

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL



APOIOS:

CBRE



FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808

iServices
Reparação Multimarca

KIA
Movement that inspires

LOGICALIS

L'ORÉAL
FOR THE FUTURE

sociedade
pontoverde

prio

Unilever



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

ENQUADRAMENTO

REDUZIR A PEGADA DEVE SER UM COMPROMISSO

A PREOCUPAÇÃO COM O MEIO AMBIENTE TORNOU-SE UMA PRIORIDADE GLOBAL, E AS EMPRESAS ASSUMEM UM PAPEL PREPONDERANTE NA PRESERVAÇÃO DO NOSSO PLANETA

A

s ameaças às condições climáticas e à biodiversidade são enormes, havendo uma necessidade cada vez maior de reduzir a nossa pegada ambiental.

Mas, o que é afinal a pegada ambiental? De acordo com a WWF, é uma metodologia

de contabilidade ambiental que avalia a pressão do consumo das populações humanas sobre os recursos naturais. Esta permite comparar diferentes padrões de consumo e verificar se estão dentro da capacidade ecológica do planeta.

Neste contexto, as empresas devem assumir-se como actores principais na adoção de práticas mais sustentáveis e na promoção de um futuro mais verde. E, na realidade, vemos hoje que as organizações estão cada vez mais cientes do seu impacto ambiental e do papel fundamental que desempenham na formação de um futuro sustentável.

São cada vez mais as empresas que estão a adoptar medidas proactivas para minimizar o impacto das suas operações no meio ambiente, como por exemplo com a implementação de práticas de produção mais limpas, a optimização do uso de recursos, a transição para fontes de energia renovável e a incorporação de design sustentável nos seus produtos.

Para além disso, urge uma necessidade premente de colaboração entre empresas, governos e a sociedade civil, por forma a impulsionar inovações sustentáveis, partilhar melhores práticas e criar soluções integradas para os desafios ambientais.

E neste cenário surgem desafios constantes e novas formas de encarar as questões ambientais, muitas delas trazidas pela pandemia de Covid-19.

LIDERAR

Neste processo de transição e de redução da pegada ecológica por parte das empre-

sas há também figuras centrais. São elas as lideranças. Os líderes desempenham um papel fundamental neste processo, porque não estabelecem apenas a visão e os valores da organização, mas também influenciam a cultura corporativa e orientam a tomada de decisões.

Os líderes devem enviar uma mensagem clara de compromisso com a responsabilidade ambiental, por forma a que essa seja compreendida e inspire a organização. O líder deve também ser visionário e reconhecer as oportunidades de negócios sustentáveis.

Apesar da importância das lideranças neste processo, recordemo-nos que a redução da pegada ambiental é um desafio conjunto e que exige uma ação coletiva.

As empresas desempenham um papel vital nesse esforço, assumindo a responsabilidade dos seus impactos ambientais e adotando práticas que promovam a sustentabilidade. Ao adoptarem medidas e posturas pró-ambientais, as empresas contribuem não apenas para a preservação do planeta, mas moldam também um futuro empresarial mais ético e resiliente. ●





Pack 4Sustain

EMBALAGENS CIRCULARES
POR **NATUREZA**.



O que é?

Uma **ferramenta online** que permite **avaliar embalagens** (plástico, papel/cartão, vidro, metal e madeira) através do nível de **circularidade e informar o potencial impacte** na saúde pública e no ambiente, em especial **no ecossistema marinho**.

Qual o objetivo?

Auxiliar a conceção e desenvolvimento de embalagens mais sustentáveis e circulares através do **Ecodesign**.



CIRCULARIDADE

avalia as características da embalagem que vão determinar o correto encaminhamento nas fases de deposição, recolha, triagem e reciclagem.



ÍNDICE DE RISCO MARINHO

pretende medir o potencial de determinada embalagem estar dentro do âmbito da Diretiva Single Use Plastics.



SAFE & SUSTAINABLE BY DESIGN

pretende diagnosticar as embalagens de acordo com os potenciais impactes ambientais e na saúde pública.



CBRE

VALORIZAÇÃO DE ACTIVOS IMOBILIÁRIOS



> Líliana Soares, Head of ESG & Sustainability da CBRE

A APOSTA EM ESG É UM TEMA INCONTORNÁVEL E QUE PROCURAM DISSEMINAR JUNTO DOS CLIENTES, EM PROJECTOS DE CONSTRUÇÃO E EM ACTIVOS SOB GESTÃO

Líliana Soares, Head of ESG & Sustainability da CBRE, fala sobre a sustentabilidade no imobiliário.

O que significa sustentabilidade no âmbito imobiliário?

A sustentabilidade no âmbito imobiliário, particularmente à luz do trabalho da CBRE e do seu posicionamento ESG, refere-se a práticas que visam garantir a valorização de activos imobiliários nas suas vertentes ambientais, sociais e económica, melhorando a performance destes edifícios, a satisfação e bem-estar dos seus ocupantes e garantindo uma melhor vivência das cidades e do território. Mais do que um aspecto que valoriza os activos, a aposta em ESG é actualmente uma ferramenta que permite identificar e minimizar riscos quer sejam estes riscos climáticos, desconformidade regulamentar, de transição ou outros, seja na perspectiva de um investidor imobiliário ou de um ocupante.

