

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL



APOIOS:

ANZ
AEROPORTOS
DE PORTUGAL

VINCI
AIRPORTS

CONTINENTE

edp

L'ORÉAL
PORTUGAL

SIEMENS

Vila Galé
HOTÉIS



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

ANA VINCI AIRPORTS

DESCARBONIZAR O SECTOR DA AVIAÇÃO



Na ANA a área do Ambiente assumiu desde muito cedo um papel central, tendo ganho enorme relevo com a integração no grupo VINCI Airports. Totalmente empenhados em atingir a descarbonização dos seus aeroportos e em apoiar a descarbonização do sector da aviação, a VINCI Airports implementou um plano de acções que abrange toda a sua rede mundial. A ambição da VINCI Airports é atingir emissões Net Zero em 2030 nos aeroportos portugueses e nos seus aeroportos da União Europeia. Esta liderança ambiental tem sido materializada em Portugal com várias medidas de gestão implementadas diariamente pela ANA, como foco sobretudo na inovação, na responsabilidade e na pró-actividade.

A AMBIÇÃO DA VINCI AIRPORTS É ATINGIR EMISSÕES NET ZERO EM 2030 NOS AEROPORTOS PORTUGUESES E NOS SEUS AEROPORTOS DA UNIÃO EUROPEIA

«As iniciativas da VINCI Airports têm permitido acelerar o cumprimento dos nossos objectivos nos vários eixos estratégicos: os prémios de ambiente VINCI, a definição de Planos de Acção de Energia e Gestão de Carbono para cada um dos aeroportos, as acções de reflorestação, a sensibilização ambiental junto dos nossos parceiros, o desenvolvimento de projectos fotovoltaicos, e muito mais», afirma fonte oficial da empresa.

De facto, e especificamente na área de energia, a VINCI Airports tem apostado em projectos de eficiência energética nos aeroportos portugueses: iluminação LED, sistemas inteligentes de monitorização de consumos, optimização das temperaturas nos terminais, renovação da frota com veículos de baixas emissões. Recentemente, a VINCI Airports inaugurou a primeira estação fotovoltaica aeroportuária em Portugal, no



PLANOS

EM PORTUGAL, A ANA ESTÁ A ESTABELECEER PLANOS DE PARCERIA COM STAKEHOLDERS, QUE IRÃO DEFINIR ACÇÕES QUE CONDUZAM ESTAS ENTIDADES QUE OPERAM NAS SUAS INFRA-ESTRUTURAS, A CONSEGUIR REDUZIR AS SUAS EMISSÕES

ANA
AEROPORTOS
DE PORTUGAL

VINCI
AIRPORTS

aeroporto Gago Coutinho – Faro, o início do plano de desenvolvimento da VINCI Airports nesta área em Portugal, com vários projectos em curso nos restantes aeroportos.

Ao nível da redução das emissões de carbono, a VINCI Airports tem vindo a envolver os principais stakeholders da actividade aeroportuária. Em Portugal, a ANA está a estabelecer planos de parceria com stakeholders, que irão definir acções que conduzam estas entidades que operam nas suas infra-estruturas, a conseguir reduzir as suas emissões, individualmente ou em colaboração com a ANA. Todas estas iniciativas de descarbonização, o esforço das equipas e o forte compromisso e envolvimento de todos, permitiram a candidatura da ANA ao segundo nível mais elevado do Programa de Gestão Voluntária de Carbono da ACI, o Airport Carbon Accreditation, o nível 4, conseguido em Maio deste ano para nove aeroportos da ANA.

DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Os principais desafios passam pela procura e implementação de soluções cada vez mais sustentáveis, sem colocar em causa a manutenção do elevado nível de qualidade de serviço dos seus aeroportos. «As nossas oportunidades estão directamente ligadas ao desenvolvimento tecnológico, já que a melhoria ambiental une inovação e ambiente. Um exemplo desta nossa convicção é o nosso empenho em projectos como a aposta na utilização dos sustainable aviation fuels e do hidrogénio na aviação. É importante salientar

que a actividade aeroportuária envolve muitas empresas e entidades, pelo que, a transformação e o desenvolvimento de medidas na área ambiental têm sempre de ocorrer em ligação com todos os stakeholders, incluindo as comunidades envolventes aos aeroportos, um desafio premente nesta indústria, até porque, com a integração da ANA na rede de aeroportos VINCI, os desafios são acrescidos enquanto player de relevo internacional», acrescenta.

Em 2021, a VINCI Airports definiu novos objectivos estratégicos de ambiente, divididos em três grandes áreas: energia e alterações climáticas; economia circular e gestão de resíduos; água e ambiente natural. Para cada uma destas áreas, foram definidos planos de acção, com metas e objectivos específicos para cada aeroporto. Neste último ano, várias iniciativas permitiram acelerar o cumprimento dos objectivos nos vários eixos estratégicos.

Para além de algumas iniciativas já referidas, a conclusão de auditorias hídricas levou à definição de medidas específicas, de curto e longo prazo, para redução dos consumos de água e aumento da eficiência hídrica nos aeroportos da ANA. Projectos inovadores como o da rega preditiva nos espaços verdes exteriores do aeroporto de Lisboa provaram a sua eficácia e serão alargados a Faro, Porto e Madeira. Outro caso de sucesso foi a instalação no aeroporto do Porto, de pontos de recolha de água das garrafas retidas no rastreio de segurança que é depois aproveitada



EM 2021, A VINCI AIRPORTS DEFINIU NOVOS OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS DE AMBIENTE, DIVIDIDOS EM TRÊS GRANDES ÁREAS: ENERGIA E ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS; ECONOMIA CIRCULAR E GESTÃO DE RESÍDUOS; ÁGUA E AMBIENTE NATURAL

para rega e lavagens, sistema agora replicado nos aeroportos de Ponta Delgada, Faro e Madeira.

«A identificação e implementação de medidas que permitam suportar o objectivo de zero resíduos para aterro tem sido um trabalho central, que complementamos com sessões de sensibilização, internas e externas, pelo reforço da comunicação, pela implementação de estações de triagem, entre outros. Para a protecção e promoção da biodiversidade, em linha com a adesão à iniciativa ACT4Nature, temos promovido projectos de reflorestação nas áreas de influência dos nossos aeroportos, como Porto Santo, Tavira e Gouveia, em conjunto com parceiros estratégicos. De igual forma, mantemos o nosso apoio, aos Centros de Recuperação de Vida Selvagem CERVAS (em Gouveia) e RIAS (em Olhão)», sublinha fonte oficial da empresa.

O Manifesto Empresas pela Sustentabilidade, lançado em 2020, é uma iniciativa do BCSD Portugal que pretende consciencializar as empresas para a importância da



temática da Sustentabilidade. De destacar ainda a assinatura da ANA – Aeroportos de Portugal, SA, no Compromisso Lisboa Capital Verde 2020 – Acção Climática Lisboa 2030, aderindo também ao Pacto de Mobilidade Empresarial para a cidade de Lisboa.

ESTRATÉGIA

As iniciativas de descarbonização implicam seguramente ajustes nos negócios da empresa, contudo, uma vez que são integradas num contexto mais abrangente, que foca a sustentabilidade como um todo. «Nós,

na ANA|VINCI Airports, estamos comprometidos em fazer a nossa parte, tornando o objectivo de promoção da sustentabilidade intrínseca à estratégia do negócio, de modo a ser compreendida e experienciada em toda a empresa», refere.

A mesma fonte destaca o empenho da empresa na implementação de medidas de descarbonização, mas também na promoção da sustentabilidade em geral, uma vez que, ao sintonizar e direccionar as acções da empresa para a sustentabilidade, tendo sempre em linha de conta o longo prazo, abre-se uma



A ANA|VINCI AIRPORTS TEM VINDO A APOSTAR NA INOVAÇÃO COLECTIVA VISANDO ENCONTRAR RESPOSTAS PARA A MAIOR SUSTENTABILIDADE DA SUA ACTIVIDADE

porta estratégica: criar valor partilhado através da criação de acções que optimizem os processos da empresa, mas que, em simultâneo, desenvolvam a sociedade circundante e os stakeholders. «De facto, estamos conscientes de que o nosso papel vai muito além da responsabilidade directa dos nossos impactos, enquanto gestor aeroportuário», lembra.

Encarando o papel de um “promotor”, que deve ser capaz de trabalhar e incentivar a comunidade aeroportuária para um melhor desempenho colectivo (onde se inclui também o desempenho de Desenvolvimento Sustentável), a visão da empresa para o sector aeroportuário em Portugal é ligar e posicionar Portugal como um destino de qualidade, para turismo e negócios, promovendo o desenvolvimento nacional e local de forma sustentável. «Nesse sentido, assumimos que a nossa missão é promover uma gestão aeroportuária de excelência, gerindo de forma eficiente as infra-estruturas aeroportuárias, ligando Portugal ao mundo de forma cada vez mais sustentável, o que inclui a descarbonização do sector», explica fonte oficial.

INICIATIVAS E SUSTENTABILIDADE

Os clientes, sejam passageiros, companhias aéreas ou concessionários, têm cada vez mais preocupações ambientais. Aliás, hoje já é possível viajar de avião de forma mais sustentável: aeronaves mais modernas e o uso de combustíveis como o SAF (Sustainable Aviation Fuel), estão entre as soluções que a VINCI Airports está a implemen-

ESTRATÉGIA

A ANA|VINCI Airports, apresenta e prossegue actualmente uma ambiciosa estratégia de futuro. A definição de metas de curto, médio e longo prazo estimulam a melhoria contínua do desempenho ambiental da empresa e garantem o crescimento empresarial responsável, atento à preservação do ecossistema. O Sistema de Gestão Integrado (SGI) que a ANA detém, define, para além de outras áreas, os eixos prioritários de actuação na vertente ambiental, sustentados pela Política de Ambiente da empresa. O SGI encontra-se certificado de acordo com a Norma ISO 14001 desde 2008. A operação da ANA está alinhada com a estratégia ambiental aplicável a toda a rede de 53 aeroportos da VINCI Airports, no qual se definem as três grandes áreas de actuação: Energia e Alterações Climáticas, Economia Circular e Gestão de Resíduos e Água e Ambiente Natural. Associadas a cada uma destas áreas, encontram-se definidos objectivos e metas para 2030, designadamente:

- Reduzir a pegada de carbono em 50% (âmbitos 1 e 2) face a valores de 2018 (valores absolutos);
- Melhorar os níveis de acreditação no Airport Carbon Accreditation: nível 4/4+;
- Zero resíduos directos enviados para aterro;
- Reduzir para metade os consumos de água, atingindo a média global de 10,7 L/pax;
- Manter certificação ISO 14001 de todos os aeroportos;
- Promover a biodiversidade enquanto é controlado o risco de acidente com aeronaves.
- Alcançar o Net Zero até 2030.



