lor și pentru a aborda problemele globale”. ■



Utrisha™ N

STIMULATOR ȘI OPTIMIZATOR
FOTOSINTETIC

INSPIRAT DIN NATURĂ, DĂRUIT PLANTELOR!

Captează azotul din aer

Biostimulatorul Utrisha™ N este uimitor prin modul în care asigură azotul ori de câte ori plantele au nevoie de el.

Acest lucru îmbunătățește în mod natural vitalitatea culturilor pe tot parcursul sezonului de dezvoltare, astăzi și mâine.

Îmbrățișează un viitor echilibrat!

www.corteva.ro

 **CORTEVA™** **biologicals**
agriscience

®™ Trademarks of Corteva Agriscience and its affiliated companies.
Citiți și respectați întotdeauna instrucțiunile de pe etichetă. © 2023 Corteva.

CONSULTANTA

”Băncile sunt printre cei mai consecvenți adepți ai schimbării de paradigmă către sustenabilitate”

(Interviu cu Elena Iacob, partener al casei de avocatură Zamfirescu Racotî Vasile & Partners - ZRVP)

● ”Este dificil de estimat când se va atinge și cum va arăta modelul macroeconomic considerat pe deplin sustenabil” ● ”Firmele de avocatură nu pot rămâne în afara tranziției către un model sustenabil de activitate”

Sistemul financiar acționează ca o pârghie de transmisiune în atingerea obiectivelor de mediu fixate prin acordurile internaționale, declară Elena Iacob, partener ZRVP, menționând că băncile sunt un partener credibil și interesat în susținerea obiectivelor de politică de mediu, socială și guvernantă, fiind bine poziționate la intersecția dintre reglementatori, instituții financiare internaționale cu atribuții de susținere a unor politici publice și mediul de afaceri și comunitățile sociale.

Reporter: Care este rolul sectorului financiar în atingerea obiectivelor Acordului de la Paris privind limitarea încălzirii globale?

Elena Iacob: Sistemul financiar acționează ca o pârghie de transmisiune în atingerea obiectivelor de mediu fixate prin acordurile internaționale. De la politici și reguli la implementare, intermediarii financiari joacă un rol esențial în sprijinirea atingerii obiectivelor de sustenabilitate, atât prin contribuția financiară orientată către proiectele încadrate în categoria celor durabile, cât și prin consilierea și creșterea conștientizării importanței adoptării regulilor de sustenabilitate.

Băncile sunt un partener credibil și interesat în susținerea obiectivelor de politică de mediu, socială și guvernantă, fiind bine poziționate la intersecția dintre reglementatori, instituții financiare internaționale cu atribuții de susținere a unor politici publice și mediul de afaceri și comunitățile sociale.

Finanțarea sustenabilă implică luarea în considerare a aspectelor de mediu, sociale și de guvernantă (ESG) atunci când se iau decizii de creditare, ceea ce conduce la mai multe investiții pe termen lung în activități și proiecte economice durabile.

Reporter: Care este amploarea proiectelor verzi în portofoliile băncilor și care este destinația finanțărilor?

Elena Iacob: Băncile sunt în prima linie a inițiativelor. Menționez aici dezvoltarea de produse verzi atât în zona de finanțări corporative, cum sunt finanțările proiectelor de energie regenerabilă, eficiență energetică, economie circulară, c

cientă energetică, economie circulară, dar și utilizarea standardelor și bunelor practici internaționale în scopul finanțărilor sustenabile - inclusiv clauzele elaborate în cadrul LMA (Loan Market Association) și promovarea de produse de investiții bazate pe certificări de tipul MSCI, S&P, Sustainalytics, Ecovadis.

În domeniul de retail sunt vizibile programe de credite ipotecare verzi pentru imobile cu clasă energetică superioară, pentru achiziții de panouri fotovoltaice sau diverse alte obiective sustenabile.

”Majoritatea băncilor au integrat în analiza de creditare informațiile colectate de la companii pe teme de mediu, sociale și de guvernantă corporativă”

Reporter: Cum s-a adaptat sistemul bancar din România la finanțarea durabilă și ce înseamnă pentru acesta, în 2023, o asemenea orientare?

Elena Iacob: Majoritatea băncilor, dacă nu chiar toate, au integrat deja în analiza de creditare informațiile colectate de la companii pe teme de mediu, sociale și de guvernantă corporativă și acordă o pondere din ce în ce mai mare criteriilor ESG în acordarea finanțărilor. Taxonomia, un termen oarecum criptic la început, a devenit un in



strument obligatoriu pentru bănci în alegerea activităților economice durabile din punctul de vedere al mediului, cu respectarea criteriilor sociale și de guvernantă.

Băncile au secțiuni dedicate politicilor și principiilor ESG implementate la nivel de grup sau de companie și dincolo de cerințele de raportare stabilite de autoritățile bancare se poate considera că sunt printre primele organizații care au acceptat și și-au asumat astfel de principii în mod natural, firesc. De la implementarea regulilor în interiorul organizației la lansarea de numeroase programe sau produse de creditare verzi, băncile sunt printre cei mai consecvenți adepți ai schimbării de paradigmă către sustenabilitate.

Reporter: Care considerați că este necesarul de finanțare pentru ca economia noastră să devină una durabilă? Care sunt segmentele cu cea mai mare nevoie de finanțare verde?

Elena Iacob: Necesarul de finanțare este uriaș. Vorbim de schimbări la toate nivelurile și de toate domeniile, de la cele legate de aspectele zilnice - performanța energetică a clădirilor de locuit, inițiative de reducere a poluării în mediul urban, managementul deșeurilor și consumului, la cele din domeniile industriale sau din agricultură. Segmentele cu cea mai mare nevoie de finanțare verde sunt cele în care procesele sunt intensive în resurse - energie, materii prime - pentru care înlocuirea tehnologiilor, reciclarea sau reducerea emisiilor poluante pot face cea mai mare diferență.

Reporter: Care sunt provocările companiilor ce aleg implementarea principiilor ESG?

Elena Iacob: Nu există un model predefinit, un traseu aplicabil pentru orice companie în atingerea obiectivelor de sustenabilitate. Pentru fiecare tip de companie,

sector de activitate sau industrie, obiectivele pe fiecare dintre componentele ESG - mediu/social/guvernanta - trebuie adaptate, fiind necesare analize de impact, evaluări și decizii specifice în considerarea impactului pozitiv sau negativ. De exemplu, ce procese afectează pe lanț factori de mediu (poluare, apă, energie și alte resurse), cum se poate diminua impactul negativ și ce acțiuni ar putea îmbunătăți situația (colectare selectivă și reciclare, diminuarea consumurilor, eliminarea din utilizare a materialelor poluante și înlocuirea cu unele degradabile etc.). În operațiunile companiei, aspectele sociale și de transparență trebuie gestionate și implementate prin proceduri care să ridice performanța sa din perspectiva ESG, ca o condiție sine qua non a atingerii modelului durabil de dezvoltare. Legislația este din ce în ce mai complexă și uneori insuficient de clară, susceptibilă de interpretări diferite. Regulile impuse sunt de multe ori multidisciplinare și necesită expertiză din diverse arii sau funcții pentru corecta implementare. Confruntate cu un val de cerințe, companiile au nevoie de sprijinul oferit de consultanți inclusiv avocați pentru o tranziție lină către modelul durabil.

”Țintele de mediu la nivel mondial sunt din ce în ce mai precise și mai ambițioase”

Reporter: Ce presupune atingerea sustenabilității la nivel macroeconomic?

Elena Iacob: Țintele de mediu la nivel mondial sunt din ce în ce mai precise și mai ambițioase. Acordul COP15 din decembrie 2022 a dat o dimensiune nemăitrită, revoluționară, țințelor de biodiversitate, privind refacerea ecosistemelor degradate la nivel global (pe uscat și pe mare), conservarea ariilor terestre, a apelor interioare, zonelor de coastă și maritim, prevenirea dispariției spe-

ciilor, gestionarea responsabilă a proceselor în agricultură, pescuit, domeniul forestier și altele. Acordul creează premisele creșterii în mod semnificativ a finanțării pentru biodiversitate din toate sursele - naționale, internaționale, publice și private - și se anticipează că va mobiliza cel puțin 200 de miliarde de dolari pe an până în 2030.

La nivel european, Comisia Europeană susține în continuare o țintă de 45% din energia UE din surse regenerabile până în 2030. Deși există state care sprijină temporizarea, nu există însă îndoieli asupra scopului de utilizare în grad din ce în ce mai mare a energiei din surse verzi.

Este dificil de estimat când se va atinge și cum va arăta modelul macroeconomic considerat pe deplin sustenabil. Este însă sigur că aceasta implică eforturi susținute de adoptare a principiilor și adaptare permanentă la obiectivele mișcătoare.

Reporter: Anul acesta, negociatorii Consiliului și ai Parlamentului European au ajuns la un acord provizoriu privind obligațiunile verzi europene. Ce ne puteți spune despre acest tip de finanțare a creșterii economice durabile?

Elena Iacob: ESG a devenit o componentă esențială atunci când

lor mecanisme și criterii standardizate și credibile prin care să evalueze potențialii emitenți de obligațiunile care urmăresc obiective durabile din punctul de vedere al mediului, așa numitele obligațiuni verzi. Sunt stabilite reguli și obligații de înregistrare pentru entitățile care acționează ca examinatori externi pentru emisiunile de obligațiuni verzi, utilizarea taxonomiei pentru uniformitate în încadrarea proiectelor considerate eligibile pentru finanțarea prin astfel de obligațiuni și standard de raportare și transparență față de investitori.

Reporter: Care este angajamentul ZRVP față de inițiativele ESG?

Elena Iacob: Unul clar și bine definit, asumat la nivelul întregii firme. Firmele de avocatură nu pot rămâne în afara tranziției către un model sustenabil de activitate, așa spune chiar că suntem în zona de avangardă în acest parcurs, în virtutea rolului de consultant în implementarea cerințelor de reglementare și de sfătuitor în interpretarea legislației în continuă evoluție. De ceva ani avem în derulare inițiative privind reducerea amprente de carbon, între altele prin reducerea utilizării de plastic, hârtie și alte consumabile, extinderea acțiunilor de reciclare și încorporarea produselor reciclate în ac-



Băncile sunt în prima linie a inițiativelor. Menționez aici dezvoltarea de produse verzi atât în zona de finanțări corporative, cum sunt finanțările proiectelor de energie regenerabilă, eficiență energetică, economie circulară”.



ne referim la proiectele de finanțare, fiind considerată un pilon al dezvoltării și stabilității unei companii. Pe măsură ce necesitatea respectării principiilor ESG a fost recunoscută ca o condiție pentru accesul la investiții din partea acționarilor sau la finanțare în general, factor de sine stătător de performanță a companiei, s-a creat un stimulent pentru greenwashing sau prezentarea înșelătoare, dezinformarea cu privire la aspectele de mediu în legătură cu produsele. Mai mult, cerințele de raportare au fost în mod tradițional centrate pe datele financiare și lipsesc informații istorice credibile cu privire la performanța companiilor în materie de criterii ESG.