De que forma está a CBRE a apoiar os proprietários no processo de descarbonização?

Neste caminho para a descarbonização o nosso maior contributo para os proprietários e investidores com os quais trabalhamos relaciona-se com:

Análise e auditoria energética, identificando de forma detalhada o perfil de consumo de energia e oportunidades para melhorias na eficiência energética dos edifícios.

Apoio na implementação de soluções de descarbonização, como sejam os sistemas de gestão, monitorização e automatização de edifícios ou na selecção das melhores soluções de energias renováveis, entre outros.

Monitorização e reporte de desempenho, não só avaliando o progresso mas também fornecendo as ferramentas para que os nossos clientes possam comunicar de forma transparente os seus compromissos e resultados em matérias de descarbonização.

As certificações são um selo de garantia de sustentabilidade?

As certificações de edifícios sustentáveis, como LEED, BREEAM e WELL, continuam a ser um selo de garantia importante para a sustentabilidade. De acordo com o estudo da CBRE de 2023 “Is Sustainability Certification in Real Estate Worth it?”, os edifícios de escritórios certificados são claramente uma tendência

crescente no mercado europeu, têm prémios de renda cerca de 7% superior a edifícios não certificados e apresentam maiores taxas de ocupação.

Quais as 3 palavras que escolheria e porquê, para definir a cidade do futuro?

Resiliente - adaptada aos riscos das alterações climáticas e preparada para responder a eventos extremos como cheias ou ondas de calor.

Conectada - não só relacionada com a acessibilidade e mobilidade de baixo impacto mas também no que respeita à promoção da interação social no espaço público e à capacidade que a cidade pode ter em proporcionar um verdadeiro sentido de comunidade de todos e para todos.

Naturalizada - a regeneração de espaços naturais, a criação de hortas urbanas, a promoção do contacto com a natureza e a despavimentação são só alguns exemplos da aproximação da cidade ao espaço natural. É sobejamente conhecida a influência que isso pode ter na saúde, no bem-estar e na satisfação dos seus moradores e no aumento da resiliência das cidades. ●

ESG & Sustainability

Na CBRE estamos preocupados com o futuro das cidades e das pessoas que as habitam. Queremos caminhar na direção de um futuro melhor para as próximas gerações, deixando-lhes um legado de cuidado com o planeta e os ecossistemas.



Através de uma equipa amplamente experiente, a CBRE fornece atualmente serviços de consultoria, implementação de projetos e certificação energética, apoiando as empresas na adoção de práticas mais sustentáveis para que alcancem os seus objetivos de ESG.



www.cbre.pt

CBRE



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

EDP

ACCELERAR TRANSIÇÃO PARA UM FUTURO MAIS VERDE

COMO ACTOR-CHAVE NO SECTOR ENERGÉTICO, A EDP ASSUME A SUA RESPONSABILIDADE DE CONTRIBUIR ACTIVAMENTE PARA A DESCARBONIZAÇÃO DO SECTOR ATÉ 2040, DE ACORDO COM OS CENÁRIOS NET-ZERO DA AIE NECESSÁRIOS PARA CONTER O AUMENTO GLOBAL DE TEMPERATURA ATÉ 1,5°C

A

transição energética é hoje um processo urgente e imparável com impacto na vida das empresas, das comunidades, de todos os cidadãos. E, como tem sido reconhecido por várias entidades, como a Comissão Europeia ou a Agência Internacional de Energia, acelerar este processo é decisivo, não só para combater os efeitos das alterações climáticas, mas também para garantir a estabilidade e a segurança do mercado energético. A estratégia tem de passar pela descarbonização e pela aposta nas energias renováveis, um caminho que a EDP antecipou há muito, em 2006, através da antecipação das grandes tendências do mercado energético e do apoio à visão de uma sociedade capaz de reduzir as emissões de CO₂, substituindo a geração térmica pela renovável, descentralizando a geração de energia, promovendo redes inteligentes e o armazenamento de energia e incentivando a procura por electricidade de fontes renováveis.

Reconhecendo a emergência climática, a EDP foi uma das pioneiras a assumir o desafio das Nações Unidas durante a Cimeira do Clima, em Nova Iorque em 2019. Comprometendo-se a reduzir as emissões e a alinhar a estratégia de negócio com o objectivo de limitar o aumento da temperatura global até 1,5°C. Usando 2020 como ano base, a EDP pretende reduzir as emissões da geração térmica de mais de 50% para zero até 2030,

incluindo o desmantelamento das centrais a carvão até 2025, um objectivo que está cada vez mais perto de ser alcançado. No início deste ano, a EDP divulgou o seu primeiro Relatório de Progresso do Plano de Transição Climática, após a aprovação da meta de neutralidade carbónica pela Science Based Targets initiative (SBTi). O relatório registou uma redução significativa de 34% nas emissões totais em comparação com 2022, incluindo emis-





INVESTIMENTO

A PRODUÇÃO LIMPA É A MAIOR CONTRIBUIÇÃO DA EDP PARA A TRANSIÇÃO CLIMÁTICA, REPRESENTANDO 85% DO INVESTIMENTO TOTAL DO GRUPO NO PERÍODO DE 2023-2026



sões directas (scope 1) e indirectas (scopes 2 e 3). As emissões do scope 1, principalmente de energia térmica, caíram 55%, enquanto as emissões do scope 2 caíram 39% e as do scope 3 caíram 13%.