APOIO

A ANA TEM APOIADO COMPANHIAS AÉREAS QUE JÁ UTILIZAM SAF NOS SEUS VOOS PARA PORTUGAL, COMO A AIR FRANCE, KLM E TAP AIR PORTUGAL, AJUDANDO-AS A PROMOVER ESTAS INICIATIVAS

ANA
AEROPORTOS
DE PORTUGAL



tar e que trará um impacto positivo imediato.

Em Portugal, a ANA tem apoiado companhias aéreas que já utilizam SAF nos seus voos para Portugal, como a Air France, KLM e TAP Air Portugal, ajudando-as a promover estas iniciativas, acrescentando inovação e novos procedimentos que reduzem a pegada de carbono dos nossos aeroportos.

No ano passado, o Aeroporto de Lisboa implementou um novo sistema de monitorização da pegada de carbono para cada voo de chegada e partida. O programa informático cruza dados dos sistemas operacionais, calculando a pegada de carbono de cada voo, o que fornecerá informações relevantes para a gestão do aeroporto e às companhias aéreas e intervenientes operacionais, criando oportunidade de identificar e promover medidas de redução. Esta nova iniciativa, desenvolvida internamente por colegas da ANA foi reconhe-

cida internacionalmente nos prémios VINCI para o Ambiente.

A ANA|VINCI Airports tem vindo a investir na promoção de novos estudos com várias empresas do sector dos transportes e tecnologia no que respeita à utilização de hidrogénio nas frotas e equipamentos. Este ano, a ANA propôs uma modulação de taxas em todos os aeroportos para promover a utilização de aeronaves menos ruidosas, seguindo a metodologia mais recente utilizada em vários aeroportos internacionais. Este sistema de modulação ecológica, com taxas que são neutras para as receitas da ANA, fará com que as companhias aéreas com frotas ambientalmente mais eficientes paguem menos do que as companhias aéreas com aeronaves mais ruidosas, apoiando a transição das companhias aéreas para investir em aeronaves modernas.

Um dos principais desafios no âmbito da Sustentabilidade, centra-se nas alterações climáticas e seus

>> No ano passado, o Aeroporto de Lisboa implementou um novo sistema de monitorização da pegada de carbono para cada voo de chegada e partida

efeitos. «Os desafios de mostrar o nosso empenho colectivo para a obtenção de resultados efectivos sobre os impactos ambientais das nossas infra-estruturas, em particular no que diz respeito à redução da pegada de carbono são elevados, mas estamos a trabalhar para que, em conjunto com os nossos parceiros, seja possível alcançar a descarbonização do sector da aviação», salienta fonte oficial.

Garantir um serviço de qualidade, com um consumo mínimo de recursos possíveis e apostando no seu uso criterioso, garantindo a criação de valor partilhado com os stakeholders é uma meta e um constante desafio da empresa. Contudo, os desafios não se centram apenas no domínio ambiental, mas também em gerar valor para todos os stakeholders, a começar pelos trabalhadores. Uma boa estratégia só é eficaz se as pessoas responsáveis pela sua implementação estiverem totalmente envolvidas na transformação, os verdadeiros agentes de mudança.

«De igual forma, a sustentabilidade é uma área em que a ligação à inovação e à produção de conhecimento podem gerar transformações mais disruptivas e mais capazes de nos permitirem concretizar os objectivos do desenvolvimento sustentável. Na ANA|VINCI Airports temos igualmente vindo a apostar na inovação colectiva visando encontrar respostas diferenciadoras para a maior sustentabilidade da nossa actividade, sendo um desafio que queremos continuar a endereçar no futuro próximo», conclui fonte oficial da empresa. ●



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

CONTINENTE

DAR RESPOSTA À EMERGÊNCIA CLIMÁTICA

COMO FORMA DE ATINGIR O OBJECTIVO PROPOSTO, A MC DESENVOLVEU O “ROADMAP 2030” QUE TEM GUIADO A EMPRESA NOS ESFORÇOS E INVESTIMENTOS A REALIZAR

A

MC trabalha com a ambição de democratizar o acesso a uma cesta saudável e sustentável. Esta ambição representa um enorme estímulo para as equipas pelos desafios que estão subjacentes ao desenvolvimento de uma oferta alargada, de elevada qualidade, a preços competitivos e com menor pegada ambiental.

Ir ao encontro desta ambição pressupõe desafiar o status quo, inovar e assumir um papel activo na transformação do sistema alimentar, uma mudança essencial para que se possa cumprir a agenda do desenvolvimento sustentável.

Nesse sentido, a MC tem a ambição de assegurar a descarbonização das operações até 2040, sendo que complementarmente assumiu o objectivo de reduzir até 2030 as emissões próprias de Gases com Efeito de Estufa (GEE) em 55%, face a 2018. Como forma de atingir o objectivo proposto, a MC desenvolveu o “Roadmap 2030” que tem guiado a empresa nos esforços e investimentos a realizar.

«Este é um instrumento que revisitamos e desafiámos todos os anos de forma a acelerarmos a





DESCARBONIZAÇÃO

A MC TEM A AMBICÃO DE ASSEGURAR A DESCARBONIZAÇÃO DAS OPERAÇÕES ATÉ 2040, E ASSUMIU O OBJECTIVO DE REDUZIR ATÉ 2030 AS EMISSÕES PRÓPRIAS DE GASES COM EFEITO DE ESTUFA EM 55%, FACE A 2018

CONTINENTE

nossa acção e integrarmos o mais recente conhecimento e desenvolvimento tecnológico. Desta forma pretendemos mitigar os riscos das alterações climáticas e capturar as oportunidades associadas à integração desta agenda nos nossos negócios. Acreditamos que podemos ter um papel relevante na resposta à emergência climática, contribuindo para limitar o aumento da temperatura média em 1,5°C, através da descarbonização da nossa actividade», explica Mariana Pereira da Silva, directora de Sustentabilidade da MC.

ROADMAP 2030

A MC, tendo assumido o objectivo de reduzir as suas emissões próprias de GEE, desenvolveu o “Roadmap 2030” que assenta em quatro grandes áreas de actuação: (i) a implementação de medidas de ecoeficiência com o objectivo de reduzir os seus consumos de energia; (ii) a electrificação dos consumos, com particular foco no last mile e viaturas de serviço e função; (iii) o programa de alteração das centrais de frio; (iv) e o investimento na produção e aquisição de energia produzida a partir de fontes renováveis.

«De forma mais específica, o Continente manteve, no último ano, os esforços de promoção da eficiência e flexibilidade do consumo energético, investindo na instalação de equipamentos e sistemas com melhor desempenho – ao nível do frio, climatização e iluminação das lojas – criando condições para uma monitorização e gestão dos consumos mais efectiva e desen-

volvendo procedimentos que nos possibilitaram potenciar os investimentos realizados», acrescenta Mariana Pereira da Silva.

Complementarmente, a insígnia tem vindo a investir na sua capacidade de produção de energia renovável. Encerrou o ano de 2021 com 214 centrais instaladas e em funcionamento, o que representa um crescimento de 25 novas centrais, e um parque fotovoltaico com uma potência instalada de cerca de 26,9 MWp. Estabeleceu, igualmente, através da Elergone Energia, um acordo de compra (PPA offsite) a longo-prazo, de cerca de 100 gigawatts-hora (GWh) anuais de energia renovável com a Shell Energy Europe Limited. Um marco relevante que, por si só, assegurará que cerca de 20% do consumo de electricidade provém de origem renovável.

«Em relação ao transporte de mercadorias, a estratégia do Continente passa essencialmente pela maior eficiência das rotas, cargas e viaturas, bem como pela transição



» A MC acredita que pode ter um papel relevante na resposta à emergência climática, contribuindo para limitar o aumento da temperatura média em 1,5°C, através da descarbonização da actividade

para tecnologias alternativas. A gestão cada vez mais eficiente das rotas, incluindo consolidações de cargas e um melhor aproveitamento da logística inversa, já tem impactos muito positivos na redução da pegada carbónica dos transportes de mercadorias», sublinha.

Ao nível das viaturas, o Continente tem acompanhado a evolução da tecnologia, prevendo-se uma crescente electrificação da frota de viaturas ligeiras para os circui-

PILAR ESTRATÉGICO

A sustentabilidade é um pilar estratégico na MC, sendo partilhado e endereçado de forma transversal, permitindo ser suportado pelo negócio e operações, através da reflexão e definição de targets específicos, linhas de acção e roadmaps. Tendo em conta a realidade do negócio da MC, os planos de acção são implementados de forma descentralizada, o que possibilita a agilidade e cada vez mais chegar a um maior número de pessoas e equipas. Paralelamente, existe o importante trabalho de envolvimento dos colaboradores da MC quer pela integração dos temas da sustentabilidade nos diferentes canais e plataformas de comunicação interna, quer pela incorporação nos planos de formação, como o onboarding de novos colaboradores, e ainda pela adaptação dos procedimentos e referenciais internos.