Inițiativa legislativă privind obligațiunile verzi a pornit din necesitatea de a le asigura investitori-

tivitate, consum responsabil de energie și apă, selectarea de furnizori care aplică măsuri de sustenabilitate.

De asemenea, suntem preocupati de diversitate și incluziune, echipa noastră de avocați are o structură de gen echilibrată, femeile fiind bine reprezentate în conducerea firmei (aproximativ jumătate din numărul de parteneri). Suntem permanent evaluați de directoarele juridice de specialitate inclusiv pe criterii de această natură, dar angajamentul nostru în această arie a început mult mai timpuriu, fiind dintotdeauna preocupată de menținerea unei culturi interne care respectă și susține toleranța, nediscriminarea și sprijinul reciproc drept bază pentru performanță.

Reporter: Vă mulțumesc! ■



Electromagnetica - Orientarea către sustenabilitate



Societatea bucureșteană Electromagnetica S.A. este binecunoscută în piață în special pentru telefoanele fabricate până în anii 1990, fiind prezentă pe piața din România încă din anul 1930, când a fost înființată sub denumirea de “Standard Electrica Română”.

Perenitatea societății de peste 90 ani s-a datorat dezvoltării continue de proiecte și linii de bussines în raport cu evoluția, cerințele de piață și noile tehnologii.

VALORILE care definesc și modelează permanent identitatea companiei și cultura organizațională sunt: Creativitatea, Etica în afaceri care constituie fundamentul relațiilor noastre comerciale, Colaborarea prin atitudinea proactivă față de nevoile clientului, Grijă față de mediu, Dezvoltarea personală a salariaților într-un ambient protector și sănătos, Responsabilitatea socială, Satisfacția părților interesate, Încrederea în noi înșine, Adaptabilitatea permanentă la cerințele pieței.

În ultimii zece ani, fidelă viziunii proprii de a valorifica potențialul creativ din cercetarea proprie, în direcții complementare, cu potențial înalt de creștere, ce asigură valorificarea superioară a resurselor de cercetare-dezvoltare și a bazei sale tehnologice, întreprinderea a dezvoltat producția de corpuri de iluminat cu led și sta-

ții de încărcare mașini electrice de concepție proprie. La baza proiectării acestora au stat principiile ECODESIGN.

Aceste direcții de dezvoltare, alături de producția de energie verde în microhidrocentralele proprii din bazinul râului Suceava, începută în 2007, constituie dovada cea mai grăitoare a crezului propriu cu privire la necesitatea trecerii rapide la o economie sustenabilă.

În viziunea Electromagneticii, ce corespunde cu cea europeană și mondială, sustenabilitatea se poate obține doar prin intermediul unui mix optim între cele trei elemente - economic, social, mediu -, strategia adoptată fiind de a menține echilibrul între acestea, în sensul că, pe termen lung, toți cei trei piloni (economicul, socialul și mediul înconjurător) trebuie să cunoască în aceeași măsură dezvoltări durabile.

Ca rezultat al preocupărilor timpurii, astăzi Electromagnetica S.A. se poate lăuda că peste 85% din cifra de afaceri provine din activități sustenabile conform taxonomiei stabilite prin REGULAMENTUL DELEGAT (UE) 2021/2139 AL COMISIEI din 4 iunie 2021 de completare a Regulamentului (UE) 2020/852 al Parlamentului European.

Electromagnetica S.A. se declară pe deplin adepta unei informări cât mai complete și tran-

sparente a tuturor părților interesate cu privire la impactul activității proprii asupra mediilor ecologic, social și economic. În acest sens, s-au demarat și s-au realizat calculul amprentelor de carbon pentru principalele corpuri de iluminat stradal cu led. Electromagnetica S.A. dorește informarea potențialilor clienți cu privire la amprente de carbon lăsate de diferitele produse, pe întregul lor ciclu de viață să devină o practică generală și obligatorie și un potențial criteriu de selecție pe o piață concurențială care trebuie să devină din ce în ce mai responsabilă față de mediul ecologic.

Pe lângă monitorizarea consumurilor și colectarea și reciclarea deșeurilor, planul pe termen mediu pentru întărirea sustenabilității proprii și trecerea la 100% activități economice sustenabile din punct de vedere al taxonomiei, așa cum este ea definită la ora actuală prin Regulamentul (UE) 2020/852, include investiții în vederea trecerii treptate a parcului auto al societății pe autovehicule electrice, precum și pentru montarea de panouri fotovoltaice pentru asigurarea unei ponderi cât mai mari de energie regenerabilă din consumul propriu de energie electrică.

Electromagnetica S.A. este foarte atentă la impactul societății asupra părților interesate, în acest sens și-a creat și își perfecționează continuu indicatori și instrumente de conștientizare a intereselor și de evaluare a satisfacției acestora. ■

AMENAJARI

Horăţiu Didea, Workspace Studio: ”Investiţia în sustenabilitate are un preţ iniţial mai mare, dar pe termen lung este întotdeauna mai eficientă”



Horăţiu Didea, Managing Partner Workspace Studio, declară: ”Noi reprezentăm local cei mai prestigioşi producători de mobilier şi soluţii premium pentru amenajări din lume, liderii pe segmentele lor de piaţă. Majoritatea dintre aceştia investesc deja de mulţi ani în producţie sustenabilă şi au o ofertă vastă pe zona economiei circulare. Ne mândrim cu faptul că încă de anul trecut Herman Miller foloseşte PET recuperate din ocean în toate scaunele Sayl şi Aeron pe care le produce. Anul trecut au fost recuperate şi folosite 23 de milioane de sticle de plastic, iar anul acesta valoarea se va dubla”.

Amenajarea spaţiilor de birouri folosind componente sustenabile cu adevărat, de la elemente naturale până la produse reciclate, biodegradabile sau de economie circulară, a trecut, în perioada post-pandemică, de la ”good to have” la ”must have”, spune Horăţiu Didea, Managing Partner Workspace Studio.

Unul dintre puţinii jucători din piaţă orientaţi către design human-centric, Workspace Studio, distribuitor de mobilier de birou şi produse arhitecturale premium, CertifiedDealer unic al Miller-Knoll în România, are un portofoliu extins de produse ce se adresează ergonomiei, sustenabilităţii şi confortului în egală măsură, contribuind la creşterea productivităţii şi calităţii vieţii.

Horăţiu Didea, Managing Partner Workspace Studio, declară: ”Noi reprezentăm local cei mai prestigioşi producători de mobilier şi soluţii premium pentru amenajări din lume, liderii pe segmentele lor de piaţă. Majoritatea dintre aceştia investesc deja de mulţi ani în producţie sustenabilă şi au o ofertă vastă pe zona economiei circulare. Ne mândrim cu faptul că încă de anul trecut Herman Miller foloseşte PET recuperate din ocean în toate scaunele Sayl şi Aeron pe care le produce. Anul trecut au fost recuperate şi folosite 23 de milioane de sticle de plastic, iar anul ace-

sta valoarea se va dubla”.

Sustenabilitatea spaţiilor de birouri: de la ”good to have” la ”must have”

”Realitatea este că integrarea unor piese sustenabile este deja o nevoie, trebuie să trecem de faza în care companiile considerau grija faţă de mediu o linie de acţiuni punctuale în strategia de CSR”, spune Horăţiu Didea, menţionând: ”Deja vorbim despre nevoia de a aborda holistic şi a vedea sustenabilitatea din mai multe perspective şi în toate planurile unei organizaţii. Este o presiune care vine din exterior, de la consumator, de la angajaţi şi nu în ultimul rând de la problemele de mediu, deci companiile vor aborda soluţii tot mai complexe din această perspectivă”.

Workspace Studio a luat iniţiativa de a distribui doar producători care au certificări legate de sustenabilitate, de la ISO, la FSC, la folosirea unor materii prime certificate, iar pe zona de soluţii acustice integrează în proiecte şi propune clienţilor doar soluţii construite din materiale reciclate, biodegradabile, sau parte dintr-un sistem cu economie circulară.

”Fie că vorbim de materiale acustice făcute 100% din PET reciclat, precum soluţiile acustice de la Impact Acoustics, fie din materiale

lemnose, precum Baux, sau despre piese biodegradabile, de elemente naturale, avem un portofoliu cu care putem acoperi orice nevoie de design sau funcţionalitate pentru un birou modern şi sustenabil. De asemenea, lucrăm neîncetat la obiectivul de a propune pieţei cele mai noi soluţii de soft seating care sunt proiectate să fie asamblate fără folosirea cleiurilor sau a altor adevizi care fac imposibilă reciclarea selectivă la sfârşitul ciclului de viaţă al produsului”, completează Horăţiu Didea, vorbind despre portofoliul orientat către sustenabilitate al Workspace Studio.

Sustenabilitatea - ca investiţie în calitate şi durabilitate

Potrivit reprezentanţilor Workspace Studio, dincolo de portofoliul de produse care include o varietate de soluţii decorative, ideea de sustenabilitate este privită şi dintr-o altă perspectivă, respectiv aceea a investiţiei în calitate şi durabilitate.

Spre exemplu, un scaun Herman Miller are garanţie 12 ani, în condiţii de folosire zilnică, iar soft seatingul Naughtone - 10 ani. Astfel, sunt produse cu gândul să reziste zeci de ani, să fie o investiţie pe termen lung, iar asta se traduce evident într-un consum mai redus de resurse pentru o eventuală înlocuire. La fel piesele de mobilier de la Knoll, canapele, fotolii sau mese cu design iconic, folosite pentru zonele de lounge şi relaxare. Datorită designului şi valorii lor se pot încadra în aproape orice stil de amenajare, din prezent sau viitor. Sunt piese care au fost lansate în



Potrivit reprezentanţilor Workspace Studio, ideea de sustenabilitate este privită şi din perspectiva investiţiei în calitate şi durabilitate. Spre exemplu, un scaun Herman Miller (foto sus) are garanţie 12 ani, în condiţii de folosire zilnică, iar soft seatingul Naughtone(foto jos) - 10 ani.



urmă cu zeci de ani, dar rămân emblematic şi ridică valoarea oricărui spaţiu.

Aceeaşi piesă pentru mai multe scopuri

O altă latură a sustenabilităţii în design este adusă de multifuncţionalitate, care conduce la un consum mai redus de resurse şi aduce şi o eficienţă de cost, de spaţiu şi creativitate în amenajare. De exemplu, în zona de soluţii acustice, majoritatea soluţiilor propuse în proiectele Workspace Studio au atât rol de reducere a zgomotului de fond, cât şi rol decorativ sau de partiţionare a spaţiului. Folosind astfel de soluţii, nu e nevoie să încarci spaţiul, şi bineînţeles nici bugetul, cu mai multe produse, fiecare cu rolul său, ci foloseşti aceeaşi piesă pentru mai multe scopuri - de exemplu o lustră din materiale cu rol acustic.

Când aceste produse sunt şi din materiale reciclate sau reciclabile, practic vorbim de sustenabilitate la o scară mai largă, o tendinţă spre care ar trebui să ţintească toate companiile.