Para apoiar os esforços de descarbonização, e conforme definido no Plano de Transição Climática, em 2023, a empresa baseia-se no compromisso de atingir a meta net zero até 2040 e nos resultados do grupo de trabalho interno Net Zero Ace-

A DIGITALIZAÇÃO E A INOVAÇÃO ESTÃO NO CENTRO DA ESTRATÉGIA DA EDP PARA LIDERAR A TRANSIÇÃO ENERGÉTICA EM TODAS AS ÁREAS DE NEGÓCIO

leration Taskforce (NZATF). Para destacar o papel e impacto da estratégia da EDP para o clima, foi criado um Programa de Aceleração Net Zero (NZAP), enquadrando o Plano de Transição Climática e que agrega um conjunto de iniciativas essenciais para reduzir directamente as emissões da empresa, permitindo o acompanhamento do desempenho da descarbonização, potenciando o envolvimento da administração de topo ao longo do tempo e priorizando um conjunto de iniciativas facilitadoras que apoiarão a transição de forma colaborativa e transparente.

Várias iniciativas foram priorizadas no NZAP e integradas ao ESG Masterplan como parte de esforços mais abrangentes de sustentabilidade – esforços de descarbonização apoiados numa transparente quantificação de emissões; aspectos sociais incorporados na transição; impactos positivos na natureza; descarbonização da cadeia de fornecimento com fornecedores compro-

metidos com os tópicos ESG; governação climática e transparência; mentalidade Net-Zero no conhecimento e comportamentos.

Actualmente, 79% da capacidade instalada da EDP é de origem renovável. Até 2030, a EDP comprometeu-se a aumentar esta quota para 100%. A produção limpa é a maior contribuição da EDP para a transição climática, representando 85% do investimento total do grupo no período de 2023-2026. Este investimento inclui as tecnologias eólica, solar, de hidrogénio verde e de armazenamento de energia. Nesse sentido, foi criada uma unidade empresarial dedicada à promoção de projectos de hidrogénio verde, quer em escala, associados à produção centralizada, quer em unidades mais pequenas para autoconsumo. O desenvolvimento de diferentes pilotos tem permitido à EDP reforçar o conhecimento interno e definir linhas de investimento para o futuro.

O relatório da AIE Net-Zero by 2050 estima ainda um decréscimo de mais de 70% na utilização de gás natural impulsionado pela descarbonização, com a maior parte da redução a ter lugar após 2030, especialmente na indústria. Neste enquadramento, a EDP considera o negócio retalhista do gás como uma oportunidade para contribuir ainda mais para a transição energética. Para além das suas próprias metas Net-Zero, a EDP vai mais longe no caminho da transição energética, contribuindo activamente para a aceleração da mobilidade eléctrica. Neste contexto, a EDP estabeleceu os objectivos de



alcançar a instalação de mais de 40 000 pontos de carregamento de veículos eléctricos até 2025 e 100 000 até 2030, bem como alcançar 180 000 clientes com soluções de mobilidade eléctrica até 2025, nas geografias com actividade comercial (Portugal, Espanha e Brasil).

INOVAÇÃO

A digitalização e a inovação estão no centro da estratégia da EDP para liderar a transição energética em todas as áreas de negócio. A EDP está empenhada em tornar-se um líder no digital e na análise de dados, através de uma cultura digital universal em todo o grupo. Ao ser um adoptante rápido na inovação e ao concentrar-se em domínios-chave alinhados com a

sua estratégia empresarial e tendências de mercado, a EDP será capaz de expandir a incubação interna e de alavancar os ecossistemas mais abrangentes para se manter na linha da frente.

A utilização de mercados voluntários de carbono, garantindo a compensação com qualidade, é urgente e a EDP espera a publicação



PARA APOIAR OS ESFORÇOS DE DESCARBONIZAÇÃO, A EDP BASEIA-SE NO COMPROMISSO DE ATINGIR A META NET ZERO ATÉ 2040



de referências consensuais que enquadrem esta actividade, restaurando a confiança que está actualmente deteriorada, mas que é necessária para o correcto cumprimento dos objectivos que a EDP estabeleceu. A compensação de carbono será sujeita a um regulamento interno, que considerará necessariamente referências como The Oxford Principles for Net Zero Aligned Carbon Offsetting, SBTi Net-Zero Guidelines ou The Voluntary Carbon Market Integrity initiative.

Deste modo, a A EDP vai mais longe no caminho da transição energética, contribuindo activamente para o percurso de descarbonização de várias partes interessadas, promovendo incentivos em várias áreas onde pode influenciar positivamente a descarbonização ou na melhoria da qualidade de vida. Além disso, a EDP esforça-se por alargar a sua contribuição positiva através da mitigação dos impactos que a transição climática deverá ter nas cadeias de fornecimento, emprego e comunidades.