INVESTIMENTO

A promoção da ecoeficiência das operações é um esforço e investimento que a empresa tem vindo a realizar desde sempre. Por essa razão, aquando da abertura ou renovação de uma nova loja, a MC assegura desde logo as melhores práticas ambientais e os equipamentos mais eficientes. Destaque para o financiamento do Banco Europeu de Investimento, que se destina a apoiar os esforços de redução da pegada ambiental da MC, em particular no que se refere à eficiência energética das lojas e promoção da utilização de energias renováveis.



tos mais curtos. O alargamento da rede “Continente Plug & Charge”, com a instalação de mais postos de carregamento para viaturas eléctricas nas lojas Continente, permite não só que os clientes viajem de e para as lojas com veículos eléctricos, mas também a electrificação dos consumos no last mile e nas viaturas de serviço e função.

COMPROMISSO

A MC reforça o compromisso público como um agente activo na consciencialização e mobilização dos portugueses, informando, sensibilizando e promovendo comportamentos de cidadania ambiental, que assegurem o futuro colectivo. Paralelamente, estão a encetar esforços para promover uma cadeia de abastecimento mais transparente e responsável, incentivando à transição para um modo de produção mais regenera-

tivo e resiliente, com um impacto positivo no clima e na natureza, respeitando os limites do planeta.

No âmbito das alterações climáticas, a MC tem como objectivo atingir a neutralidade carbónica das suas operações até 2040 e, até 2030, reduzir as emissões em 55% face a 2018. No que diz respeito a recursos e circularidade, os compromissos assumidos pelo Continente são os de ter embalagens 100% recicláveis, reutilizáveis ou compostáveis, até 2025, nos produtos de marca própria, antecipando desta forma a ambição definida pela União Europeia para 2030, e incorporar 30% de plástico reciclado nos produtos de marca própria.

«Reconhecendo o papel que as florestas desempenham no combate às alterações climáticas e na preservação da biodiversidade, assumimos o compromisso Zero Desflorestação, que visa garantir o sour-

cing sustentável das matérias-primas que mais têm impulsionado o ritmo acelerado da desflorestação e que estão presentes nas nossas cadeias de abastecimento e produtos como o óleo de palma, a madeira ou a soja», afirma Mariana Pereira da Silva.

O Continente procura sempre que possível conciliar as medidas previstas na estratégia de descarbonização com o plano de remodelações das suas lojas e, por outro lado, integrá-las desde logo na concepção e construção das novas lojas. A insígnia apresenta ainda um conjunto de projectos que têm trazido diversas iniciativas inovadoras às lojas. A título de exemplo, para fomentar a mobilidade eléctrica, lançaram em 2020 o serviço de carregamento de veículos eléctricos “Continente Plug & Charge”, permitindo que os clientes possam carregar os seus

» Para fomentar a mobilidade eléctrica, a MC lançou em 2020 o serviço de carregamento de veículos eléctricos “Continente Plug & Charge”, permitindo aos clientes carregar os seus veículos de forma simples enquanto fazem compras



EMBALAGENS

NO QUE DIZ RESPEITO A RECURSOS E CIRCULARIDADE, OS COMPROMISSOS ASSUMIDOS PELO CONTINENTE SÃO OS DE TER EMBALAGENS 100% RECICLÁVEIS, REUTILIZÁVEIS OU COMPOSTÁVEIS, ATÉ 2025, NOS PRODUTOS DE MARCA PRÓPRIA

CONTINENTE

veículos de forma ágil e simples enquanto fazem compras.

«No âmbito da promoção da circularidade, de forma a potenciar a recolha e a reintegração de materiais no final do seu ciclo de vida, para reutilização ou reciclagem, temos vindo a alargar o âmbito dos materiais que recolhemos e a intervir de forma a melhorar os espaços existentes em loja. Em 2022 desenhámos e testámos o conceito do Eco Spot, um novo espaço para os clientes entregarem os seus resíduos (pilhas, lâmpadas, óleos alimentares, cápsulas de café, ro-lhas, roupa, plástico e cartão, entre outros)», lembra a responsável.

CONSUMIDOR

O consumidor é cada vez mais exigente, não só com a qualidade ou o preço dos produtos, mas com a actuação das empresas como um todo. «Não só temos sempre reações muito positivas às campanhas que lançamos relacionadas com o tema, como temos sempre participações dos nossos clientes nas iniciativas – desde as acções da Missão Continente no âmbito da responsabilidade social, até à adesão ao festival Bom Para Portugal, por exemplo, que teve um palco 100% dedicado a conteúdos de sustentabilidade», explica Mariana Pereira da Silva.

Além disso, os clientes Continente são clientes que se sentem ligados à marca, por isso recebem muito feedback via redes sociais, linha de apoio ao cliente e outros pontos de contacto, em que não só são felicitados pelas iniciativas, como se demonstram interessados



» A MC tem sempre reações muito positivas às campanhas que lançamos e têm sempre participações dos clientes nas iniciativas – como é o caso das acções da Missão Continente no âmbito da responsabilidade social

em participar e dar sugestões de como acham que é possível melhorar vários aspectos de actuação. «Somos totalmente a favor desse espírito colaborativo – a comunicação que fazemos é precisamente para o promover», destaca.

Neste seguimento, no final de 2021 foi lançada a iniciativa “Fora da Caixa”, disponível na plataforma Plástico Responsável Continente, para que os consumidores sugerissem melhorias para as embalagens dos produtos de marca própria do Continente. Receberam mais de 730 ideias. Além disso, a plataforma possibilita a interacção entre os utilizadores, há debates que surgem de forma totalmente es-

pontânea entre os participantes sobre as sugestões propostas, o que é mais um sinal do interesse no tema e da vontade de contribuir com soluções reais para um mundo mais sustentável.

INICIATIVAS

O Continente participa de forma activa em iniciativas que promovam o desenvolvimento sustentável. Destaque para a participação da marca num conjunto de projectos-piloto de preparação para o futuro Sistema de Depósito e Reembolso (SDR) de embalagens de bebidas, a implementar em Portugal. Através deste sistema é possível assegurar a reciclagem de plástico de elevada qualidade e assegurar a sua reintrodução no sistema, maximizando a circularidade dos materiais. As 25 máquinas instaladas nas lojas Continente permitiram recolher mais de 12,4 milhões de embalagens de plástico.

Outra iniciativa a destacar, que contou com a participação do Continente, foi o projecto LIFEFood Cycle. Este projecto foi lançado em 2020 pela MC, em consórcio com a Phenix e apoiado pelo programa LIFE da União Europeia. «Traduz-se numa plataforma digital da MC que permitirá às lojas Continente dar uma nova vida aos seus produtos alimentares em risco de quebra, tanto através de doações solidárias (digitalizando um processo manual já existente há largos anos), mas também através da venda B2B a novos parceiros (por exemplo restaurantes), que se prevê ocorrer a preços mais baixos», conclui Mariana Pereira da Silva. ●



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

EDP

DESCARBONIZAR DE MÃOS DADAS COM O NEGÓCIO

A ESTRATÉGIA DE DESCARBONIZAÇÃO DA EDP ASSENTA NO COMPROMISSO DE SER TOTALMENTE VERDE ATÉ 2030 E ATINGIR A NEUTRALIDADE CARBÓNICA EM TODA A CADEIA DE VALOR ATÉ 2040

Há vários anos que nos deparamos com um mercado energético cada vez mais volátil e a resiliência do sector renovável veio provar que a mudança de paradigma na energia é já uma realidade. Nesse sentido, é crítico que se faça uma transição energética apoiada nas energias renováveis, atualmente a mais barata fonte

de energia. Uma das áreas em claro crescimento é a eólica offshore: recentemente, através da Ocean Winds (joint venture entre a EDP Renováveis e a francesa Engie) asseguraram-se os direitos para o desenvolvimento de dois parques eólicos offshore na Escócia com uma capacidade total instalada de 2,3 gigawatts (GW).

«Outro caminho é o da energia solar e, recentemente, investimos 250 milhões na aquisição de 70% da empresa alemã Kronos, que desenvolve projectos fotovoltaicos, numa altura em que este país enfrenta um grave problema de segurança do abastecimento e de dependência dos combustíveis fósseis. Por isso, está determinado em instalar 155 GW de capacidade solar, representando perto de 40% das adições desta tecnologia na União Europeia», explica fonte oficial da empresa.

Finalmente, o tema emergente do hidrogénio como alternativa energética está a ganhar terreno: a EDP foi uma das 29 empresas seleccionadas pela Comissão Europeia no âmbito do IPCEI Hy2Use, que pretende apoiar projectos considerados estratégicos para o desenvolvimento do hidrogénio re-

novável. Entre as 29 empresas seleccionadas, a EDP destacou-se com o maior número de projectos, os três em Espanha: nas centrais térmicas de Aboño (Astúrias), de Los Barrios (Cádiz) e em Teruel (Aragão), através do projecto IAM Caecius. Estes projectos visam testar e promover a produção de hidrogénio





RENOVÁVEIS

A GRANDE APOSTA DO NEGÓCIO ASSENTA NA CONTINUIDADE DAS RENOVÁVEIS: NA PRIMEIRA METADE DE 2022, 75% DA ENERGIA GERADA VEIO DAS RENOVÁVEIS. A DESCARBONIZAÇÃO TRAZ IGUALMENTE UMA DEMOCRATIZAÇÃO NA GERAÇÃO DE ENERGIA



verde, envolvendo uma capacidade total de 225 MW em eletrolisadores. A partir do momento em que a própria União Europeia e os decisores políticos criam programas como o Pacto Ecológico Europeu suportados pela Lei Europeia do Clima, o caminho seguro é o da transição energética sustentado por estas fontes.