Horăţiu Didea afirmă: ”Problemele de mediu nu sunt de ignorat şi cred că e nevoie să depăşim - la ni-

vel corporate şi la nivel individual - filosofia sustenabilităţii prin acţiuni punctuale, să trecem la sustenabilitate sistemică, integrată. Noi încercăm să nu folosim la birou sticle sau pahare de plastic, economisim energie, bem apă de la robinet, organizarea noastră logistică are în vedere atât reducerea consumului de energie şi plastic, dar şi reutilizarea resurselor pentru a le lungi ciclul de viaţă. De asemenea, avem în plan inclusiv acţiuni de ecologizare în câteva zone urbane, care completează tot ceea ce facem zi de zi”.

În 2022, numărul proiectelor de dimensiune medie, cu valori între 250.000-400.000 de euro, realizate de Workspace Studio s-a dublat

Comparativ cu anul precedent, în 2022, numărul proiectelor de dimensiune medie, cu valori între 250.000-400.000 de euro, realizate de Workspace Studio s-a dublat. Totodată, bugetul mediu alocat, ce

ia în calcul staţia de lucru individuală şi cota aferentă din spaţiile comune, a crescut la peste 2.000 euro/post de lucru pe fondul integrării unor soluţii şi piese de mobilier cu ergonomie şi design superioare. ”În ceea priveşte preţul produselor din materiale sustenabile faţă de al altor produse, aici depinde cum ne raportăm la ideea de sustenabilitate”, afirmă Horăţiu Didea, concluzionând: ”Dacă privim punctual, ceea ce nu cred că e corect sau eficient, probabil un produs din materiale reciclate este cu 10 - 30% mai scump decât un produs similar, dar care foloseşte tehnologii tradiţionale. Evident că investiţiile în inovaţia tehnologică şi linii noi de producţie făcute de companiile orientate către o producţie eco trebuie amortizate în preţ. Dacă privim însă din perspectiva a ce înseamnă integrarea la scară largă a sustenabilităţii în produsele sustenabile, preţul rămâne un element aproape insignifiant pe lângă beneficiile asupra mediului, de imagine, de retenţie şi motivare a angajaţilor şi chiar ROI-ul (randamentul investiţiei) pe termen lung al produsului respectiv. Este la fel ca investiţia în calitate - are un preţ iniţial mai mare, dar pe termen lung este întotdeauna mai eficientă”. ■

Noi încercăm să nu folosim la birou sticle sau pahare de plastic, economisim energie, bem apă de la robinet, organizarea noastră logistică are în vedere atât reducerea consumului de energie şi plastic, dar şi reutilizarea resurselor pentru a le lungi ciclul de viaţă”.

ALIMENTATIE

”Trebuie să ne preocupăm tot mai mult de efectele pe care le are fiecare activitate umană”

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

● ”Ar trebui ca toate deșeurile să poată fi reciclate sau returnate naturii” ● ”Vom continua proiectul «Pădurea de Miere» alături de Asociația Mai Mult Verde, plantând încă 10.000 de puiți de salcâmi”

Nestlé și-a redus în 2021 emisiile de dioxid de carbon cu peste 4 milioane de tone - echivalent cu consumul anual al 870.000 de autoturisme - adică aproximativ 11% din totalul vehiculelor mici în circulație în România, anul trecut, afirmă Irina Siminenco, Corporate Affairs Manager Nestlé România, menționând că orice deșeu produs ar trebui să poată fi reciclat sau reintegrat în natură, fără daune.

Reporter: Ce înseamnă, în anul 2023, sustenabilitatea pentru o companie din domeniul alimentar?

Irina Siminenco: Responsabilitate și colaborare la nivelul întregului lanț valoric pentru a asigura că oferim acum și peste ani aceleași produse gustoase și sănătoase preferate de români.

Recent, am anunțat că Nestlé și-a redus în 2021 emisiile de dioxid de carbon cu peste 4 milioane de tone - echivalent cu consumul anual al 870.000 de autoturisme - adică aproximativ 11% din totalul vehiculelor mici în circulație în România, anul trecut. Sau mai mult de jumătate din vehiculele înmatriculate în București și aici v-aș invita la un exercițiu aspirațional: cum credeți că ați respira dacă de mâine s-ar reduce la jumătate numărul de mașini în trafic?

Cred că este o metaforă eficientă pentru a ilustra în ce mod definește Nestlé o companie responsabilă și sustenabilă.

Reporter: Care considerați că este rolul unui consum sustenabil în contextul provocărilor ultimilor ani?

Irina Siminenco: Dacă ne raportăm doar la una dintre categoriile noastre, una dintre cele populare, înțelegem principiul în baza căruia vorbim de consum sustenabil.

Cafeaua se situează pe locul doi în topul celor mai importate mărfuri în Europa, după petrol, potrivit unor statistici de anul trecut, deci este posibil să fi fost trecută de gazele lichefiate, dar nu despre aceasta discutăm.

Consum sustenabil înseamnă că Nestlé deține un centru de cercetare global unde derulează teste pe diferite soiuri de cafea, pentru a crea altoi mai rezistenți la boli, paraziți și schimbările climatice. Este una din activitățile care definesc programul ambițios de sprijinire a fermierilor de cafea lansat în 2010, prin care au fost livrați acestora 235 de milioane de puiți de arbore de cafea din soiuri altoite, care au generat un consum de apă cu 53% mai mic, fiind deci adaptați condițiilor de secetă tot mai des întâlnite.

Cafeaua pe care o beți, dacă ați luat-o de la Nestlé, este o cafea adaptată la resursele locale actuale.

”Trebuie să creăm un cerc al sustenabilității”

Reporter: Cum vedeți evoluția viitoare a unei economii durabile?

Irina Siminenco: Teoretic, ar trebui ca orice deșeu produs să poată fi reciclat sau reintegrat în natură, fără daune. Tot ceea ce produce omul provine din materii prime din pământ, prelucrate sau nu chimic ori prin alte procese. Trebuie să creăm un cerc al sustenabilității, trebuie să ne preocupăm tot mai mult de efectele pe care le are fiecare activitate umană și să ne asigurăm că reducem cât mai mult poluarea umană.



Reporter: Care sunt cele mai mari provocări pentru o companie ce implementează principiile ESG?

Irina Siminenco: Vorbim de principiile de mediu, sociale și de guvernanta, care au început să aibă o importanță tot mai mare în raportările non financiare. Sigur că este important și relevant să faci profit, dar contează în

egală măsură și cum faci acest profit.

Reporter: Ce ar trebui să presupună comportamentul unui cetățean atent la mediu?

Irina Siminenco: Nu dorim să generalizăm, drept pentru care vom folosi exemplul propriei companii. La intrarea în birourile din București, avem mai multe, aș spune destul de multe, recipiente specializate de colectare a deșeurilor. Fiecare angajat este încurajat să pună deșeurile potrivite în recipientul potrivit. Cum spuneam, teoretic, ar trebui ca toate deșeurile să poată fi reciclate sau returnate naturii - aici mă refer la gunoier organic, ce poate fi transformat în compost. Și aici cred că este singurul loc unde putem lansa un îndemn național la conștientizare către populație, să încerce să recicleze cât mai mult posibil. Nu folosim ambalaje de plastic de unică folosință încă din 2020, avem implementat un sistem de reducere a cantității de apă utilizate și avem foarte multe plante de interior.

”Am creat o campanie de conștientizare - «Less waste, more love/Nu risipi cât poți iubi»”

Reporter: Cât de educată este România față de alte țări europene în privința reciclării?

Irina Siminenco: Credem că măsurarea gradului de conformitate cu reciclarea reprezintă apanajul altor instituții de măsurare a opțiunilor populației. În privința conștientizării și educației, și noi ne dorim să contribuim, așa că am creat o campanie de conștientizare - ”Less waste, more love/Nu risipi cât poți iubi” cu privire la utilizarea conștientă a apei, reciclare și reducerea emisiilor de CO2, și un program național în școli ”Planeta albastră contează pe tine – PACT”, pentru a-i învăța pe copii obiceiurile sănătoase încă de mici.

Reporter: Care sunt programele / investițiile Nestlé în acest an, pe partea de sustenabilitate?

Irina Siminenco: Cum menționam la întrebarea anterioară, avem programul educațional PACT, derulat prin intermediul Fundației PRAIS în 180 de școli din 31 de județe din țară, precum și proiectul nostru de plantare ”Pădurea de miere”.

Reporter: Ce parteneriate aveți pentru promovarea unei economii durabile?

Irina Siminenco: Colegii de la Nespresso continuă programul de reciclare a capsulelor de aluminiu, iar NESCAFÉ a demarat proiectul de reciclare a capsulelor de NESCAFÉ Dolce Gusto în parteneriat cu Carrefour.

Reporter: Ce mai aveți în plan în cadrul proiectului ”Pădurea de Miere”?

Irina Siminenco: Vom continua proiectul ”Pădurea de Miere” alături de Asociația Mai Mult Verde, plantând încă 10.000 de puiți de salcâmi, pe alte câteva hectare din aceeași zonă, pentru a mări Pădurea Nestlé, și pentru a ne atinge obiectivul de net zero până în 2050.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

”Sustenabilitatea, inseparabilă de strategia de business a HEINEKEN România”

(Interviu cu Ana Crivăț, Director of Corporate Affairs HEINEKEN România)

HEINEKEN este compania producătoare de bere cu cea mai extinsă răspândire globală, prezentă cu una dintre cele peste 300 de mărci de bere și cidru în 190 de piețe din întreaga lume. Sustenabilitatea este inseparabilă de modul în care compania construiește următoarele capitoare din evoluția sa, spune Ana Crivăț, Director of Corporate Affairs HEINEKEN România. Strategia globală de sustenabilitate a HEINEKEN, ”Brew a Better World 2030”, se bazează pe trei direcții principale - Mediu, Impact social și Consum responsabil - și pentru fiecare dintre acestea, compania și-a asumat o serie de ținte și angajamente spre care face progrese constant.

Reporter: Ce rol joacă sustenabilitatea în strategia de business a companiei HEINEKEN?

Ana Crivăț: Mă bucur să vorbesc despre abordarea pe care o avem în ceea ce privește sustenabilitatea și cred că un punct de pornire foarte bun este importanța pe care o acordăm acestui aspect al activității noastre. Sustenabilitatea este unul dintre cei patru piloni pe care se bazează strategia noastră globală de business, EverGreen 2025. Altfel spus, felul în care proiectăm viitorul companiei noastre este inseparabil de o dezvoltare sustenabilă. Preocuparea aceasta se reflectă și în identitatea noastră organizațională - una dintre cele patru valori care definesc HEINEKEN este ”Grija pentru oameni și pentru planetă”.

Suntem conștienți că resursele planetei sunt limitate și că ne desfășurăm activitatea într-o lume care se confruntă cu provocări importante, de mediu și sociale. Ca o companie globală - de altfel, berarul cu cea mai mare răspândire la nivel internațional - este firesc să ne preocupe modul în care

putem contribui la un viitor mai bun, pentru planetă, oameni, comunități. De mai bine de zece ani, suntem ghidați de strategia globală de sustenabilitate ”Brew a Better World”, iar în 2021 am setat obiective noi, mai ambițioase.

Reporter: Care este abordarea HEINEKEN în ceea ce privește protejarea mediului înconjurător?