A EDP tem ainda um histórico longo de participação nas principais organizações internacionais como a UN Global Compact, WBCSD e Eurelectric, das quais são membros. O papel da empresa 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. São igualmente chamados para trabalhar em position papers e a subscrever cartas abertas aos decisores políticos para chegarem aos stakeholders que podem





PRÉMIO

A EDP FOI RECONHECIDA PELOS ENVIRONMENTAL FINANCE'S SUSTAINABLE COMPANY AWARDS DESTE ANO, NA CATEGORIA "NET ZERO PROGRESSION OF THE YEAR" ("PROGRESSÃO NET ZERO"), DESTACANDO A LIDERANÇA GLOBAL DA EMPRESA NA TRANSIÇÃO ENERGÉTICA



alterar concretamente os obstáculos para a transição energética.

DISTINÇÃO

A EDP foi reconhecida pelos Environmental Finance's Sustainable Company Awards deste ano, na categoria "Net Zero Progression of the Year" ("Progressão Net Zero"), destacando a liderança global da empresa na transição energética. Este reconhecimento destaca o inovador Plano de Transição Climática da EDP e a sua evolução positiva ao longo do último ano, em linha com a meta estratégica global de net zero até 2040. Um painel independente de investidores e especialistas do sector valorizou o plano detalhado da EDP, que reflecte como grandes empresas de energia podem alinhar as suas estratégias de negócio com objectivos climáticos globais.

«Na EDP, vemos a transição energética como uma responsabilidade e uma oportunidade para liderar o caminho rumo a um futuro de emissões zero», afirma Rui Teixeira, CFO e responsável pela Sustentabilidade do grupo EDP. «Em 2024, reafirmámos este compromisso com a sustentabilidade e a descarbonização com um plano de investimento de 17 mil milhões de euros para 2024-2026, para reforçar as energias renováveis e fortalecer as nossas redes eléctricas. Mantemo-nos firmes na nossa missão de apoiar os esforços globais de descarbonização e acreditamos que, ao fazê-lo, podemos criar um mundo onde a energia renovável impulse o progresso e a prosperidade para as gerações futuras.»



Em 2023, a EDP foi reconhecida nos Environmental Finance Corporate Sustainability Awards pelo seu compromisso com práticas sustentáveis, vencendo o prémio "Circular Economy Transition of the Year" a nível global. Este reconhecimento destacou os esforços da EDP em integrar os princípios da economia circular, particularmente em resposta a directrizes internacionais, como o Acordo Verde Europeu e a Taxonomia de Finanças Sustentáveis.

» Rui Teixeira, CFO e responsável pela Sustentabilidade do grupo EDP

«NA EDP, VEMOS A TRANSIÇÃO ENERGÉTICA COMO UMA RESPONSABILIDADE E UMA OPORTUNIDADE PARA LIDERAR O CAMINHO RUMO A UM FUTURO DE EMISSÕES ZERO», AFIRMA RUI TEIXEIRA

A empresa também tem impulsionado iniciativas inovadoras de reciclagem e eficiência de recursos, reforçando ainda mais a sua liderança em sustentabilidade. No ano anterior, a EDP ganhou o prémio "Community Involvement Program of the Year" pelo seu programa de Transição Justa em Sines (Futuro Activo Sines), que apoiou os trabalhadores e a comunidade local durante o encerramento da central a carvão. A central de Sines, com 1,3 GW, foi encerrada em 2021 após 36 anos de operação, havendo planos de reverter o local numa unidade de produção de hidrogénio verde com 100 MW de capacidade de electrólise. Com este novo reconhecimento que destaca o Plano de Transição Climática, a EDP reforça a sua posição como líder global na transição energética, abrindo caminho para a transformação do sector rumo a um futuro mais verde e sustentável. ●