A TRANSIÇÃO ENERGÉTICA IMPLICA INVESTIMENTOS E COMPROMISSOS DE LONGO PRAZO, DAS EMPRESAS CONSUMIDORAS E DAS COMPANHIAS QUE PRODUZEM AS TECNOLOGIAS E ENERGIAS RENOVÁVEIS

O cenário da IEA's Net Zero prevê que dois terços da energia em 2050 terão de vir de fontes de energia renovável, contra os actuais 12%, ao passo que os combustíveis fósseis têm de diminuir de cerca de 78% para perto de 23% – ou seja, tem de haver uma mudança urgente de paradigma. Recuperando os objectivos do Acordo de Paris com a “manutenção do aumento da temperatura média global a níveis bem abaixo dos 2°C acima dos níveis pré-industriais e prossecução de esforços para limitar o aumento da temperatura a 1,5°C acima dos níveis pré-industriais”, percebe-se que, para atingir estes objectivos, é necessário incrementar aproximadamente cinco vezes a taxa actual de descarbonização da economia mundial. Um dos grandes desafios é o de alcançar a neutralidade carbónica que exigirá a combinação de diferentes vectores e tecnologias energéticas

e a mudança de comportamento das empresas e dos consumidores. «O grande desafio na redução das emissões está no scope 3 e, nesse sentido, temos de explorar as oportunidades no compromisso com Net-Zero Standard alinhado com a ciência (SBTi) com ênfase particular neste scope. Esta redução numa economia em actividade é possível se se mobilizarem fornecedores e stakeholders, todos alinhados com os mesmos objectivos, numa relação de transparência», acrescenta a mesma fonte oficial.

ESTRATÉGIA

A estratégia de descarbonização da EDP assenta no compromisso de ser totalmente verde até 2030 e atingir a neutralidade carbónica em toda a cadeia de valor até 2040 e descarbonizar para um impacto positivo no clima. «Para isso, temos de capacitar a comunidade e reconstruir o nosso planeta em colaboração com os nossos parceiros, movidos por uma cultura sólida de ESG para a criação de valor a longo prazo. Capacitar as nossas comunidades significa ter um papel activo na transição energética para gerar impactos positivos e duradouros não deixando ninguém para trás e assegurar uma criação positiva de empregos (directos, indirectos). Vamos dar prioridade ao emprego local, à requalificação e à inovação para apoiar a transição para uma economia de baixo carbono. Queremos proteger o nosso planeta, com a ambição de atingir um impacto positivo na natureza até 2025, através da promoção da regeneração dos ecossistemas



como reflorestar sempre que possível; alavancando sinergias no uso do solo; e soluções baseadas na natureza para melhor abordar a protecção da biodiversidade», sublinha fonte oficial.

A grande aposta do negócio assenta na continuidade das renováveis: na primeira metade de 2022, 75% da energia gerada veio das renováveis. A descarbonização traz igualmente uma democratização na geração de energia e, nesse sentido, a capacidade instalada do solar distribuído passou de 152 MW para 498 MW entre 2021 e 2022. «Esta oferta estende-se igualmente na forma como olhamos para a mobilidade eléctrica onde, na primeira metade deste ano, 54% dos nossos clientes já tinham acesso a soluções de mobilidade eléctrica. Na prática, a estratégia do grupo

EDP tem uma forte componente de descarbonização associada ao core da empresa – isto significa que está alinhada com o negócio e não é uma mera alavanca que reformula o negócio por si, ambos andam de mãos dadas», refere.

A EDP está continuamente a trabalhar para atingir realisticamente os objectivos a que se compromete, com a meta de eliminação do carvão até 2025 e ser 100% verdes até 2030. Um dos temas que está na ordem do dia e que vai ser amplamente discutido no final deste ano na COP27 é a Biodiversidade e, nesse aspecto, a empresa está a contribuir activamente para a preservação do Ambiente e dos Recursos Naturais e para o Desenvolvimento Sustentável das Sociedades. Isso materializa-se na mitigação dos impactos ambientais, parte integrante da Política de Ambiente da EDP, que é assegurada por sistemas de gestão ambiental certificados de acordo com a ISO 14001:2015, alinhados num Sistema de Gestão Ambiental Corporativo (SIGAC). Outra das apostas emergentes é a Economia Circular que já representa uma oportunidade de desenvolvimento de novos negócios e para a qual se desenvolveu uma estratégia do grupo EDP. Integram metas como acelerar a circularidade nas energias renováveis (80% até 2025, sendo que em 2021 já estávamos a 77%); reduzir o desperdício (-85% até 2025 – no ano passado estavam já em -81%) e reduzir o consumo de água em até -78% até 2025 (em 2021 os indicadores apresentavam -70%). A questão dos plásticos de uso único

PARTICIPAÇÃO

A EDP tem um longo histórico de participação nas principais organizações internacionais como a UN Global Compact, WBCSD e Eurelectric, das quais é membro. O papel não se limita à presença em eventos, mas também na participação activa em diferentes grupos de trabalho nas mais variadas áreas do sector energético, desde o Clima às Finanças Sustentáveis. A empresa é igualmente chamada para trabalhar em position papers e a subscrever cartas abertas aos decisores políticos para chegar aos stakeholders que podem alterar concretamente os obstáculos para a transição energética. «Todos os anos temos uma agenda internacional preenchida que vamos acompanhando, tanto como observadores para analisar de que forma as conclusões de um evento importante podem impactar o negócio (como a World Economic Forum), como participantes activos, seja em mesas redondas na recente Climate Week NYC, seja como oradores em eventos fulcrais como a Reuters: Global Energy Transition ou a UN Ocean Conference. Este último foi particularmente importante não só para o caminho para a COP27, como para o grupo EDP pela subscrição dos nove princípios de sustentabilidade pela conservação dos oceanos», diz fonte oficial da empresa.



HIDROGÉNIO

A EDP FOI UMA DAS 29 EMPRESAS SELECIONADAS PELA COMISSÃO EUROPEIA NO ÂMBITO DO IPCEI HY2USE, QUE PRETENDE APOIAR PROJECTOS CONSIDERADOS ESTRATÉGICOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO HIDROGÉNIO RENOVÁVEL



também tem sido uma das prioridades da EDP e o objectivo, já para 2022, é a eliminação de 100% dos plásticos de utilização única em Portugal.

COMPROMISSOS

Em relação à Biodiversidade, uma das áreas em que a EDP está a trabalhar, desde 2020 que existe um compromisso com a iniciativa act4nature Portugal, com objectivo de proteger, promover e restaurar a biodiversidade. A EDP, que integra o Steering Committee e o Advisory Board da iniciativa, subscreveu os 10 compromissos comuns a todas as empresas aquando da sua adesão inicial em 2019, tendo reforçado a sua ambição ao comprometer-se adicionalmente com a implementação de mais 12 compromissos individuais. «Destes, temos como objectivo até 2022 a elaboração de um guia interno No Net Loss de biodiversidade para todo o grupo EDP, alinhado precisamente com os nossos compromissos de assegurar que todos os novos projectos com impactos ambientais significativos são No Net Loss em 2030 e não construir activos de geração em Natural World's Heritage Sites. Para 2023, temos mapeados os objectivos de operacionalizar um programa de formação No Net Loss, bem como avaliar e valorizar as externalidades ambientais do grupo EDP», refere fonte oficial.

A transição energética implica normalmente investimentos e compromissos de longo prazo, tanto das empresas consumidoras como das companhias que produzem as



» A EDP quer proteger o nosso planeta, com a ambição de atingir um impacto positivo na natureza até 2025

tecnologias e energias renováveis. A empresa tem investido num portefólio de serviços para cobrir todos os segmentos, muito centrado na energia solar e armazenamento de energia. A EDP Comercial, por exemplo, disponibiliza a modalidade “Solar as a Service”. A produção de energia solar pela empresa e para o seu consumo é, através deste produto, um serviço e isto significa que o investimento inicial (que para muitas pequenas e médias empresas pode ser pesado) é feito pela EDP Comercial, com a garantia de poupanças na ordem dos 25% na factura energética para o cliente. O

projecto de dimensionamento dos painéis, a sua instalação, reparação ou substituição e manutenção ficam a cargo da EDP. O cliente paga uma mensalidade em troca deste serviço, com a garantia de produção energética ao longo do contrato.

Outro programa de referência no apoio às empresas é o Efficiency, este identifica medidas de redução do consumo energético, incluindo solar descentralizado, promovendo a sua implementação e custeio através das poupanças geradas. Desde o seu lançamento ibérico, o programa conduziu a uma poupança acumulada de mais de 600 GWh, correspondendo a uma redução de aproximadamente 170 mil toneladas de CO₂.

O alinhamento constante é promovido através dos meios e programas de diálogo internos como reuniões com o CEO, comunidades digitais de partilha de conhecimento ESG, conferências, participação em organizações internacionais, entre outros. «Ou seja, existe uma dinâmica de debate, de actualização e reflexão. Já os objectivos e metas de sustentabilidade são traduzidos em objectivos (KPI) que se aplicam às administrações, às unidades de negócio e colaboradores. Estes objectivos e metas de sustentabilidade são públicos e traduzem os compromissos de sustentabilidade da EDP. O grupo orienta igualmente a implementação da sustentabilidade através de políticas e regulamentos, definindo responsabilidades e criando comissões que estão responsáveis por essa mesma implementação», conclui fonte oficial da empresa. ●



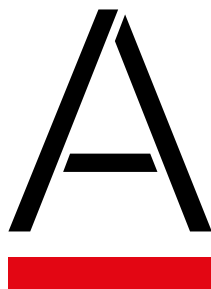
ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

L'ORÉAL

PAPEL ACTIVO NA RECUPERAÇÃO DO PLANETA

A L'ORÉAL QUER IR PARA ALÉM DA MITIGAÇÃO DOS PREJUÍZOS AMBIENTAIS, COM UMA CONTRIBUIÇÃO REAL PARA RECUPERAR O PLANETA



L'Oréal estabeleceu o objectivo de ter um papel activo na redução da pegada ecológica e, em 2020, lançou o “L'Oréal for the Future”, o programa que define os compromissos de sustentabilidade do Grupo até 2030. Um programa onde aborda os diferentes aspectos do impacto ambiental, mas

também social, procurando contribuir para a resolução das principais questões que o mundo enfrenta. «No caso particular da pegada ecológica e para incrementar o nosso processo de transformação interna e assegurar que nossa actividade é compatível com um planeta de recursos limitados, definimos objectivos para a nossa utilização dos recursos naturais – clima, água, biodiversidade – de acordo com o que ditam os especialistas científicos e as necessidades do nosso planeta», afirma Gonçalo Nascimento, country coordinator da L'Oréal em Portugal.