Ana Crivăț: Mediul este unul dintre cei trei piloni pe care este construită strategia noastră de sustenabilitate, ”Brew a Better World 2030”, și este cel care implică demersuri importante din partea noastră în zona de Supply Chain (producție, logistică). Pentru protejarea mediului înconjurător, adresăm impactul pe care îl are activitatea noastră, cu scopul de a ne reduce amprenta și a folosi resursele în mod responsabil.

Ne-am propus să ajungem la net zero emisii de carbon în procesele din Scope 1 și Scope 2 și o reducere de 30% în ceea ce privește procesele din Scope 3, până în 2030, precum și să ajungem la ”net zero” în întregul lanț



valoric, până în 2040. În acest sens, pe plan local, implementăm o serie de inițiative pentru reducerea consumului termic și electric și înlocuirea combustibililor fosili cu energie curată, cu emisii reduse, și energie regenerabilă. În privința ambalajelor, obiectivul nostru este să maximizăm circularitatea, prin zero deșeurii trimise la groapa de gunoi, prin accelerarea ambalajelor returnabile și prin reducerea plasticului din ambalajele secundare.

Tot pe zona de mediu, o prioritate este managementul eficient al apei - o resursă vitală. Astfel, continuăm să reducem consumul de apă în producție, să maximizăm procesul de reutilizare și recirculare a apei și să echilibrăm pe deplin apa utilizată în produsele noastre în zonele cu resurse limitate.

Investițiile pe care le realizăm în fabricile noastre susțin și ele obiectivul

de a eficientiza consumul de resurse, prin tehnologii care ne ajută să reducem energia sau apa consumată.

Reporter: Ce presupun celelalte două priorități din strategia de sustenabilitate a HEINEKEN?

Ana Crivăț: Pentru un Impact Social pozitiv, ne uităm atât în interiorul companiei noastre, cât și în exterior, către nevoile existente în comunitate. La HEINEKEN, suntem dedicați demersurilor care ne ajută să construim un loc de muncă echitabil și sigur pentru toți colegii noștri, promovând incluziunea și diversitatea, echilibrul de gen. Totodată, ne implicăm în comunitate - dezvoltăm sau oferim sprijin pentru inițiative care pot produce o schimbare în bine la nivelul comunității.

Nu în ultimul rând, suntem puternic implicați în promovarea consumului responsabil de alcool, la toate nivelurile: începând cu portofoliul nostru de băuturi, care include variante fără alcool pentru patru dintre mărcile noastre (Heineken®, Birra Moretti®, Golden Brau®, Ciuc Radler®), până la campaniile de marketing ale brandurilor și la programe ample de conștientizare și intervenție.

În România, de mai bine de 13 ani, avem un parteneriat cu Asociația ALIAT pentru Sănătate Mintală, alături de care am dezvoltat Alcohelf, singurul program din România care include mai multe tipuri de intervenții în domeniul consumului problematic de alcool (platforma online și aplicația mobilă Alcohelf, linia telefonică Alcoline, Centrele AlcolInfo din spitalele publice și multe alte activități de prevenire) cu scopul de a contribui la conștientizarea limitelor personale cu privire la consumul de alcool și a combaterii consumului nociv. Prin parteneriatul cu ALIAT, am derulat inițiative de conștientizare și în ultimii trei ani, precum Testarea națională a consumului personal de alcool sau Caravana Alcohelf. Ambele se bazează pe testul AUDIT, dezvoltat de Organizația Mondială a Sănătății, un instrument științific și rapid care permite evaluarea consumului personal de alcool și prevenirea consumului problematic.

Și mărcile noastre sunt ambasadori ai moderației: 10% din bugetul de marketing al brandului nostru emblematic, Heineken®, este dedicat campaniilor de promovare a consumului responsabil.

Reporter: Sustenabilitatea presupune, de multe ori, transformări importante în activitatea unei companii, care necesită investiții, efort, resurse umane. Care considerați că sunt beneficiile pe care o abordare sustenabilă le poate aduce unui business?

Ana Crivăț: Abordarea noastră, la HEINEKEN, este clară: sustenabilitatea aduce valoare business-ului, pe de o parte, prin încrederea consumatorilor noștri, a partenerilor de afaceri și a celor instituționali, a comunității - încredere fără de care o companie este profund vulnerabilă. În același timp, la HEINEKEN, considerăm că a contribui la un viitor mai bun este deopotrivă o responsabilitate și un mod de a consolida business-ul și a fi echipați pentru o lume aflată în continuă schimbare.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

AFACERI

”Patru din cinci români sunt dispuși să facă mai multe pentru sustenabilitate”

(Interviu cu Murat Büyükerk, CEO Arctic)

(urmare din pagina 1)

Murat Büyükerk: Punem pe piață produse cu performanțe notabile, mașinile de spălat rufe Aqua-Tech (Beko) și WaterTouch (Grundig) consumând cu 10% mai puțină energie decât media produselor din clasa „A”, ceea ce ne face lideri de piață la acest capitol.

De asemenea, dezvoltăm produse și servicii care au drept scop prevenirea și reducerea poluării cu plastic, una dintre problemele majore care afectează mediul și echilibrul ecologic. Producem piese din plastic reciclat, dar și mașini de spălat care filtrează microplasticele. Am lansat în premieră la nivel mondial tehnologia Fiber Catcher, care colectează și reține 90% din microfibrele rezultate în urma ciclurilor de spălare.

Reporter: Parlamentul European promovează dreptul consumatorilor la repararea produselor. Cum sprijină Arctic această direcție?

Murat Büyükerk: Arctic dispune de o rețea de service proprie, cu acoperire națională. În conformitate cu strategia noastră de sustenabilitate, în prima parte a anului 2022 am deschis un hub regional de piese de schimb în județul Argeș. Acesta deservește peste 70 de țări și duce la reducerea timpului de livrare cu șapte zile, oferind acces facil la stocuri importante de piese de schimb. Din punctul nostru de vedere, România are un rol strategic, la intersecția a trei mari piețe, ceea ce o face ideală atât ca hub de producție, cât și ca un centru important de coordonare a activităților logistice.

Reporter: Produsele sustenabile devin normă în UE. Cum v-ați adaptat acestor schimbări și cum contribuiți la eliminarea modelului



eficiente din punct de vedere energetic și din punct de vedere al resurselor utilizate, durabile și cu o durată de viață lungă, promovând astfel economia circulară. Departamentele de R&D din grupul Arçelik caută permanent soluții inovatoare pentru a reduce impactul asupra mediului. De exemplu, cu ajutorul tehnologiilor Recycled Tub și Recycled Net transformăm PET-urile și plasele de pescuit în materiale de înaltă calitate care sunt apoi folosite la fabricarea cuvelor pentru mașinile de spălat rufe, respectiv pentru elemente exterioare ale cuptoarelor.

Reporter: Ați identificat

și a reconfirmat că aceasta devine din ce în ce mai relevantă pentru români. Consumatorii au devenit mai selectivi, caută branduri care dau dovadă de transparență și responsabilitate față de societate și de planetă. Patru din cinci români sunt dispuși să facă mai multe pentru sustenabilitate, dar spun că au nevoie de mai multe cunoștințe în acest sens. Ei își doresc să fie ghidați pentru a putea adopta comportamente sustenabile pe termen lung. Acesta este motivul pentru care Arctic se concentrează nu numai pe eco-design – cercetare și tehnologii avansate – sau producție sustenabilă, ci și pe educație pentru un consum responsabil. Această abordare este vizibilă în cele mai recente campanii de brand Arctic, „Forgotten” și „Măncarea de la producătorii locali merită electrocasnicele incorporabile Arctic”, care aduc în focus acele schimbări la îndemâna fiecăruia dintre noi, pentru un stil de viață care respectă mediul.

Reporter: Cât de important este pentru companii să promoveze practicile sustenabile în rândul consumatorilor?

Murat Büyükerk: Puterea pe care o avem, ca mediu de afaceri, de a influența schimbarea comportamentelor reprezintă o oportunitate uriașă în care cred cu tărie. Este vital să creștem gradul de conștientizare cu privire la sustenabilitate, dar și să oferim produse sau servicii de acest tip. Aspirăm către o societate în care cât mai mulți oameni să fie conștienți de problemele legate de sustenabilitate, să fie pregătiți să ia măsuri colective și să transmită mai departe această mentalitate către generațiile viitoare.

Reporter: Ce înseamnă proiectul Casa sustenabilă Arctic în strategia companiei?

Murat Büyükerk: Prezența noastră în cadrul primului parc tematic educațional din România, Destiny Park, s-a născut din convingerea că este important pentru copii să conștientizeze rolul fiecăruia în conservarea resurselor natu-

rale. Educația timpurie are un rol important în ceea ce privește adoptarea obiceiurilor sustenabile, așa că ne bucurăm să ne adresăm și celor mici, incluzând în strategia noastră zona de edutainment. Vizitând Casa sustenabilă Arctic, copiii au ocazia de a învăța într-un mod inedit despre sustenabilitate și responsabilitate.

Reporter: Fundația Arctic a lansat prima sa campanie - „Redefinește mândria românească”. Care a fost insightul de la care a plecat campania și ce și-a propus să schimbe în societatea românească?

Murat Büyükerk: Fundația Arctic este o inițiativă care are drept scop promovarea educației pentru sustenabilitate și care își propune să devină un catalizator al discuțiilor pe teme legate de dezvoltare durabilă. Acest proiect are la bază angajamentul Arctic de a aduce valoare în societatea românească și de a răspunde nevoilor comunității. Ne dorim, deci, să contribuim activ la construirea unei culturi în sfera sustenabilității. La nivel de societate, acest lucru înseamnă ca obiceiurile sustenabile să devină normă.

Prin campania „Redefinește mândria românească” ne-am propus să atragem atenția asupra unor comportamente de consum problematice și larg întâlnite, oferind în același timp alternative accesibile. Mesajul pe care vrem să îl transmitem românilor este acela că supraconsumul nu are de ce să fie un

semn de statut social sau un motiv de laudă, ci, dimpotrivă, fiecare dintre noi ar trebui să fie mândru de grija arătată față de mediul încon-

smart manufacturing, astfel că dezvoltarea continuă este foarte importantă pentru noi. Piața muncii este redefinită de dubla tranziție verde și digitală, în vreme ce învățarea continuă este esențială pentru durabilitatea creșterii economice, a productivității și a inovării pe termen lung. Nu în ultimul rând, România este o țară cu multe talente în zona digitală, cu profesioniști educați și motivați, așa cum am putut constata pe parcursul celor cinci ani de când trăiesc aici. Atenția deosebită pe care o acordăm dezvoltării competențelor este vitală pentru atragerea talentelor, dar și un mod de a contribui la un viitor mai bun pentru România.

Am conceput și am implementat programe de dezvoltare care să fie în concordanță cu ultimele tendințe în materie de tehnologie și digitalizare. Un astfel de exemplu este TechPro Academy, dezvoltat în colaborare cu Universitatea Valahia din Târgoviște și cu Universitatea Koç din Turcia și care a vizat îmbunătățirea competențelor inginerilor, specialiștilor și experților care lucrează în directoratele de producție și supply chain. De asemenea, am lansat programul intensiv de dezvoltare cu o durată de trei ani Future In Talent (FIT) Graduate

Dezvoltăm produse și servicii care au drept scop prevenirea și reducerea poluării cu plastic, una dintre problemele majore care afectează mediul și echilibrul ecologic.