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

FIDELIDADE

LIDERANÇA PARA UM FUTURO MAIS VERDE

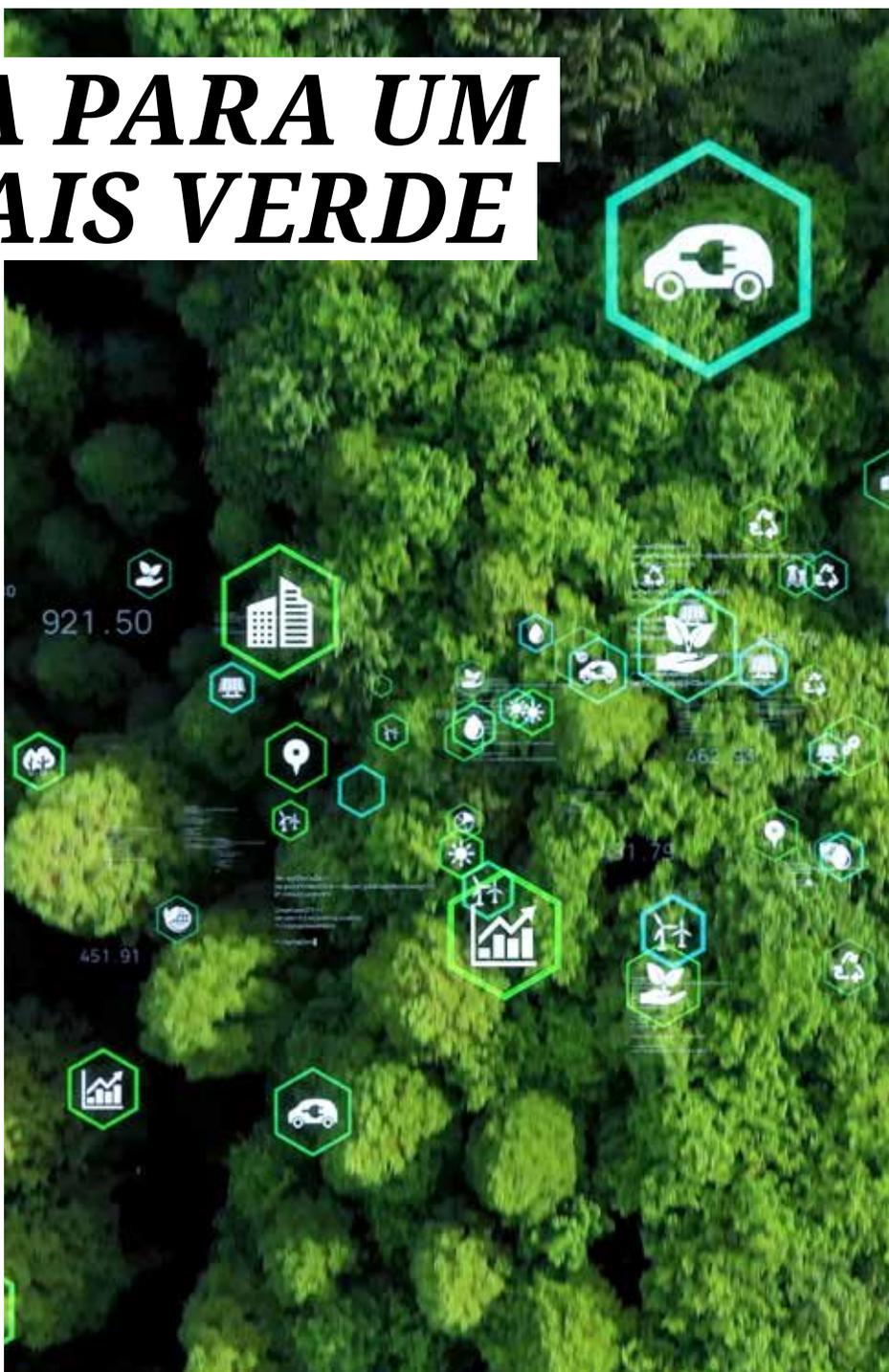
A COMPANHIA COMPROMETEU-SE A ATINGIR NEUTRALIDADE DE CARBONO NAS OPERAÇÕES ATÉ 2040 E EM SEGUROS E INVESTIMENTOS ATÉ 2050

A

Fidelidade é uma das melhores empresas do mundo em termos de sustentabilidade, conforme dados já publicados por entidades internacionais. Este é um motivo de orgulho para a companhia, mas que traz consigo uma enorme responsabilidade para continuar a trabalhar. «Seremos

distinguidos por uma entidade como a Morningstar Sustainability, enquanto a segunda seguradora mais sustentável na Europa e a quarta a nível mundial, é um reconhecimento de grande relevância para a Fidelidade. É uma avaliação que se baseia em critérios ESG (ambientais, sociais e de governança), que avaliam não apenas a nossa exposição a riscos, mas também a capacidade de os gerir de forma eficaz», afirma fonte oficial da empresa.

Para a Fidelidade, esta distinção reafirma o compromisso com práticas sustentáveis e o assumir duma posição de liderança na transição para um futuro mais verde. Como destacou recentemente o CEO, Rogério Campos Henriques, demonstra a importância de ter uma estratégia de sustentabilidade robusta, com metas ambiciosas e investimentos responsáveis, o que reforça o papel da empresa como um agente de mudança. «A nossa atenção passa por ir além das operações internas e estende-se à redução de





DISTINÇÃO

SERMOS DISTINGUIDOS POR UMA ENTIDADE COMO A MORNINGSTAR SUSTAINALYTICS, ENQUANTO A SEGUNDA SEGURADORA MAIS SUSTENTÁVEL NA EUROPA E A QUARTA A NÍVEL MUNDIAL, É UM RECONHECIMENTO DE GRANDE RELEVÂNCIA PARA A FIDELIDADE

FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808



emissões em toda a cadeia de valor, incluindo seguros e investimentos, com a meta de neutralidade de carbono até 2050, bem como metas interinas. Em resumo, é uma distinção que fortalece a confiança de todos os stakeholders — clientes, colaboradores, parceiros e investidores — na capacidade da Fidelidade em promover práticas que geram impacto positivo na sociedade e no meio ambiente», acrescenta a mesma fonte.

Actualmente, os principais desafios que a Fidelidade enfrenta na implementação de iniciativas ambientais estão relacionados com a própria adaptação e a transformação do sector de seguros, que historicamente tem um impacto ambiental que é indirecto. As operações directas da Fidelidade têm uma pegada de carbono relativamente baixa e o maior desafio está em reduzir as emissões em toda a cadeia de valor. Isto inclui, nomeadamente, os activos sob gestão e os seguros emitidos. Nesse sentido, a Fidelidade comprometeu-se a atingir neutralidade de carbono nas operações até 2040 e em seguros e investimentos até 2050, o que exige um enorme esforço de adaptação tecnológica e revisão de práticas de negócio.