Assim, no âmbito das emissões de carbono o objectivo global para 2030 é alinhar a emissão de gases de efeito estufa com o cenário de +1,5°C e, por cada produto final, reduzir 50% das emissões de gases de efeito de estufa. Para atingir este objectivo, a L'Oréal definiu objectivos numéricos para cada categoria

da sua actividade, de forma a incluir não só as instalações de produção e distribuição, como também a cadeia de fornecimento de matérias-primas e os impactos indirectos associados à utilização dos produtos pelo consumidor final: até 2025, comprometem-se a atingir a neutralidade do carbono em todas as instalações, melhorando a eficiência energética e utilizando energia 100% renovável; até 2030, inovará de forma a permitir que os consumidores reduzam as emissões de gases de efeito de estufa resultantes da utilização dos produtos, em 25% – em média e por produto final, comparativamente a 2016; até 2030, reduzirá as emissões de gases de efeito de estufa ligadas ao transporte dos produtos, em 50% – em média e por produto final, face a 2016; até 2030, os fornecedores estratégicos reduzirão as suas emissões directas (âmbitos 1 e 2), em 50%, em termos absolutos, em comparação a 2016.

«Durante os últimos 10 anos, operámos uma profunda transformação para reduzir o impacto em toda a nossa cadeia de valor. Reinventámos totalmente a forma como projectámos e produzimos os nossos produtos – sempre com a sustentabilidade como requisito fundamental. Chegámos a superar os nossos próprios objectivos, já muito ambiciosos. Provámos que é possível separar impacto e crescimento. Contudo, com as crescentes preocupações ambientais e sociais – sabemos que já não é suficiente. Já não é suficiente que as empresas reduzam o seu impacto ambiental com objectivos que definem para as próprias», acrescenta Gonçalo Nascimento.

A L'Oréal, sublinha o responsável, quer assumir uma responsabilidade maior, ir para além da mera transformação do modelo de negócio. Com o programa de sustentabilidade, pretende demonstrar que as empresas podem ser parte da solução de alguns dos actuais e mais



PLANETA

O COMPROMISSO DA L'ORÉAL É ASSEGURAR QUE A ACTIVIDADE RESPEITA E SE ADAPTA AOS LIMITES DO PLANETA, PROCURANDO ASSEGURAR O MÍNIMO IMPACTO AMBIENTAL

L'ORÉAL
PORTUGAL



prementes desafios ambientais e sociais. «Este é simultaneamente o desafio e a oportunidade. Os nossos compromissos não se focam apenas no impacto directo, mas também o impacto indirecto alargado, associado, por exemplo, à actividade dos nossos fornecedores e à utilização dos nossos produtos pelos consumidores. É essencial ajudarmos os nossos 1,5 mil milhões de consumidores a limitar o seu impacto, enquanto utilizadores dos nossos produtos, e incentivá-los a fazerem escolhas sustentáveis. Queremos continuar a ajudar os nossos fornecedores e clientes neste processo de transição sustentável, desenvolvendo juntos, soluções disruptivas. Só juntamente com toda a cadeia de valor poderemos ter um impacto real», diz Gonçalo Nascimento.

REGENERAÇÃO

A L'Oréal quer ir para além da mitigação dos prejuízos ambientais, com uma contribuição real

para recuperar o planeta. Assim, abordam esta regeneração desde três perspectivas: a utilização eficiente dos recursos, gestão sustentável de embalagens e resíduos e a recuperação do ambiente natural.

«Na prática esta abordagem passa por diminuir o nosso consumo de energia e emissões de CO₂, através da utilização de electricidade de fontes renováveis, por exemplo, em Portugal 78% da nossa frota já é composta por veículos eléctricos ou híbridos, reduzir o consumo de água através de utilização de água reciclada no processo produtivo, como acontece na Fábrica de Burgos, em Espanha», salienta.

No campo dos resíduos e embalagens estão a trabalhar tendo como objectivo ter, em 2025, 100% das embalagens plásticas recarregáveis, recicláveis ou compostáveis (46% já o são) e 0 plástico virgem em 2030. Em Portugal, foi lançado um importante programa para o consumidor em parceria com a Sociedade Ponto Verde – “Reciclar em Beleza” – para ajudar os consumidores a reciclar embalagens de higiene e beleza e dão formação aos fornecedores e parceiros para que a sua forma de trabalhar seja mais sustentável. Através das marcas do Grupo estão, também, a implementar uma série de iniciativas para recuperar as florestas e limpar rios e oceanos.

CONSUMIDORES

Os consumidores estão preocupados com esta temática e as pessoas estão dispostas a fazer a sua parte em prol do ambiente, fazendo escolhas de produtos sustentáveis e mais transparentes. «Na L'Oréal

METAS

O programa “L'Oréal for the Future” define os compromissos de sustentabilidade do Grupo até 2030 com algumas metas para atingir já em 2025, nomeadamente:

- Em 2025, alcançarão 50%. Com esta meta, o objectivo é eliminar a utilização de plásticos fósseis virgens em embalagens;
- Até 2025, 100% das embalagens de plástico serão recarregáveis, reutilizáveis, recicláveis ou compostáveis;
- Comprometemo-nos a atingir a neutralidade carbónica em todas as instalações até 2025, melhorando a eficiência energética e utilizando 100% de energias renováveis;
- Até 2025, 100% dos novos expositores serão de concepção ecológica e estão a trabalhar na sua reciclabilidade.

Importante mencionar que no âmbito social, em 2023, irão investir 50 milhões de euros para apoiar as mulheres em situação de extrema vulnerabilidade. Em Portugal têm três associações que vão receber fundos (Girl Move, Banco do Bebê e Mulheres do Século XXI).





PILARES

Para incrementar o processo de transformação interna e assegurar que actividade é compatível com um planeta de recursos limitados, foram estabelecidos objectivos para a utilização dos recursos naturais – clima, água, biodiversidade – de acordo com o que ditam os especialistas científicos e as necessidades do planeta. Estas metas estão divididas em quatro pilares:

1. Combate às alterações climáticas

O objectivo global para 2030 é alinhar a emissão de gases de efeito estufa com o cenário de +1,5°C – por cada produto final irão reduzir 50% das emissões de gases de efeito de estufa (âmbitos 1, 2 e 3). Para atingir este objectivo, definiram objectivos numéricos para cada categoria de actividade, de forma a incluir as instalações de produção e distribuição, a cadeia de fornecimento de matérias-primas e os impactos indirectos associados à utilização dos produtos pelo consumidor final.

- Até 2025, comprometem-se a atingir a neutralidade do carbono em todas as instalações, melhorando a eficiência energética e utilizando energia 100% renovável;
- Até 2030, inovarão de forma a permitir que os consumidores reduzam as emissões de gases de efeito de estufa resultantes da utilização dos nossos produtos, em 25% – em média e por produto final, comparativamente a 2016;
- Até 2030, reduzirão as emissões de gases de efeito de estufa ligadas ao transporte dos seus produtos, em 50% – em média e por produto final, comparativamente a 2016;
- Até 2030, os fornecedores reduzirão as emissões directas (âmbitos 1 e 2), em 50%, em termos absolutos, face a 2016.

2. Gestão sustentável do consumo de água

Há anos que a empresa trabalha para assegurar a elevada qualidade da água bem como a quantidade sustentável de água, em toda a cadeia de valor e em todas as bacias hidrográficas e comunidades que servem e onde operam. A avaliação e a inovação de produto assumirão um papel vital no esforço que dedicam à conservação deste recurso valioso.

- Até 2030, avaliarão todas as fórmulas, graças à plataforma de teste ambiental, para garantir que respeitam todos os ecossistemas aquáticos, continentais ou costeiros;
- Até 2030, inovarão de forma a permitir que os consumidores reduzam o consumo de água resultante da utilização dos produtos, em 25% – em média e por produto final, face a 2016;

- Até 2030, 100% da água utilizada nos processos industriais será reciclada e reutilizada em circuito fechado;
- Até 2030, todos os fornecedores estratégicos utilizarão a água de forma sustentável, nas áreas onde operam.

3. Respeito pela biodiversidade

A destruição de ecossistemas naturais, particularmente devido à agricultura, ameaça a resiliência do planeta e comunidades, no que toca às alterações climáticas. A maioria das matérias-primas da L'Oréal derivam de fontes renováveis e são, na maioria, de origem vegetal. O Grupo, que utiliza cerca de 1600 matérias-primas de cerca de 350 espécies de plantas, vê a biodiversidade como uma fonte importante e crescente de inovação e compromete-se com um abastecimento de ingredientes, sustentável e responsável.

- Até 2030, 100% dos ingredientes de origem biológica incluídos nas fórmulas e materiais de embalagem serão rastreáveis e terão uma origem sustentável;
- Até 2030, comprometem-se a controlar o impacto nos habitats naturais, não aumentando (face a 2019) a ocupação total de solos vitais ao fornecimento dos nossos ingredientes;
- Até 2030, 100% das instalações industriais e todos os edifícios operacionais terão um impacto positivo na biodiversidade, comparativamente a 2019.

4. Preservação dos recursos naturais

Este consumo deve ser gerido de forma controlada e mensurável, através de soluções que permitam a reciclagem e que promovam o desenvolvimento da economia circular.

- Até 2030, 95% dos ingredientes incluídos nas fórmulas terão base biológica, derivada de minerais ou processos circulares;
- Até 2030, 100% do plástico utilizado nas embalagens virá de fonte reciclada ou de base biológica (em 2025, atingirão os 50%);
- Até 2030, reduzirão a quantidade de embalagens em 20%, em termos de intensidade;
- Até 2025, 100% das embalagens em plástico serão recarregáveis, reutilizáveis, recicláveis ou compostáveis;
- Até 2025, 100% dos novos expositores terão concepção ecológica, considerando os princípios da economia circular em termos de gestão de fim de vida; e 100% das novas lojas serão projectadas e construídas segundo os princípios de sustentabilidade;
- Até 2030, 100% do desperdício gerado nas instalações será reciclado ou reutilizado.