Producem piese din plastic reciclat, dar și mașini de spălat care filtrează microplasticele. Am lansat în premieră la nivel mondial tehnologia Fiber Catcher, care colectează și reține 90% din microfibrele rezultate în urma ciclurilor de spălare”.



Patru din cinci români sunt dispuși să facă mai multe pentru sustenabilitate, dar spun că au nevoie de mai multe cunoștințe în acest sens. Ei își doresc să fie ghidați pentru a putea adopta comportamente sustenabile pe termen lung. Acesta este motivul pentru care Arctic se concentrează nu numai pe eco-design – cercetare și tehnologii avansate – sau producție sustenabilă, ci și pe educație pentru un consum responsabil”.

liniar bazat pe principiul „folosim-producem-consumăm-aruncăm”?

Murat Büyükerk: Angajamentul nostru în materie de sustenabilitate este concretizat în tehnologii avansate, prin producția de electrocasnice care sunt din ce în ce mai

schimbări în comportamentul consumatorilor în ultimii ani? A crescut cererea pentru produse sustenabile?

Murat Büyükerk: Studiul desfășurat cu ocazia lansării Fundației Arctic ne-a arătat cum evoluează percepțiile privind sustenabilitatea

jurător.

Strategia campaniei se bazează pe înțelegerea faptului că este nevoie de acțiuni concrete pentru a transforma sustenabilitatea în realitate, iar acestea trebuie să aibă ca punct de pornire comportamente pe care oamenii le pot adopta cu ușurință pe termen lung.

Reporter: Piața devine tot mai concentrată, iar companiile active angajează tot mai mulți oameni. Care sunt aspectele de care țineți cont pentru a vă asigura că oferiți un mediu în care angajații se pot dezvolta?

Murat Büyükerk: Cultura noastră organizațională este clădită pe grija pentru mediu și comunitate, respectul reciproc și pasiunea de a evolua împreună. Arctic este un nume de referință în materie de

Engineering Program, destinat absolvenților de universități în domeniul tehnic. Avem inițiative și în zona de dual learning, în anul 2022 Arctic extinzându-și implicarea în acest domeniu cu o serie de activități extracurriculare cum ar fi internshipuri, workshopuri, sesiuni de training, consiliere și orientare în carieră, joburi de vară.

Suntem dedicați promovării unei culturi incluzive, care prețuiește diversitatea și promovează egalitatea de gen, prin inițiative ca Arctic Women Community, un program adresat femeilor din întreaga organizație, și We in-Tech, dedicat tinerelor care își doresc o carieră în domeniile științei, tehnologiei, ingineriei și matematicii.

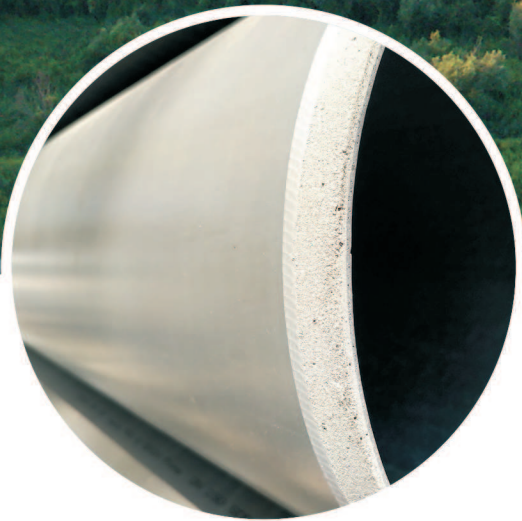
Reporter: Mulțumesc! ■



Fabrica Arctic din Ulmi



Integrarea dezvoltării durabile în afaceri



Integrăm material reciclat în produsele noastre

Prin Gri(n) Pipe pentru care deținem brevet internațional de invenție, integrăm PVC reciclat în țevile pentru canalizări exterioare fără a le schimba caracteristicile tehnice. Ponderea de material reciclat din Gri(n) Pipe este de 30%, 50% sau 100%.



Către un consum responsabil de resurse

Avem o centrală fotovoltaică a cărei putere instalată tensiune alternativă este de 1,6MW, iar în 2023 vom construi o nouă centrală fotovoltaică – un proiect în valoare de peste 19 milioane de lei – a cărei putere va fi de 3,8 MW putere produsă din inverteoare. Astfel, vom putea reduce emisiile de carbon cu aproximativ 4.500 tone CO²eq/an.



Alternative durabile la materialele plastice clasice

Oriunde este posibil din punct de vedere tehnic, căutăm utilizarea de materiale reciclate și/sau compostabile. Acesta este și cazul fabricii de folii și filme biodegradabile și compostabile în care am investit peste 11 milioane de euro în perioada 2020-2021. Produsele obținute sunt folii, filme, sacoșe, saci și pungi certificate OK Compost de către TUV Austria conform standardului EN13432.



Unul dintre cei mai mari reciclatori

Prin TeraPlast Recycling suntem cel mai mare producător de PVC rigid reciclat micronizat din Europa și, la nivel de sector de reciclare PVC rigid, suntem în top 5 reciclatori europeni. O parte din produsul finit al fabricii de reciclare este utilizat de către TeraPlast pentru fabricarea țevilor Gri(n) Pipe, iar o parte ajunge la procesatori de PVC, cum ar fi producători de profile de tâmplărie. PVC-ul reciclat nu își schimbă proprietățile și poate fi folosit cu succes în rețetele de extrudare.



Construim o cultură paperless și ne digitalizăm

Ne digitalizăm pentru a ne eficientiza procesele și pentru a ne reduce impactul asupra mediului. Avem avertizor de integritate, roboți pentru procese din sfera financiară, programarea producției, semnături electronice etc. Astfel, vom fi mai rapizi, mai prompti și avem siguranța acurateții datelor.



Împreună în beneficiul comunității

Credem că e responsabilitatea noastră să dăm înapoi comunității, să ne implicăm în dezvoltarea și sustenabilitatea ei. Încheiem parteneriate puternice în sfera practicării sportului, educației și mediului, facem apel la acțiune astfel ca împreună cu angajații noștri și alți membri ai comunității să avem un impact relevant.

PRODUSE SI SERVICII

”Consumul sustenabil a devenit o responsabilitate asumată de factorii economici și de populație”

(Interviu cu Andreea Strugaru, Marketing Manager/Co-owner KADRA)

● ”Nu se poate vorbi despre sustenabilitate fără a o corela cu tehnologia” ● ”În 2023 ne vom concentra pe dezvoltarea portofoliului de soluții pentru domeniul medical”

Practicile sustenabile pe care le implementează companiile le asigură acestora competitivitatea pe piață, spune Andreea Strugaru, Marketing Manager/Co-owner KADRA, subliniind că societatea pe care o reprezintă a avut constant sustenabilitatea și factorii ESG în centrul strategiei sale de dezvoltare, iar în acest moment, când piața s-a maturizat, implementarea principiilor ESG nu mai reprezintă o provocare în sine.

Reporter: Care considerați că este rolul unui consum sustenabil în contextul provocărilor ultimilor ani?

Andreea Strugaru: Consumul sustenabil a devenit în ultimii ani o prioritate, o responsabilitate asumată (într-o măsură mai mică sau mai mare) de factorii economici, dar și de populație. Tinerile generații au o mai mare preocupare către protejarea mediului și consum sustenabil. Rolul acestuia este direct corelat cu o calitate crescută a vieții fiecăruia dintre noi, cu grija față de lumea în care trăim. Cât privește companiile, practicile sustenabile pe care le implementează le asigură acestora competitivitatea pe piața de profil. Specializată în soluții de automatizare a accesului, KADRA s-a preocupat în cei 30 de ani de când este pe piață să ofere produse și servicii care susțin consumul sustenabil. De fapt, automatizarea este direct corelată cu consumul sustenabil. Spre exemplu, sistemele automatizate pentru ferestre ajută la o economie de energie între 10% și 21% și aduc credite suplimentare pentru certificarea Green Building. Dacă pe lângă acestea se implementează și uși automate cu funcționalitate de transfer termic redus, se poate câștiga încă o reducere consistentă a facturii la energie. În portofoliul KADRA există și soluții de management automat al parcării, care reduc traficul cu până la 30% și, im-

plicit, poluarea, dar și soluții de Smart Mobility. BikeTower, parcare verticală pentru biciclete, un sistem complet automat, este una dintre acestea.

Reporter: Care sunt tendințele de sustenabilitate în 2023 și cum vedeți evoluția viitoare din acest punct de vedere?

Andreea Strugaru: Trăim în secolul urbanizării rapide, fenomen care poate fi observat peste tot în lume. Există rapoarte ale Organizației Națiunilor Unite care arată că, până în 2050, până la 70% din populația lumii va locui în orașe. Adică în orașele existente va fi un plus de populație de 2,5 miliarde (conform aceluiași raport). În aceste condiții, trebuie luate măsuri urgente, pentru că altfel calitatea vieții va scădea mult în aceste zone. Tehnologiile performante vor fi de ajutor și, de altfel, nu se poate vorbi despre sustenabilitate fără a o corela cu tehnologia. Alte tendințe care vor deveni tot mai puternice în viitorul apropiat vor fi apelarea la surse regenerabile de energie și la modalități de creștere a eficienței energetice. De altfel, KADRA are deja semnate cofinanțări pentru proiecte de acest gen. Mai concret, re tehnologizăm microproducția la KADRA, investim în utilaje performante energetice și instalăm panouri fotovoltaice la sediul din Cluj.

”Automatizarea este direct corelată cu consumul sustenabil. Spre exemplu, sistemele automatizate pentru ferestre ajută la o economie de energie între 10% și 21% și aduc credite suplimentare pentru certificarea Green Building”.



Sursa foto: facebook / KADRA



”Întregul portofoliu KADRA este construit în jurul soluțiilor inovatoare și sustenabile”

Reporter: Ce soluții sustenabile oferiți și care este locul acestora în portofoliul dumneavoastră?

Andreea Strugaru: Întregul portofoliu KADRA este construit în jurul soluțiilor inovatoare și sustenabile, unele introduse în premieră în România de compania noastră. În acest sens pot să mă refer la Bike Tower, soluția KADRA pentru mobilitate sustenabilă și inteligentă, sau la Parkomatic, care asigură gestionarea automată, simplă și - așa cum au descoperit mulți dintre beneficiarii noștri - profitabilă a parcărilor publice sau private. Această soluție este ideală pentru reducerea traficului și a poluării în marile orașe. De asemenea, ușile rotative, automatizările de ferestre, sistemele de ventilație, stațiile de încărcare pentru vehicule electrice se înscriu între soluțiile sustenabile din portofoliul KADRA. De altfel, așa cum ușor se poate observa, automatizarea ne ajută să creștem eficiența energetică a spațiilor industriale, rezidențiale și comerciale

Reporter: Care sunt cele mai cerute soluții în domeniu?