«Outro grande desafio está ligado com os investimentos que fazemos e na gestão de activos sustentáveis. Temos de garantir investimentos sustentáveis e isso inclui uma reavaliação contínua dos portefólios de investimento, para assegurar que estão alinhados com critérios ESG (ambiental, social e de governança). A implementação

METAS

A Fidelidade estabeleceu metas muito claras na sua estratégia de sustentabilidade e em 2025 quer continuar o caminho que está a fazer para as atingir. Em primeiro lugar, continuar a trabalhar para reduzir em 50% as emissões de carbono nas operações directas, em relação a 2019. Além disso, em integrar de forma ainda mais robusta os critérios ESG nas políticas de subscrição e investimento, com uma meta de redução de 40% das emissões dos activos sob gestão até 2030.

Outro ponto importante é a descarbonização da carteira de seguros, com a ambição de reduzir em 30% as emissões associadas aos prémios de seguros até 2030. A longo prazo, estão comprometidos em atingir a neutralidade carbónica nas operações até 2040 e nos investimentos e subscrições até 2050. Estas metas são parte do compromisso com uma economia mais sustentável e resiliente, tanto internamente quanto no envolvimento com os nossos stakeholders”.

» Os principais desafios que a Fidelidade enfrenta na implementação de iniciativas ambientais estão relacionados com a própria adaptação e a transformação do sector de seguros

de critérios rigorosos implica revisões periódicas nas políticas de subscrição e investimento e na alteração da forma de atuação no dia a dia da nossa actividade, especialmente num contexto em que ainda existe uma reduzida quantidade e qualidade de informação não-financeira.

Depois temos de saber envolver todos os nossos stakeholders. Promover a sustentabilidade junto dos nossos clientes e parceiros também é um desafio que exige uma comunicação eficaz e o desenvolvimento de produtos inovadores



que incentivem comportamentos ambientalmente responsáveis.

Paralelamente, a implementação de novas tecnologias e soluções inovadoras que minimizem o impacto ambiental é outro processo complexo. Existe uma constante evolução das regulamentações ambientais, que exigem ajustes em práticas operacionais e de gestão. A adaptação a estas mudanças regulatórias é imperativa, sendo que estas variam nas diferentes geografias onde o Grupo Fidelidade está presente», sublinha fonte oficial da empresa.

INVESTIMENTO E INICIATIVAS

Todo este trabalho em prol da descarbonização está a ser feito em várias dimensões que afectam o dia-a-dia da empresa. Uma das principais está na inovação dos produtos de seguros que têm, para

» Nos últimos anos, a Fidelidade tem estado cada vez mais activa na implementação de iniciativas direccionadas para a descarbonização

que incluam coberturas específicas para eventos climáticos extremos. «Queremos que os nossos clientes tenham uma protecção adequada e contribuir para a nossa resiliência financeira em situações de desastre.

Também procurámos olhar para a gestão de sinistros. Investimos em linhas de atendimento directas, bem como equipas dedicadas para actuarem rapidamente durante eventos climáticos extremos, que são cada vez mais frequentes e severos. A utilização de inteligência artificial na avaliação de danos também nos ajuda a garantir que os clientes têm um suporte eficaz em momentos críticos.

Depois, traçámos metas ambiciosas para ser Net Zero. Assumimos compromissos de redução de emissões que perseguimos diariamente, seja nas operações ou em investimentos. Para dar um

exemplo concreto, estabelecemos uma redução das emissões operacionais em 50% até 2030, além de metas de 40% para activos sob gestão e 30% para a carteira de seguros», refere o especialista.

Por último, a Fidelidade participa activamente em conferências e iniciativas globais, como a COP, onde se compromete com a transição para uma economia mais sustentável. Estas mitigam não apenas riscos climáticos, mas também fortalecem a resiliência da empresa e dos seus clientes diante dos desafios das alterações climáticas.

Desse modo, existem várias iniciativas a destacar. Nos últimos anos, a Fidelidade tem estado cada vez mais activa na implementação de iniciativas direccionadas para a descarbonização. «Para começar, estamos a adoptar medidas de eficiência energética nas nossas operações e a transitar para uma frota eléctrica ou híbrida, com a meta de reduzir as emissões operacionais em 50% até 2030. Em termos de investimentos, estamos a rever a nossa política para conseguirmos reduzir as emissões dos nossos activos em 40% até 2030, priorizando empresas sustentáveis.

Fazemos ainda várias campanhas de sensibilização com o propósito de promover, tanto nos colaboradores como junto de clientes, a importância da sustentabilidade. Mas este ano também vai ficar marcado por um grande acontecimento para nós, que é o lançamento do Impact Center for Climate Change. É uma



INVESTIMENTOS

NO ÂMBITO DOS INVESTIMENTOS, REFORÇAMOS A NOSSA ESTRATÉGIA PARA INTEGRAR CRITÉRIOS ESG (AMBIENTAIS, SOCIAIS E DE GOVERNANÇA), DIRECCIONANDO OS NOSSOS INVESTIMENTOS PARA EMPRESAS E PROJECTOS QUE PRIORIZAM A SUSTENTABILIDADE

FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808

iniciativa que tínhamos apresentado no ano passado, quando estivemos presentes na COP28, e que agora se torna uma realidade. Trata-se de um centro de diálogo para o estudo, a investigação e a partilha de conhecimento com a sociedade, aliando competências e recursos internos da Fidelidade à investigação científica e outras entidades», revela fonte oficial da empresa.