PROGRAMA

O PROGRAMA “L'ORÉAL FOR THE FUTURE” É TRANSVERSAL A TODAS AS DIVISÕES E PAÍSES ONDE O GRUPO ESTÁ PRESENTE. ESTE PROGRAMA É GERIDO PELA EQUIPA DE SUSTENTABILIDADE DO GRUPO, COM SEDE EM PARIS

L'ORÉAL
PORTUGAL



temos produtos que respondem directamente a este segmento. Por exemplo, já temos produtos que podem ser enxaguados mais facilmente, poupando água como por exemplo Garnier Ultra Suave máscaras à base de leite, Garnier Ultra Suave champô sólido e várias marcas têm já a opção de champô seco, como Garnier Ultra Suave, L'Oréal Paris e Kérastase, que é utilizado sem o recurso à água e permite adiar as lavagens», afirma Gonçalo Nascimento.

Os formatos recarregáveis também já são uma realidade na L'Oréal e vão continuar a ser uma aposta do Grupo para ir ao encontro do objectivo de reduzir a quantidade de embalagens utilizadas. A Kiehl's tem formatos de recarga em alguns produtos para corpo e cabelo e tem



OS CONSUMIDORES ESTÃO PREOCUPADOS COM ESTA TEMÁTICA E AS PESSOAS ESTÃO DISPOSTAS A FAZER A SUA PARTE EM PROL DO AMBIENTE, FAZENDO ESCOLHAS DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS E MAIS TRANSPARENTES

também à venda uma garrafa de alumínio, específica para refill. Algumas marcas de perfumes também já têm frascos recarregáveis: Acqua Di Gio Eau de Parfum, Idole em Lancôme e My Waye Mugler. Também os champôs Garnier Ultra Suave e Elvive da L'Oréal Paris já têm formato de recarga disponíveis em grande consumo e na divisão de Cosmética Activa a La Roche-Posay já disponibiliza recargas do Lipikar creme e óleo lavante. De modo a fornecer aos consumidores informação clara e útil, lançaram ainda o sistema de Rotulagem de Impacto Ambiental e Social do Produto, já disponível em Portugal nas marcas Garnier e Biotherm, que partilha detalhes sobre as condições de fabrico e perfil de embalagem de cada produto e também sobre o seu impacto social.

Em relação ao programa “L'Oréal for the Future”, este é transversal a todas as divisões e países onde o Grupo está presente. Este programa é gerido pela equipa de sustentabilidade do Grupo, com sede em Paris e liderada por Alexandra Palt, que por sua vez coordena as equipas de sustentabilidade nos diferentes mercados. Mediante o tamanho do mercado as equipas podem ser maiores ou menores, mas importa mencionar que há cada vez mais pessoas na L'Oréal a trabalhar nesta área que é tão estratégica.

«Todas as equipas estão alinhadas pelo programa de sustentabilidade e todos os colaboradores e fornecedores têm formação sobre o tema. Somente juntos – colaboradores, fornecedores e parceiros – podemos ter um impacto real e esse

reconhecimento internacional», destaca o responsável.

INICIATIVAS

São inúmeras as iniciativas em que a L'Oréal participa, muitas em parceria com entidades relevantes neste campo. Por exemplo, em Portugal, a L'Oréal juntou-se à Sociedade Ponto Verde para lançar a iniciativa “Reciclar em Beleza” disponibilizando toda a informação necessária para os consumidores procederem à correcta separação e reciclagem de todas as categorias de produtos cosméticos, incluindo aerossóis, vernizes e maquilhagem.

Em 2020, a L'Oréal assinou o “Pacto para Gestão da Água”, uma iniciativa que tem como propósito colocar o tema da Água no centro da agenda nacional e promover uma maior consciencialização, conhecimento e disseminação de boas práticas para tornar a gestão dos recursos mais eficiente e prevenir os riscos associados à gestão da água. A L'Oréal assinou, também, a carta de compromissos “Lisboa Capital Verde”, uma iniciativa da Câmara Municipal de Lisboa, onde várias empresas se comprometem a atingir 23 objectivos, relativos à energia, economia circular, mobilidade verde e promoção de campanhas de sensibilização destinadas a reduzir o impacto ambiental até 2025.

«Desenvolvemos anualmente o Citizen Day, programa de voluntariado global, no qual são desenvolvidas actividades, com o objectivo de envolver os colaboradores na missão da sustentabilidade – ambiental e social – inserido na nossa missão L'Oréal For The Future», conclui. ●



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

SIEMENS

SUSTENTABILIDADE COMO IMPERATIVO DE NEGÓCIO



DEGREE

AS SOCIEDADES ENFRENTAM ACTUALMENTE UM CONJUNTO DE DESAFIOS QUE AS COLOCAM SOB UMA INTENSA PRESSÃO

A

arduo que o planeta enfrenta colectivamente é o de limitar o aquecimento global a 1,5°C nas próximas

crescente urbanização e as mudanças demográficas, a urgente descarbonização e o simultâneo aumento da procura de energia, a necessidade de criar indústrias competitivas com cadeias de fornecimento fiáveis e o desenvolvimento de infra-estruturas eficientes são alguns exemplos. No entanto, o desafio mais

duas décadas em relação aos níveis pré-industriais, conforme estabelecido no Acordo de Paris, o qual veio a ser reforçado pela cimeira de Glasgow (COP26) em 2021. É um daqueles desafios em que ganhamos juntos ou perdemos juntos.

Falar de sustentabilidade é, também, falar de ESG – Environmental (Ambiente), Social (Social) e Governance (Governança Corporativa) – três eixos estratégicos das

empresas, cada vez mais interligados ao âmbito financeiro. Para cada uma destas prioridades é necessária uma resposta global que envolva clientes, fornecedores, investidores, colaboradores, sociedade e planeta. Resposta essa que só poderá ser dada se estiver sustentada por avanços tecnológicos significativos e pela digitalização, dois factores cruciais para criar as oportunidades e a prosperidade que a população mundial tanto precisa, sem que isso signifique consumir ainda mais os recursos preciosos e escassos do planeta.

Se por um lado é crucial proteger o clima e a subsistência das gerações vindouras, por outro é fundamental que as economias prosperem para benefício de cada vez mais pessoas em todo o mundo. As empresas e os negócios têm, ou pelo menos deviam ter, algo a dizer em relação a este aparente “dilema”. Em suma, é preciso fazer mais com menos.

Para serem capazes de o fazer, os gestores precisam de ter uma visualização 360° das suas organizações, que inclua uma análise profunda e detalhada da sustentabilidade de todos os seus ângulos. Foi por isso que a Siemens lançou o DEGREE em 2021, um programa-quadro em linha com



DEGREE

FOI CRIADO COM O INTUITO DE TORNAR O ESG MAIS TANGÍVEL, MENSURÁVEL E FÁCIL DE OPERACIONALIZAR E DE GUIAR A FORMA COMO A SIEMENS FAZ NEGÓCIO ONDE QUER QUE SE ENCONTRE NO MUNDO

SIEMENS



» DEGREE: Descarbonização; Ética; Governança; Eficiente utilização de recursos; Equidade; Empregabilidade

o seu objectivo de criar tecnologia com significado e propósito. Através dele, a empresa pretende fazer da sustentabilidade motor de crescimento, transformar as cadeias de fornecimento e proteger as suas pessoas, ao mesmo tempo que cria oportunidades e assegura o sucesso empresarial, num mundo em constante mudança. Mas não pretende fazê-lo sozinha, uma vez que tal não traria os resultados esperados. Está também a fornecer aos seus clientes o software e o hardware que precisam para um futuro mais inteligente e mais verde, demonstrando-lhes como podem saltar de forma mais gradual e económica para essa realidade.

TORNAR O ESG MAIS MENSURÁVEL

O DEGREE foi criado com o intuito de tornar o ESG mais tangí-

vel, mensurável e fácil de operacionalizar – interna e externamente – e de guiar a forma como a Siemens faz negócio onde quer que se encontre no mundo. Assim cada letra é uma dimensão na qual pretende melhorar: Descarbonização, porque está comprometida com a meta da neutralidade carbónica das suas operações até 2030, alargando o seu compromisso a todas as emissões ligadas à sua operação – da cadeia de abastecimento até à utilização dos seus equipamentos por parte dos clientes; Ética, promovendo uma cultura de confiança, extensível ao mundo digital; Governança empresarial forte, porque esta está associada a negócios melhores e mais sustentáveis; Eficiente utilização de recursos, impulsionando a reciclagem e a circularidade; Equidade, com tratamento equitativo e respeito no cerne do seu sistema de

“WALK THE TALK”



A mudança que queremos ver no mundo começa sempre primeiro dentro de casa. Desde logo, 100% da energia consumida em todas as instalações da Siemens Portugal tem já, há algum tempo, origem em fontes renováveis. Neste momento, fruto do investimento na electrificação progressiva da frota automóvel da empresa, 15% dos seus automóveis são eléctricos ou plug-in, sendo que a Siemens promove o uso de carros eléctricos por parte dos colaboradores ao oferecer carregamento gratuito nas suas instalações. Na sua sede em Alfragide, a Siemens está a implementar um conceito de Smart & Sustainable Campus que permitirá reduzir em 20% os seus consumos energéticos, o que é bastante relevante no momento em que vivemos. Além de uma central fotovoltaica instalada nos telhados de praticamente todos os edifícios, este projecto também inclui, por exemplo, um sistema inteligente de controlo da microrrede que vai integrar e otimizar a produção de energia, a ligação à rede, a gestão dos vários edifícios, o sistema de armazenamento de energia, bem como a infra-estrutura de carregamento de veículos eléctricos. Todas estas iniciativas vão contribuir para a redução das emissões de CO₂ do campus.



valores, alcançados através da promoção da diversidade, inclusão e do desenvolvimento comunitário; e, por fim, Empregabilidade, porque num mundo em constante mudança é absolutamente crucial que todos, sem excepção, se mantenham resilientes e relevantes. E isto é crítico tanto para empresas, como para indivíduos.