Andreea Strugaru: Dacă ne referim strict la anul 2022, unele dintre cele mai solicitate soluții din oferta KADRA au fost ușile automate, segment pe care s-a înregistrat o creștere a cererii de 50% - în special la categoria uși rotative automate și manuale. Sistemul de management automat al parcărilor, Parkomatic, a avut o creștere de aproximativ 20%. Sistemul Parkomatic a fost solicitat atât pentru sectorul public, cât și pentru cel privat. Și cum nevoia de sistematizare a parcărilor este în continuare mare, estimăm o creștere a cererii pentru Parkomatic, care este lider în domeniu, și în 2023.

Totodată, am observat un interes crescut pentru ușile automate cu funcționalități speciale, exemple în acest sens fiind modelul Thermocord, care asigură o izolare ter-

mică crescută sau ușile cu sistem de evacuare în cazuri de urgență (break-out). Este evident un trend al evoluției spre soluții cât mai sofisticate și mai eficiente din punct de vedere al funcționalității și duratei de viață sau eficienței energetice.

”Remarcăm o maturizare incontestabilă a pieței”

Reporter: Cât de atenți sunt clienții dumneavoastră la îndeplinirea standardelor de sustenabilitate? Care este deschiderea acestora față de soluțiile sustenabile?

Andreea Strugaru: Am descoperit cu surprindere și totodată cu bucurie cum clienții KADRA devin tot mai conștienți de necesitatea raportării corecte la standardele de sustenabilitate. Se remarcă în acest sens o maturizare incontestabilă a pieței, care devine mai deschisă față de proiectele sustenabile. Clienții observă avantajele unui produs gândind nu doar în termeni de confort și/sau siguranță, ci și de eficiență energetică. Clienții KADRA aleg soluțiile automate de acces din portofoliul nostru pentru designul elegant și confort, iar în ultima perioadă sunt interesați și de economia de resurse pe care o aduc soluțiile noastre. Un alt element interesant pe care-l observăm în ultimii ani este dorința clienților de protecție a investițiilor pe care le realizează prin apelarea la serviciile de mentenanță ale KADRA. Realizează astfel o economie prin prelungirea duratei de viață a soluțiilor de acces.

Reporter: Care sunt provocările pentru o companie ce implementează principiile ESG?

Andreea Strugaru: KADRA este o companie care a avut constant sustenabilitatea și factorii ESG în centrul strategiei sale de dezvoltare. În acest moment, când piața s-a maturizat, nu considerăm că implementarea principiilor ESG reprezintă o provocare în sine. Poate doar realizarea unei raportări măsurabile a informațiilor non-fi-

nanciare să constituie un lucru mai dificil de realizat.

”Am creat noi locuri de muncă adaptate nevoilor pieței și ritmului susținut de creștere în care am reintrat”

Reporter: Ce investiții ați realizat în 2022 și ce planuiți pentru anul curent?



Sursa foto: facebook // KADRA

Dacă ne referim strict la anul 2022, unele dintre cele mai solicitate soluții din oferta KADRA au fost ușile automate, segment pe care s-a înregistrat o creștere a cererii de

50%

- în special la categoria uși rotative automate și manuale”.

Andreea Strugaru: Anul trecut, am investit în principal în proiecte de digitalizare. Am lansat două noi platforme, www.policarbonat.ro și www.cameromania.com. Sunt platforme de vânzare consultativă pentru clienții finali care caută, pe de o parte, policarbonat, un material foarte versatil și ușor de folosit pentru proiecte de tip "do it yourself" (sere, terase, copertine etc.),

pe de altă parte, automatizări pentru porți, uși de garaj, bariere sau pentru dotarea caselor inteligente. Considerăm că există potențial în online chiar și pentru segmentul soluțiilor tradițional considerate B2B. Ce aducem nou cu www.policarbonat.ro față de un simplu magazin online este partea de consultanță în alegerea soluției optime. În cazul www.cameromania.com îi asigurăm clientului și un montator profesionist care să îi instaleze soluția astfel încât experiența lui să fie cât mai confortabilă.

O altă direcție de investiții în 2022 a fost în echipa KADRA. Am creat noi locuri de muncă adaptate nevoilor pieței și ritmului susținut de creștere în care am reintrat, în traininguri tehnice, de project management, comunicare și evenimente de teambuilding. În 2023, continuăm investițiile în digitalizare, în proiectele de îmbunătățire a eficienței energetice și instalarea unor surse regenerabile de energie.

Reporter: Care sunt noutățile pe care le aduceți pe piață anul acesta?

Andreea Strugaru: În 2023 ne vom concentra pe dezvoltarea portofoliului de soluții pentru domeniul medical, însă nu putem deocamdată să spunem despre ce este vorba. O altă soluție pe care o introducem anul acesta, de fapt tocmai am implementat primul proiect, este integrarea stațiilor de încărcare a mașinilor electrice cu sistemul de management automat al parcărilor. Această integrare le va permite beneficiarilor parcări-

lor să încaseze atât contravaloarea staționării în parcare cât și contravaloarea energiei consumate pentru încărcarea autovehiculului, la casa automată de plată.

Suntem, de asemenea, pregătiți cu soluții de control specializat al accesului prin ușile automate pentru aeroporturi și alte investiții în care este importantă securitatea.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

INTERVIU

”Consumul sustenabil este o parte vitală a soluției în fața provocărilor ultimilor ani”

(Interviu cu Daniel Drăgușin, East Balkans Director Supply Chain PepsiCo)

● ”Îndeplinirea obiectivelor de mediu și integrarea sustenabilității în ADN-ul de business sunt direcții fundamentale pentru modul în care companiile vor prospera și se vor dezvolta” ● ”Lucrăm constant la producerea unei schimbări sistemice pe întregul lanț valoric al materialelor din plastic”

PepsiCo se concentrează pe răspândirea practicilor agricole regenerabile pe întreaga sa amprentă agricolă, furnizarea în mod sustenabil a culturilor și ingredientelor cheie și îmbunătățirea mijloacelor de trai pentru oamenii din lanțul de aprovizionare agricolă, declară Daniel Drăgușin, East Balkans Director Supply Chain al companiei, care precizează că, de la finalul anului 2020, culturile directe ale PepsiCo sunt 100% sustenabile în 28 de țări.

Reporter: Ce înseamnă, în anul 2023, sustenabilitatea pentru o companie din domeniul alimentar?

Daniel Drăgușin: Angajamentul și demersurile de a crea un sistem alimentar mai sustenabil și mai rezistent nu sunt doar lucrul corect de făcut, ci și un imperativ de business. Îndeplinirea obiectivelor de mediu și integrarea sustenabilității în ADN-ul de business sunt direcții fundamentale pentru modul în care companiile vor prospera și se vor dezvolta. Viziunea noastră asupra sustenabilității acoperă întregul lanț valoric, de la modul în care ne ocupăm de culturi, modul în care producem și transportăm produsele noastre, dar și modul în care îi inspirăm pe consumatori să facă alegeri pozitive pentru ei și pentru planetă. Prin PepsiCo Positive (pep+), transformarea noastră strategică totală, care are în centru sustenabilitatea, capitalul uman și modul în care compania își va sprijini creșterea prin dezvoltarea la nivel global, ne-am angajat să construim un sistem alimentar mai durabil care să răspundă atât nevoilor oamenilor, cât și ale planetei. Acest lucru înseamnă reducerea impactului nostru asupra mediului, promovarea agriculturii durabile și sprijinirea prosperității în comunitățile locale. Însușirea unei abordări holistice a sustenabilității de mediu, sociale și economice de-a lungul întregului lanț valoric al producției, distribuției și consumului de alimente devine astfel o misiune ce ar trebui să unească toți jucătorii în drumul către zero emisii.

Reporter: Care considerați că este rolul unui consum sustenabil în contextul provocărilor ultimilor ani?

Daniel Drăgușin: Provocările cu care societatea s-a confruntat la nivel global în ultimii ani au evidențiat, pe de o parte, inegalitățile care stau la baza unei mari părți a sistemului nostru alimentar și a societății noastre, însă au condus, pe de altă parte, la o conștientizare mai acută a nevoii de a reversa cât mai rapid unele tendințe negative și de a minimiza efectele dăunătoare asupra mediului. Consumul sustenabil este o parte vitală a soluției în fața acestor provocări, fiind esențial în crearea unui viitor mai durabil, mai echitabil și mai rezilient pentru noi și pentru generațiile viitoare. La PepsiCo, facem mai mult decât să ne limităm amprenta proprie, analizându-ne constant progresele și stabilind noi obiective în vederea utilizării eficiente a resurselor, reducerii volumului de

deșeuri și dezvoltării unei producții responsabile din punct de vedere ecologic și social cu scopul de a avea un impact net pozitiv de-a lungul lanțului nostru valoric. Urmărind pilonii noștri cheie, agricultura pozitivă, lanțul valoric pozitiv și alegeri pozitive, am reușit să facem progrese importante în ceea ce privește răspândirea practicilor agricole regenerabile, conservarea resurselor naturale și mediul înconjurător, sprijinul oferit producătorilor locali, dar și reducerea consumului de apă și energie.

”Activitatea noastră se concentrează pe răspândirea practicilor agricole sustenabile”

Reporter: Cum sprijiniți agricultura durabilă în Europa?

Daniel Drăgușin: La baza sa, PepsiCo este o companie agricolă. Așadar, aprovizionarea constantă și sustenabilă a culturilor este esențială pentru afacerea noastră, mai ales că agricultura prezintă una dintre cele mai mari oportunități de gestionare a schimbărilor climatice, impact asupra biodiversității și creșterea inegalității rural-urbane. Astfel, activitatea noastră se concentrează pe răspândirea practicilor agricole sustenabile, cu scopul regenerării solului pe toată amprenta agricolă a companiei, furnizarea în mod sustenabil a culturilor și ingredientelor cheie și îmbunătățirea mijloacelor de trai pentru oamenii din lanțul nostru de aprovizionare agricolă. Aceste obiective sunt deja puse în practică în Europa, prin utilizarea tehnologiilor agricole de precizie și a inovațiilor privind îngrășămintele utilizate de companie. În Marea Britanie, am lansat o inovație care preia deșeurile de coajă de cartofi de la fabrica noastră de chipsuri Walker și le transformă în îngrășămintele care sunt 92% organice. Un program pilot, pus în funcțiune inițial, a demonstrat că această inovație are potențialul de a reduce emisiile de carbon cu 70%, de aceea vom popula mai multe piețe din Europa cu această tehnologie. În România, lucrăm cu peste 25 de fermieri care cultivă 1.100 de hectare în Covasna, Bacău, Harghita, Dâmbovița, Brașov și Călărași. Le oferim împrumuturi și cartofi de sămânță de înaltă calitate, achiziționăm cartofi de procesare la prețuri competitive și îi sprijinim prin achiziția



de mașini agricole sau sisteme de irigații pentru a dezvolta practici agricole mai ecologice. Așadar, contribuția la întâmpinarea provocărilor agriculturii atât la nivel european, cât și global, este și va rămâne un obiectiv cheie pentru noi.