STAKEHOLDERS

A Fidelidade pretende ser um agente de mudança, promovendo a sustentabilidade não apenas internamente, mas também entre os seus stakeholders – clientes, parceiros e a sociedade em geral. Para isso, tem vindo a ajustar os produtos de seguros, oferecendo soluções que incentivam comportamentos responsáveis, como seguros para veículos eléctricos e projectos de energia renovável.

«Realizamos campanhas de sensibilização que informam os clientes sobre como podem reduzir o seu impacto ambiental, nomeadamente através da adopção de práticas como uma condução mais sustentável e estabelecemos parcerias com organizações sustentáveis, colaborando em iniciativas que promovem a transição para uma economia de baixo carbono, como projectos de proteção ambiental e inovação tecnológica.

No âmbito dos investimentos, reforçamos a nossa estratégia para integrar critérios ESG (ambientais, sociais e de governança), direccionando os nossos investimentos para empresas e projectos

que priorizam a sustentabilidade. Mas não esquecemos o necessário envolvimento com a sociedade. Apoiamos programas de responsabilidade social e ambiental que beneficiam comunidades afectadas pelas mudanças climáticas e participamos activamente em fóruns globais sobre sustentabilidade, como a COP, contribuindo para soluções colaborativas para os desafios climáticos. Este ano estaremos novamente presentes na COP29, que se realizará em Novembro, para apresentar as principais iniciativas que vamos promover neste tema», destaca fonte oficial da empresa.

Sobre a forma como a Fidelidade envolve os seus colaboradores na promoção diária de práticas sustentáveis começam, naturalmente, pela formação e sensibilização nos temas de sustentabilidade e vão realizando periodicamente formações em temas como a eficiência

energética, redução de desperdícios e mobilidade sustentável.

«Também procurámos incentivar a mobilidade sustentável no dia-a-dia das nossas pessoas, adaptando os espaços de trabalho com infraestruturas para recarga de veículos eléctricos e estacionamento para bicicletas, de forma a facilitar a adopção destas práticas. Por fim, procurámos tornar a sustentabilidade numa parte integrante da nossa própria cultura corporativa. A sustentabilidade está presente em todos os níveis da empresa, desde a gestão de resíduos até à redução de emissões. Acreditamos que, ao envolver os colaboradores nas nossas metas de sustentabilidade, estamos a criar um ambiente onde a responsabilidade ambiental é partilhada por todos, permitindo que cada pessoa contribua para um futuro mais sustentável», conclui fonte oficial da empresa. ●

TECNOLOGIA

Existem três componentes principais para minimizar o impacto ambiental: a utilização de inteligência artificial (IA), a criação de produtos e serviços sustentáveis e a digitalização de processos.

A IA otimiza operações e melhora a gestão de sinistros, permitindo prever e mitigar riscos ambientais, como desastres climáticos, e preparando melhor a empresa e seus clientes. Um exemplo de produto sustentável é o Fidelidade Drive, uma aplicação que recompensa a condução segura, promovendo a segurança rodoviária.

Além disso, a Fidelidade investe na digitalização para reduzir o uso de papel e aumentar a eficiência, oferecendo serviços online que minimizam o impacto ambiental associado a processos tradicionais.



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL



PROMOVER A ECONOMIA CIRCULAR

A EMPRESA TEM UM PAPEL FUNDAMENTAL A DESEMPENHAR NA PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE

A

iServices tem-se destacado no mercado não apenas pela qualidade dos serviços, mas também pela consciência económica, social e ambiental. « Reconhecemos que, como empresa, temos um papel fundamental a desempenhar na preservação do meio ambiente, e, por isso, temos implementado várias iniciativas que visam a redução da nossa pegada ecológica.

Uma das principais acções é a transição para uma frota de viaturas eléctricas. Esta decisão não só ajuda a minimizar as emissões de gases poluen-

tes, mas também reforça o nosso compromisso com a mobilidade sustentável. Complementando isso, optimizamos os nossos processos de transporte, assegurando que as nossas operações logísticas sejam mais eficientes e menos impactantes ao meio ambiente. Além disso, temos uma abordagem criteriosa na selecção dos materiais que utilizamos nos nossos produtos e serviços. Optamos por parceiros e fornecedores que compartilham a nossa visão de circularidade, pro-

movendo práticas que garantem a redução de resíduos e a utilização de recursos de forma responsável. Estamos a implementar metodologias de sensibilização e controlo das práticas ambientais dos nossos fornecedores, assegurando que todos estejam alinhados com as nossas metas de sustentabilidade», explica Bruno Borges, CEO da iServices.

O responsável destaca também o crescimento contínuo na quantidade de reparações e na comercialização



DISTINÇÃO

TEMOS ORGULHO EM SER UMA DAS 11 EMPRESAS DE PORTUGAL A RECEBER O SELO DE ESCOLHA SUSTENTÁVEL, O QUE REFLECTE O NOSSO COMPROMISSO COM A RESPONSABILIDADE AMBIENTAL E A CIRCULARIDADE

iServices
Reparação Multimarca

de equipamentos reconicionados. Esse aumento nas operações não apenas contribui para a redução do desperdício, mas também promove uma economia circular, onde produtos são reaproveitados, prolongando seu ciclo de vida e, assim, diminuindo a necessidade de produção de novos produtos. «Essas iniciativas são um reflexo do nosso compromisso. Estamos profundamente cientes de que cada pequeno esforço conta, e estamos determinados a acelerar nesse caminho, levando a iServices a um patamar onde a responsabilidade ambiental é uma prioridade estratégica», acrescenta.