A Siemens trabalha todos os dias para melhorar o seu caminho rumo à sustentabilidade. Prova disso é que o Índice de Sustentabilidade Dow Jones, que é elaborado pela Standard & Poor's, colocou a empresa em número um entre as 45 empresas que integram o seu grupo industrial. Enquanto empresa mais sustentável, a Siemens liderou em seis categorias, incluindo inovação, cibersegurança e protecção ambiental relacionada com indústria e produtos.

A NÍVEL INTERNACIONAL, EM 2021, A SIEMENS AJUDOU OS CLIENTES A EVITAR A EMISSÃO DE CERCA DE 88 MILHÕES DE TONELADAS MÉTRICAS DE CO₂

Esta distinção mostra que a sustentabilidade é um imperativo de negócio e parte integrante da estratégia da empresa. O seu compromisso com a sociedade e o planeta é de longo prazo: em 2015 foi uma das primeiras empresas industriais a comprometer-se com emissões zero até 2030, tendo já cortado mais de metade das suas emissões de CO₂ desde então.

Mas tal como todas as letras são imprescindíveis para formar a pa-

lavra DEGREE, nenhuma das suas dimensões, por si só, é suficiente para combater as alterações climáticas. Têm de ser trabalhadas em conjunto. A nível internacional, em 2021, a Siemens ajudou os seus clientes a evitar a emissão de cerca de 88 milhões de toneladas métricas de CO₂.

Apenas transformando estruturalmente os negócios é que é possível transformar o mundo. Afinal de contas, criar valor para os clientes e criar um amanhã melhor para as sociedades que estes servem, não são objectivos mutuamente exclusivos. Cada passo dado em frente neste momento irá representar menos um passo atrás para as gerações de amanhã. Mas estes passos, para serem bem-sucedidos, têm de ser dados em conjunto – pelas empresas, pelos governos e pelos cidadãos. ●

AJUDAR OS CLIENTES A DAR RESPOSTA AOS SEUS DESAFIOS DE SUSTENTABILIDADE



- Nos Açores, a Siemens está a ajudar a acelerar a descarbonização e a transição energética do arquipélago ao instalar um sistema de armazenagem de energia por baterias e um sistema inteligente de gestão de microrrede na ilha Terceira, a pedido da EDA – Electricidade dos Açores;
- A partir de Portugal, o Cranes Engineering Hub, um dos centros de competências internacional de engenharia da Siemens, já modernizou cerca de 100 pórtilhos de 10 países, melhorando a eficiência energética e a produtividade dos portos;
- Recentemente, em Portimão, e juntamente com a Rolear.ON, a Siemens forneceu e instalou os postos de carregamento para os novos autocarros eléctricos da Frota Azul, do Grupo Barraqueiro. Esta frota é composta por 10 autocarros eléctricos que vão permitir à transportadora evitar a emissão de 675 mil kg de CO₂ por ano.

SIGA AS PRINCIPAIS TENDÊNCIAS INTERNACIONAIS DE GESTÃO



ASSINE JÁ!

35,6€ **63,3€**

1 ANO ASSINATURA
(12 edições)

2 ANOS ASSINATURA
(24 edições)

Para mais informações: assinaturas@multipublicacoes.pt ou ligue para o **210 123 400**.

Assine já em: <https://assinaturas.multipublicacoes.pt/> e beneficie de descontos até 20% sobre o preço de capa.

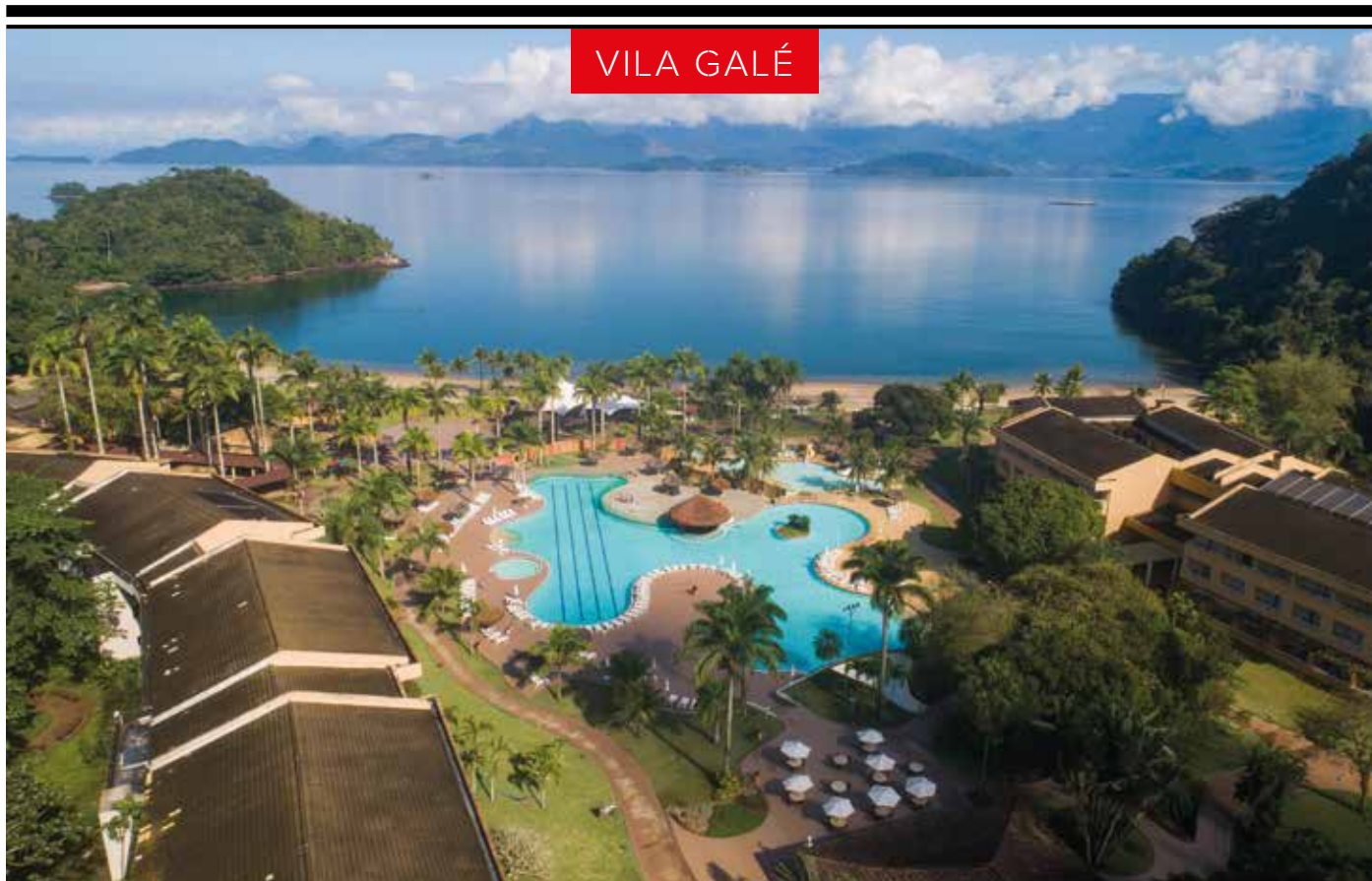
Valores de assinatura válidos para Continente e Ilhas.



ESPECIAL

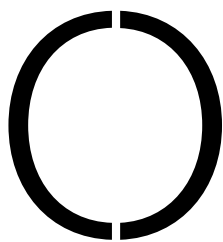
REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

VILA GALÉ



» Eco resort de Angra, no Brasil

A CUIDAR DO PLANETA



e Eco resort do Cabo, ambos no Brasil. Com efeito, a redução da pegada ambiental e as preocupações com a sustentabilidade têm sido, desde sempre, pilares na estratégia da empresa. E, nessa lógica, procuram

Grupo Vila Galé tem vindo a apostar, cada vez mais, na modernização e optimização das suas unidades e o primeiro hotel do Grupo com certificação energética surgiu em 2009. Actualmente, entre as 37 unidades, contam com três eco-hotéis: Vila Galé Albacora, em Tavira; Eco resort de Angra

A REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL E AS PREOCUPAÇÕES COM A SUSTENTABILIDADE TÊM SIDO, DESDE SEMPRE, PILARES NA ESTRATÉGIA DA EMPRESA

constantemente “fazer mais com menos”, ou seja, ser eficientes. E isso passa por várias áreas.

«Desde logo pela forma como concebemos e construímos hotéis, mas também pela maneira como procuramos reforçar a economia circular, reduzir consumos energéticos e a dependência de

combustíveis fósseis, ter ambiciosas metas de sustentabilidade ambiental e social, fazer uma boa gestão de resíduos e controlar o desperdício, investir na transição digital e na automação, qualificar os recursos humanos e alertamos todos os stakeholders para as boas práticas», explica Reinaldo Silhéu,



REDUÇÃO

O GRUPO VILA GALÉ TEM COMO OBJECTIVO CONSOLIDAR A REDUÇÃO DOS CONSUMOS ENERGÉTICOS. COLOCAM COMO META UMA DIMINUIÇÃO DE CERCA DE 2% AO ANO, SUSTENTADA NO DESIGN E CONSTRUÇÃO DOS NOVOS EDIFÍCIOS



Vila Galé

HOTÉIS

director de Qualidade, Ambiente e Segurança do Grupo Vila Galé. Assim, acrescenta o responsável, têm vindo a trabalhar para aumentar a aquisição e produção de energia limpa, estão sempre atentos à inovação tecnológica que vai chegando ao mercado, sensibilizam clientes, parceiros, colaboradores para as alterações climáticas e actividades vocacionadas para os mais pequenos, por exemplo.