Reporter: Cum va arăta, în opinia dumneavoastră, viitorul ambalajelor?

Daniel Drăgușin: Viziunea pe care o împărtășim la PepsiCo este a unei lumi în care ambalajele nu devin niciodată deșeuri. Pentru a avea un impact semnificativ în sensul unei economii circulare pentru ambalaje flexibile, lucrăm constant la producerea unei schimbări sistemice pe întregul lanț valoric al materialelor din plastic - de la modul în care sunt produse, la modul în care sunt utilizate de consumatori și modul în care pot fi reciclate. Anul trecut, PepsiCo a participat în diverse proiecte legate de tehnologii de sortare și reciclare, prin teste realizate pe ambalajele alimentare din Franța și Germania. În România, am accelerat agenda de sustenabilitate prin introducerea ambalajelor obținute din 100% PET reciclat pentru produsele Pepsi, Mirinda și Lipton. În același timp, tot aici, în România, PepsiCo este un susținător activ al Sistemului de Garanție Returnare (SGR) pentru ambalajele de unică folosință, ce va facilita colectarea ambalajelor pentru băuturi. Ne propunem ca împreună cu parteneri, incluzând colegi din industrie, organizații nonprofit, oameni și companii de inovare viitorului ambalajelor, îmbunătățirea infrastructurii de reciclare, precum și informarea consumatorilor.

Reporter: Care sunt cele mai mari provocări pentru o companie ce implementează principiile ESG?

Daniel Drăgușin: SGR marchează un pas semnificativ în drumul României către o dezvoltare sustenabilă, iar pentru companii, abordează o parte din provocările implementării principiilor ESG în plan local. Acesta este cel mai important proiect de mediu al României, menit să ne poziționeze pe harta țărilor avansate în ceea ce privește colectarea și reciclarea ambalajelor. Introducerea ambalajelor într-o economie circulară va fi

esențială pentru o Românie mai curată și mai sustenabilă, echipată să atingă țintele naționale de colectare și reciclare stabilite la nivel european.

”Cele mai importante investiții de sustenabilitate locale din acest an sunt orientate către eficientizarea consumului de energie și apă”

Reporter: Care sunt programele/investițiile PepsiCo în acest an, pe partea de sustenabilitate?

Daniel Drăgușin: Abordarea sustenabilă a companiei noastre vizează fiecare etapă a lanțului valoric complex. La nivel mondial, PepsiCo a implementat diverse strategii pentru a ne asigura că vom continua să operăm într-un mod care este sustenabil pentru planetă, afacerea noastră și comunitățile noastre comune. Pentru portofoliul de băuturi din Europa, PepsiCo și-a propus să reducă cu 25% nivelul mediu de zaharuri adăugate, pentru toată gama de băuturi răcoritoare, până în 2025, și cu 50%, până în 2030. Reducerea zahărului are, de asemenea, un impact pozitiv asupra mediului. Estimăm că, în medie, emisiile de gaze cu efect de seră ale unui litru de Pepsi sunt cu până la 40% mai mici atunci când se trece de la producția rețetei cu zahăr la cea fără zahăr. De asemenea, printre principalele obiective pentru operațiunile companiei se numără reducerea amprentei în materie de apă dulce, cât mai mult posibil, folosind tactici multiple, de la reutilizarea celor mai bune practici care și-au dovedit eficiența, la inovații în dezvoltarea tehnologiilor de procesare cu consum redus de apă și investiții în tehnologii de clasă mondială care facilitează reutilizarea sigură a apei. În România, eficiența noastră energetică în bazinele de tratare a apei uzate depășește 95%. Evacuarea și tratarea apei uzate sunt 100% conforme cu normele privind protecția mediului, și utilizăm apa de ploaie și apa uzată pentru irigare în fabrica

noastră din Popești-Leordeni. În plus, compania noastră are un angajament strict în ceea ce privește oprirea defrișărilor, dezvoltarea de turbă, exploatarea populațiilor indigene, a lucrătorilor și a comunităților locale. Cele mai importante investiții de sustenabilitate locale din acest an sunt orientate către eficientizarea consumului de energie și apă prin echipamente de producție de ultima generație, panouri fotovoltaice, flotă auto hibrid, precum și frigidere cât mai eficiente energetic.

Reporter: Ce modificări ați făcut la nivelul lanțului de aprovizionare pentru ca acesta să fie prietenos cu mediul?

Daniel Drăgușin: La PepsiCo, ne concentrăm pe răspândirea practicilor agricole regenerabile pe întreaga noastră amprentă agricolă, furnizarea în mod sustenabil a culturilor și ingredientelor cheie și îmbunătățirea mijloacelor de trai pentru oamenii din lanțul nostru de aprovizionare agricolă. Aceste obiective sunt deja puse în practică în Europa, prin utilizarea tehnologiilor agricole de precizie și a inovațiilor privind îngrășămintele utilizate. PepsiCo obține materie primă din 60 de țări și susține peste 100.000 de locuri de muncă în lanțul de aprovizionare agricolă. De la finalul anului 2020, culturile directe ale PepsiCo sunt 100% sustenabile în 28 de țări. La nivel global, 87% din culturile directe sunt obținute în mod sustenabil prin intermediul Programului de Agricultură Regenerabilă. În plus, PepsiCo și-a atins obiectivul de a achiziționa zahăr din trestie din culturi sustenabile, certificate 100% Bonsucro, la nivel global, și de a obține

plus, o atenție deosebită este dedicată dezvoltării unor soluții eficiente și alternative în transport și distribuție pentru a diminua efectele negative ale schimbărilor climatice. Un transport sustenabil înseamnă îmbunătățirea eficienței vehiculelor noastre, transportul intermodal, tranziția către vehicule cu emisii zero, precum și dezvoltarea și împărtășirea celor mai bune practici cu partenerii noștri din lanțul valoric pentru a-i încuraja să facă același lucru.

”România a făcut progrese semnificative în educarea publicului cu privire la reciclare”

Reporter: Cât de educată este România față de alte țări europene în privința reciclării?

Daniel Drăgușin: În ultimii ani, România a făcut progrese semnificative în ceea ce privește educarea publicului cu privire la reciclare și îmbunătățirea infrastructurii de reciclare. Cu toate acestea, în comparație cu alte țări europene, încă mai avem de recuperat decalaje în ceea ce privește ratele de reciclare și sensibilizarea publicului. Sunt însă încrezător că, printr-un efort coordonat, vom reuși să schimbăm modelul de consum de materiale, să gestionăm adecvat deșeurile și să îmbunătățim performanța de mediu.

Reporter: Cum vedeți evoluția viitoare a unei economii verzi?

Daniel Drăgușin: Deși nu este

În România, am accelerat agenda de sustenabilitate prin introducerea ambalajelor obținute din 100% PET reciclat pentru produsele Pepsi, Mirinda și Lipton. În același timp, tot aici, în România, PepsiCo este un susținător activ al Sistemului de Garanție Returnare (SGR) pentru ambalajele de unică folosință, ce va facilita colectarea ambalajelor pentru băuturi".

peste 99% ulei de palmier certificat RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil). Un alt progres valoros vine de pe urma îmbunătățirii eficienței operaționale în utilizarea apei cu 18% în zonele cu risc ridicat de siguranță a apei, față de o valoare de referință din 2015, cu o țintă de 25% până în 2025 și reumplerea a 34% din apa utilizată în operațiuni în bazinele hidrografice locale în 2021 - mai mult de 6,1 miliarde de litri de apă. De asemenea, avem în vedere în mod constant reducerea costurilor, cu scopul generării unui impact pozitiv asupra mediului și societății, cât și eficiență de cost. De la reducerea consumului de energie, combustibil, localizarea producției cât mai aproape de consumator, până la utilizarea cât mai eficientă a spațiului din mijloacele de transport, toate acestea sunt practici complementare unui comportament responsabil și responsabil. Locul calizării producției, de exemplu, scurtează semnificativ distanțele parcurse până la consumator, iar peste 90% din portofoliul PepsiCo comercializat în România este produs local, în cele două fabrici. În

lipsită de provocări, sunt optimiste că tranziția către o economie verde, circulară, va fi din ce în ce mai accelerată. Aceasta este, în mod evident, alimentată de o combinație de factori precum creșterea gradului de conștientizare colectivă a problemelor de mediu, cererea tot mai mare de produse și servicii sustenabile și dezvoltarea unor tehnologii inovatoare care vor permite o utilizare mai eficientă a materiilor prime, a produselor și a deșeurilor, promovând totodată limitarea consumului prin folosirea resurselor materiale și energetice reutilizabile. În plus, economia verde va crea noi oportunități profesionale și va stimula creșterea economică, în special în țările în curs de dezvoltare, unde există o cerere tot mai mare de acces la energie regenerabilă și infrastructură durabilă. Fie că demersurile implementate sunt la scară largă, fie că sunt la nivel individual, printr-un efort comun care să angreneze mediul public, privat și societatea civilă, fiecare pas pe care îl facem în prezent ne va duce mai aproape de economia verde de mâine.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

Activitatea noastră se concentrează pe răspândirea practicilor agricole sustenabile, cu scopul regenerării solului pe toată amprenta agricolă a companiei, furnizarea în mod sustenabil a culturilor și ingredientelor cheie și îmbunătățirea mijloacelor de trai pentru oamenii din lanțul nostru de aprovizionare agricolă".

ASOCIATII

”Sustenabilitatea nu mai este o opțiune, ci o obligație față de noi și față de generațiile viitoare”

(Interviu cu Alina Bilan, președintele Asociației Române pentru Dezvoltare Locală Durabilă – ARDLD)

● ”Evoluția economiei va fi direct legată de evoluția generală a societății” ● ”Strategia națională pentru dezvoltarea durabilă a României 2030 și țintele stabilite în acest document de politică publică sunt insuficient cunoscute la nivel local”

In cazul companiilor, sustenabilitatea nu mai este doar responsabilitatea unor departamente, ci a devenit o prioritate a top managementului, un element central al strategiei de business, este de părere Alina Bilan, președintele ARDLD, care adaugă că, în zona publică, la nivelul administrației centrale și locale, sustenabilitatea va deveni cheia esențială de verificare a viabilității și bancabilității unui proiect.

Reporter: Cum a luat naștere Asociația Română pentru Dezvoltare Locală Durabilă și cum promovați aspectele ce țin de o economie sustenabilă?

Alina Bilan: ARDLD a fost înființată în 2000, anul în care ONU organiza Summit-ul Mileniului, ocazie cu care țările membre și-au asumat Obiectivele de Dezvoltare ale Mileniului (ODM). Intenția fondatorilor ARDLD a fost aceea de a crea o masă critică de competență capabilă să contribuie la implementarea obiectivelor globale de dezvoltare durabilă la nivel local. A fost o opțiune corectă pentru că în 2015, la Conferința de la Paris, ONU a adoptat cele 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă la nivel Global (SDG), obiective care stau la baza tuturor strategiilor de dezvoltare ale țărilor membre pentru orizontul 2030.

ARDLD nu se limitează doar la promovarea aspectelor de sustenabilitate ce țin de economie, ci este de peste 22 de ani un factor activ în domeniul susținerii implementării principiilor dezvoltării durabile în politicile publice din România.

Reporter: Ce proiecte aveți în derulare anul acesta și în ce parteneriate sunteți implicați?

Alina Bilan: Proiectele noastre locale și internaționale sunt următoarele:

- **GPP (Green Public Procurement)** – studii național privind utilizarea achizițiilor publice verzi în România, în parteneriat cu casa de avocatură ONV LAW, și realizarea de instrumente de politică publică pentru implementarea principiilor achizițiilor publice verzi. Obiectivul este măsurarea procentului de achiziții publice verzi în România pentru șase categorii de produse și servicii și adaptarea comportamentului cumpără-

rezolvare pentru problemele redundante și de a permite analiza într-un cadru științific, a elementelor definitorii ale comportamentului experților din cadrul autorităților locale în raport cu îndeplinirea obiectivelor.

✓ **Arhitectura Sustenabilă** - proiect menit să genereze agregarea tuturor resurselor informaționale din domeniu și să asigure vizibilitate specialiștilor, furnizorilor de materiale, echipamente și tehnologii și tuturor celor care pot contribui la identificarea unor soluții la provocările pe care le generează spațiul construit; obiectivul este să contribuim la o dezvoltare urbanistică sustenabilă, respectiv la creșterea calității vieții în spațiul construit.

✓ **Fundația SDG - Europejski Instytut Zrownowazonego Rozwoju** - participarea ca membru fondator la înființarea unei fundații dedicate dezvoltării durabile în Polonia, în parteneriat cu membri marcanți din societatea poloneză implicați în proiecte de dezvoltare durabilă, în scopul de a agrega resurse academice, din administrație și din mediul antreprenorial, în vederea asigurării unei contribuții pentru îndeplinirea țăintelor asociate obiectivelor de dezvoltare durabilă ale ONU în zona central și est-europeană.

Vom participa, în calitate de partener, la conferința internațională Self-government 6.0: social development, public services, modern finance, care va avea loc în iunie, în Polonia, unde vom asigura un panel românesc format din profesori universitari, cercetători, experți în administrație și oameni de afaceri. Acest parteneriat a apărut ca urmare a succesului conferinței Economics - Finance - Management găzduită tot de Polonia, în 2022, conferință la care ARDLD a



mult decât atât, sustenabilitatea nu trebuie privită ca obstacol, ci ca o mare oportunitate. Preocuparea de a “localiza” obiectivele globale de dezvoltare durabilă este astăzi o prioritate europeană și mondială. Acest fapt va genera o zonă de oportunitate care trebuie utilizată la nivel local în România prin dezvoltarea unor proiecte inovative ce pot aduce foarte multă valoare adăugată în societate.

Un rol esențial. La nivel de concept, dezvoltarea durabilă încearcă să găsească un cadru teoretic stabil pentru luarea deciziilor în orice situație în care se regăsește un raport de tipul om - mediu, fie că e vorba de mediul înconjurător, mediul economic sau mediul social.

Din punct de vedere practic - în ultimii ani - au fost elaborate instrumente care să permită evaluarea complexă a tuturor elementelor. A apărut astfel noul trend mondial ESG (environment, social, governance).

În cazul companiilor, sustenabilitatea nu mai este doar responsabilitatea unor departamente (de public affairs sau de guvernanță), ci a devenit o prioritate a top managementului, un element central al strategiei de business.

În zona publică, la nivelul administrației centrale și locale, sustenabilitatea va deveni cheia esențială de verificare a viabilității și bancabilității unui proiect.

Reporter: Cum vedeți evoluția viitoare a unei economii durabile?

Alina Bilan: Economia durabilă, economia viitorului este definită de un punct de plecare denumit PPP - people, planet, profit (prosperity). Asta înseamnă progres social, protecția mediului și a resurselor și o dezvoltare economică solidă bazată pe principiile sustenabilității. Este pentru prima dată în istoria omenirii când avem resurse de cunoaștere și resurse tehnologice capabile să furnizeze răspunsuri teoretice și practice la provocările generate de schimbările climatice, schimbarea paradigmei energetice, crize economice etc. Evoluția economiei va fi direct legată de evoluția generală a societății. Asistăm la o reconsiderare a modelelor economice, la schimbări

profunde de abordare și la acțiuni concrete de transformare pe direcția unei dezvoltări durabile a economiei. Asta înseamnă că a fost deja constituită o masă critică necesară pentru inițierea acestei schimbări. În economie, viitorul aparține celor care vor înțelege și vor acționa la timp.

”Peste 50% dintre conducătorii autorităților locale sau angajații implicați în proiectele de dezvoltare sunt puțin informați despre Agenda 2030”

Reporter: Cât de pregătite sunt autoritățile de la noi din punct de vedere al politicilor sustenabile? Considerați că economia circulară primește destulă atenție din partea autorităților noastre? Dacă nu, cum credeți că ar trebui să fie implicarea acestora?

Alina Bilan: Ne aflăm într-o etapă în care conștientizarea joacă un rol crucial. La nivel central există o preocupare reală catalizată de contextul internațional și de prioritățile europene în raport cu acest subiect. Provocarea este de a găsi formule eficiente de implementare la nivel local. Analizele efectuate de noi arată că peste 50% dintre conducătorii autorităților locale sau angajații implicați în proiectele de dezvoltare sunt puțin informați despre Agenda 2030. Strategia națională pentru dezvoltarea durabilă a României 2030 și țintele stabilite în acest document de politică publică sunt insuficient cunoscute la nivel local. Există disparități între comunitățile locale, în funcție de mărimea acestora și de tipul de organizare administrativ-teritorială: municipii, orașe și comune. Cu toate acestea, din ce în ce mai multe comunități locale și-au elaborat strategii de dezvoltare locală sau urbană, în special cele care au solicitat finanțare europeană, care cuprind planuri de măsuri ce contribuie la dezvoltarea durabilă în fun-

ctișe de specificul local.

Concluzia este că e nevoie de un efort concertat și o coordonare între instituțiile centrale și locale, și fiecare dintre noi avem un rol în acest proces.

Până recent a existat prea puțină preocupare în practică pentru economia circulară, însă odată cu modificările masive ale legislației în domeniul salubrității și a ordonanței privind regimul deșeurilor, autoritățile sunt obligate să organizeze colectarea selectivă pe fracții separate și să implementeze principiul ”plătește pentru cât arunci”.

Majoritatea proiectelor implementate de administrațiile locale în domeniul social, sănătate, educație, termoficare, apă și canal, eficiență energetică, regenerări urbane, infrastructură rutieră, mobilitate și transport sunt finanțate din fonduri europene. Fără aceste fonduri, aceste proiecte nu ar fi fost posibile”.

Există prea puține licitații în care se solicită factori verzi legați de economia circulară, deși modele de bună practică există. Având în vedere complexitatea problemelor cu care se confruntă comunitățile locale la acest moment, consider că numai o legislație cu prevederi obligatorii și o implementare atentă poate conduce la schimbări în ceea ce privește aplicarea economiei circulare de către autoritățile noastre. Din studiile noastre efectuate până acum a reieșit că prevederile care au doar caracter de recomandare nu se aplică întrucât nu au sancțiune.

Progrese s-au făcut doar în domeniile în care legislația de mediu a impus numite condiții și nu ca urmare a unei abordări strategice. Dar lucrurile se vor schimba întrucât cursa spre neutralitate climatică ne va obliga pe toți să nu mai putem ignora economia circulară.

Reporter: Care sunt cele mai mari provocări în implementarea obiectivelor de dezvoltare durabilă?

Alina Bilan: Este greu să realizezi un clasament. ONU le-a permis țărilor membre să-și adapteze stategiile la contextul național, res-

pectiv regional. Este o abordare firească pentru că nu poți să evaluezi corect decât în condițiile în care cunoașterea contextului este una reală. În România, obstacolele țin în primul rând de lipsa de internalizare la nivelul conștiinței publice a importanței sustenabilității, iar pe de altă parte de insuficiența fondurilor. Majoritatea proiectelor implementate de administrațiile locale în domeniul social, sănătate, educație, termoficare, apă și canal, eficiență energetică, regenerări urbane, infrastructură rutieră, mobilitate și transport, sunt finanțate din fonduri europene. Fără aceste fonduri, aceste proiecte nu ar fi fost posibile. Pe de altă parte, fiecare dintre noi trebuie să răspundă unor întrebări simple: cât de implicați suntem în efortul de îndeplinire a obiectivelor de dezvoltare durabilă, cum îi afectează pe ceilalți ceea ce facem sau nu facem, ce trebuie să facem pentru a-i ajuta pe ceilalți să înțeleagă și să-și îndeplinească obiectivele de sustenabilitate. În acest fel vom deveni parte a soluției și nu a problemei.

”Educația este o parte esențială a dezvoltării durabile”

Reporter: Cât de cunoscut este conceptul de sustenabilitate în rândul populației și care este deschiderea în acest sens?

Alina Bilan: Suntem pe drumul cel bun. Educația este o parte esențială a dezvoltării durabile. Nu pu-

tem să discutăm despre sustenabilitate fără o educație solidă în această direcție și fără o cultură socială cu respect față de valorile dezvoltării durabile. Am încredere în noua generație și în capacitatea noastră - ca țară - de a elabora instrumente eficiente pentru creșterea nivelului de conștientizare și de implicare în acțiuni concrete.

Reporter: Cât de educată este România față de alte țări europene în privința reciclării?

Alina Bilan: Este un proces în derulare. Depinde de cine ne raportăm. Sunt țări care au internalizat cultural reciclarea ca parte firească a unui comportament responsabil, cu respect față de mediu și față de cei din jur. România încă lucrează în direcția rezolvării unor probleme acute legate de managementul deșeurilor și asta face ca de multe ori reciclarea să nu fie tratată cu atenția cuvenită. Suntem europeni, astfel încât alinierea la norme se va face în mod firesc. Este esențial să subliniem mereu faptul că fiecare dintre noi, prin comportament responsabil, poate și trebuie să contribuie la efortul comun pentru sustenabilitate.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

torului public - principalul achizitor de bunuri, servicii și lucrări - la principiile sustenabilității, fapt care va genera alinierea tuturor furnizorilor la aceste principii, cu efecte benefice asupra producției și consumului responsabil. Anul acesta vom lansa a doua parte a studiului în ceea ce privește monitorizarea tuturor achizițiilor publice pentru autovehicule, produse de curățenie și hârtie efectuate între anii 2018 - 2022.

✓ **SDG România** - monitorizarea îndeplinirii la nivel local a Obiectivelor Globale de Dezvoltare Durabilă; obiectivul este de a identifica și promova exemplele de bună practică, de a găsi formule de

avut o participare solidă în calitate de reprezentant al României.

”Sustenabilitatea nu trebuie privită ca obstacol, ci ca o mare oportunitate”

Reporter: Ce înseamnă, în anul 2023, sustenabilitatea pe segmentul dezvoltării locale? Care considerați că este rolul dezvoltării durabile în contextul provocărilor ultimilor ani?

Alina Bilan: Subliniez faptul că sustenabilitatea nu mai este o opțiune. Este o obligație față de noi și față de generațiile viitoare. Mai