No Grupo Vila Galé existem diferentes vertentes em curso nessa área, com o objectivo de consolidar a redução dos consumos energéticos. Colocam como meta uma diminuição de cerca de 2% ao ano, sustentada principalmente no design e construção dos novos edifícios, pensados para um maior e melhor aproveitamento da luz natural, no recurso a sistemas de iluminação de baixo consumo, na instalação de sensores de movimento nas áreas comuns, na instalação de células fotoeléctricas e temporizadores na iluminação exterior, na limitação dos termóstatos do AVC nas áreas comuns, no isolamento integral da tubagem AQS dos edifícios, na existência de economizadores de energia nos quartos, na aquisição de equipamentos baseados na sua classe energética, entre outros. «Para além dos desígnios materiais temos feito uma aposta cada vez maior em formação para todos os colaboradores de modo a evitarmos desperdícios energéticos, assim como temos apostados em modelos de consciencialização dos clientes através de informação disponível, evidenciando o compromisso de todos neste âmbito», afirma.

Em relação aos principais planos do Grupo Vila Galé na adopção de medidas para a redução do impacto e da pegada ambiental, Reinaldo Silhéu sublinha a inovação energética, instalando painéis solares nos hotéis tanto para aquecimento de águas, como para produção de energia eléctrica. Nesta fase, a energia eléctrica consumida é maioritariamente proveniente de fonte 100% renovável. «Além das medidas já referidas relativamente à redução dos consumos energéticos, temos implementado uma política transversal a todos os hotéis de plastic free e paper free, sempre com o objectivo de, através do recurso à tecnologia e seguindo as melhores práticas, ter maior eficiência e reduzir a pegada ambiental.» No caso da política plastic free, tem passado

» O Grupo Vila Galé tem implementado uma política transversal a todos os hotéis de plastic free e paper free, com o objectivo de ter maior eficiência e reduzir a pegada ambiental

por substituir os itens de plástico de utilização única. Por exemplo, deixaram de ter amenities nos quartos e instalaram dispensadores recarregáveis, o que permite poupar mais de oito toneladas de plástico por ano. E, no último ano, a diminuição do resíduo plástico/hóspede foi de cerca de 5%. Já



» Eco resort do Cabo, no Brasil



quanto ao posicionamento paper free, trata-se de substituir o uso de papel, optando por recorrer a ferramentas tecnológicas – novos hardware e software, melhoria da rede de internet, recurso a dispositivos móveis –, conseguindo-se reduções na casa dos 7%. Esta é uma estratégia transversal a todo o Grupo. No caso do Brasil, 100% da energia eléctrica é certificada de fontes eólicas, a partir de biomassa ou com recursos a pequenas centrais hidroeléctricas.

COMPROMISSO

O ano de 2023 será bastante desafiante, com vários projectos a decorrer. «Desde logo, como já mencionado, estamos a projectar implementar mais 15 parques solar fotovoltaicos nas nossas unidades. Tendo em conta as inovações de mercado, estamos também a estudar, para as novas unidades, a possibilidade de aquisição de equipamentos ainda mais eficientes, sobretudo equipamentos de maior porte, nomeadamente, caldeiras, centrais de bombagem, equipamentos de lavandaria e cozinha. Ao nível dos resíduos vamos sofrer uma alteração logística, e estamos

» Para além dos desígnios materiais o Grupo Vila Galé tem feito uma aposta cada vez maior em formação para os colaboradores de modo a evitar desperdícios energéticos

já a trabalhar num plano com vista a um serviço de recolha que nos permita ser ainda mais eficientes – relativamente aos resíduos para valorização e ao resíduo orgânico – contemplando a instalação de prensas e a caracterização mais rigorosa dos resíduos produzidos», conta Reinaldo Silhéu.

Dentro dos vários projectos de educação ambiental em que estão envolvidos, destacam ainda que em 2023 disponibilizarão aos clientes nos resorts do Brasil toda a informação da fauna e flora existente, na geografia onde estão implantados, tanto no site da Vila Galé, como em informação física em vários



» Vila Galé Albacora, em Tavira

PRODUÇÃO DE ENERGIA

Relativamente à produção energética, dentro das coberturas das unidades, hoje possuem cinco parques de painéis fotovoltaicos instalados – três no Algarve e dois na região de Lisboa – com uma produção a rondar os 0,2 MW. Entre o final deste ano e o 1.º semestre de 2023 projectam ter mais 15 parques instalados em Portugal, com um acréscimo de produção em cerca de 1 MW. Ou seja, em 2023 a capacidade instalada de produção de energia eléctrica será de cerca de 1,2 MW.

pontos dos hotéis. Quanto à formação interna no âmbito ambiental prevista para 2023, vai focar-se essencialmente na componente do combate ao desperdício, da poupança energética e na caracterização de resíduos. Outro ponto muito importante para o Grupo prende-se com a eficiência hídrica. Nesta área, vamos continuar a apostar em processos de lavagem mais



EDUCAÇÃO

EM 2023 O GRUPO VILA GALÉ VAI DISPONIBILIZAR AOS CLIENTES NOS RESORTS DO BRASIL TODA A INFORMAÇÃO DA FAUNA E FLORA EXISTENTE, NA GEOGRAFIA ONDE ESTÃO IMPLANTADOS



Vila Galé

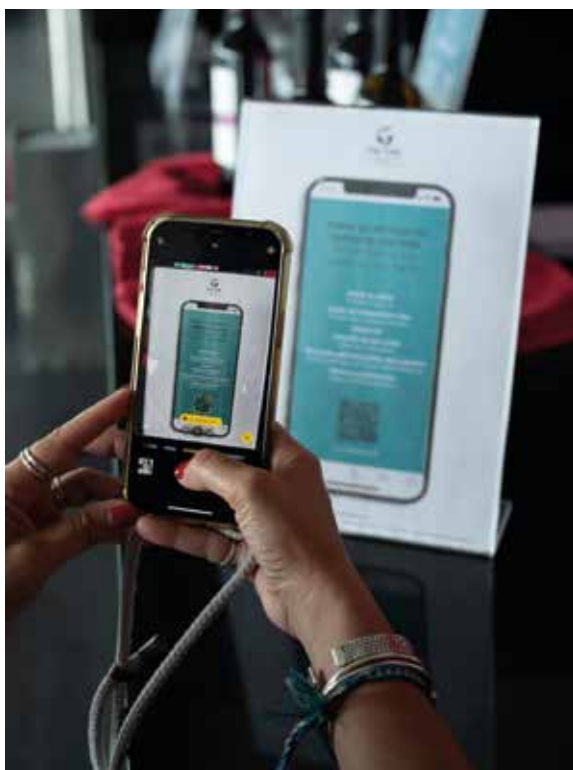
HOTÉIS

eficientes, sistemas de rega mais inteligentes e estudos de poupança de água cada vez mais a montante, sem comprometer obviamente o produto final. De referir também que em 2022, alteraram o contrato de produtos químicos de limpeza, que permitiu conseguir uma limpeza 100% eco no sector de alojamento, sendo que têm como objectivo fazê-lo também para a área de Alimentação & Bebidas já em 2023, permitindo que possam ter uma limpeza 100% eco em todo o hotel.

SUSTENTABILIDADE

A mobilidade sustentável tem sido uma aposta do Grupo a nível interno e também enquanto serviços prestados aos clientes, porque estes cada vez mais procuram hotéis que tenham preocupações ambientais e serviços que reflectam essa preocupação. Dessa forma, por exemplo, todos os 27 hotéis Vila Galé em Portugal estão equipados com postos de carregamento de veículos eléctricos, além da renovação da frota, optando por esse tipo de carros.

Para as gerações mais jovens esta é, sem dúvida, uma preocupação crescente e, tendo isso em conta, a marca Vila Galé também se diferencia e posiciona nos produtos e experiências que oferece. «Nas nossas unidades, há uma constante sensibilização para as questões da sustentabilidade, poupança de recursos, cuidados com o meio ambiente. Por exemplo, são temas muito presentes nas nossas actividades de animação, tanto para adultos como crianças. E a nossa



O GRUPO VILA GALÉ TEM VINDO A TRABALHAR PARA AUMENTAR A AQUISIÇÃO E PRODUÇÃO DE ENERGIA LIMPA, ESTANDO SEMPRE ATENTOS À INOVAÇÃO TECNOLÓGICA QUE VAI CHEGANDO AO MERCADO

mascote infantil, o NEP, é inspirada no Neptuno, precisamente para passar a mensagem que temos de proteger os mares. Nos nossos clubes infantis também reforçamos muito a importância de todos estes pontos nas diferentes brincadeiras que preparamos para os mais novos», refere Reinaldo Silhéu.

A alimentação também tem sido alvo de alterações, de forma a alinhar as práticas do Grupo com esta cultura de sustentabilidade. Nesta vertente, o Grupo trabalha de forma a controlar a produção e garantir as quantidades necessárias para cada refeição, por vezes optando por doses individuais. Naturalmente, dão preferência ao

consumo de proximidade, recorrendo a fornecedores locais, e aos produtos da época. Também tem vindo a reduzir a oferta de proteína animal, reforçando as propostas vegetarianas e vegan, por exemplo através das cartas “Green & Fresh” lançadas recentemente nos restaurantes dos hotéis Vila Galé. E há uma constante sensibilização para evitar o desperdício.

Em relação aos resíduos, são várias as medidas postas em prática: tentam diminuir a produção, dando preferência a produtos avulso sempre que possível; dispõem de locais de armazenagem de resíduos resguardados, impermeabilizados e arejados e asseguram uma triagem e encaminhamento para destinatários licenciados; têm compactadores de resíduos nalgumas unidades, para minimizar as deslocações para recolhas; reutilizam materiais, nomeadamente embalagens; reduzem o uso de plástico e papel, conforme já referido; utilizam materiais reciclados e recicláveis desde o momento de construção das unidades e participam em projectos de estudo de reutilização de matérias e resíduos provenientes da operação hoteleira.

«Além das iniciativas que promovemos nos hotéis – animação com actividades alusivas à sustentabilidade ambiental, a nossa mascote NEP muito ligada à protecção dos mares, workshops com crianças para reduzir o desperdício, entre outras –, realizamos também acções que envolvam colaboradores, clientes e parceiros de negócio, como recolha de lixo em praias e zonas verdes ou plantação de árvores», conclui Reinaldo Silhéu. ●