A política de sustentabilidade da iServices reflecte o compromisso com a redução das emissões de carbono. Monitoriza trimestralmente os consumos de CO₂, o que permite avaliar continuamente o desempenho ambiental e identificar áreas onde pode melhorar, bem como contribuir para o cumprimento do Objectivo 13 da Agenda 2030 da ONU, que visa agir contra as alterações climáticas e os seus impactos.

Este acompanhamento é fundamental para garantir que estão no caminho certo em direcção aos objetivos de sustentabilidade. «Actualmente, estamos a dar um passo significativo ao iniciar um processo de certificação carbono zero. Embora ainda não tenhamos o relatório final, estamos confiantes que, devido à natureza do nosso modelo de negócio, já conseguimos alcançar um estado de efectiva neutralidade carbónica. Isto deve-se, em grande parte, aos nossos serviços



PARA MEDIR E ACOMPANHAR O IMPACTO AMBIENTAL AO LONGO DO TEMPO, A EMPRESA ADOPTOU UMA ABORDAGEM MULTIFACETADA PARA MEDIR E ACOMPANHAR OS IMPACTOS, ASSEGURANDO QUE OS ESFORÇOS SEJAM CONTÍNUOS E EFICAZES

de reparação e reconicionamento de equipamentos electrónicos, que não apenas prolongam a vida útil dos produtos, mas também evitam que se gerem resíduos eletrónicos e a necessidade de produção de novos equipamentos, os quais costumam ser responsáveis por significativas emissões de carbono. Estamos orgulhosos de ser uma das poucas empresas a adoptar tais práticas, e continuaremos a trabalhar para fortalecer e expandir as iniciativas que promovem um futuro totalmente alinhado com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da ONU», sublinha Bruno Borges, CEO da iServices

ABORDAGENS

Para acompanhar o impacto ambiental ao longo do tempo, a empresa adoptou uma estratégia com várias áreas de ação que monitoriza os impactos, assegurando que os esforços sejam contínuos e eficazes. «A título de exemplo», continua o responsável, «este processo foi iniciado há vários anos com uma decisão consciente para minimizar o consumo de energia, optando pela utilização de lâmpadas LED em todas as lojas e instalações, o que permitiu não apenas reduzir os consumos energéticos, mas também diminuiu significativamente as emissões de carbono associadas à operação.

Recentemente, foi implementada uma frota de viaturas eléctricas, o que permite monitorizar e reduzir a pegada de carbono relacionada ao transporte. Essa transição é acompanhada por métricas que ana-



» Bruno Borges, CEO da iServices

lisam tanto a redução de emissões quanto a economia de combustível», explica Bruno Borges.

A iServices estabeleceu também parcerias estratégicas para a reciclagem dos materiais que, por via dos consumos inerentes às operações podem gerar desperdício, sendo este um componente essencial da estratégia de sustentabilidade. Monitorizou o volume de peças e equipamentos reparados, reconicionados e reciclados, o que permite quantificar o impacto positivo de iniciativas no âmbito da economia circular.

«Outro aspecto crucial é que todos os colaboradores utilizam equipamentos reconicionados. Além disso, temos cuidado na selecção de parceiros e fornecedores da cadeia de abastecimento, garantindo que realizam verificações para confirmar que eles adoptam



as melhores práticas». Por fim, organizam e agrupam todos os materiais, equipamentos e produtos oriundos das importações, um processo que não só permite uma melhor rastreabilidade, mas também facilita a realização de auditorias periódicas, garantindo que continuam alinhados com as metas de sustentabilidade.

«Monitorizamos todos os aspectos das nossas operações de reparação e recondicionamento, assegurando que cada etapa do processo esteja alinhada com as melhores práticas de sustentabilidade. No que diz respeito às peças frequentemente reparadas, como vidros e baterias, estabelecemos parcerias com entidades certificadas que asseguram a reciclagem e descarte apropriado de 100% destas peças. Reconhecemos que a reciclagem de baterias, em particular, desempenha um papel crucial na redução do impacto ambiental e na conservação dos recursos naturais. Ao reciclar estes componentes, conseguimos recuperar metais valiosos, como lítio, cobalto e níquel, que podem ser reutilizados em novas produções, ampliando assim o ciclo de vida dos materiais e minimizando a necessidade de extração de novos recursos.

No que se refere aos vidros, implementamos um sistema interno que permite reciclar cerca

de 10% dos resíduos gerados, enquanto os restantes 90% são encaminhados para os nossos parceiros certificados, que são responsáveis pela reciclagem e reintrodução desses materiais no mercado. Este processo não apenas contribui para a economia circular, mas também garante que os resíduos sejam tratados de forma ambientalmente responsável», refere Bruno Borges.

Desde o primeiro dia da existência no mercado que a iServices está comprometida em desenvolver produtos e serviços que atendem, não apenas às necessidades dos clientes, mas também promovem a redução da pegada ambiental gerada pelo consumo de tecnologia. «Neste sentido, focamo-nos na promoção de uma economia circular, incentivando os nossos clientes a optarem por reparar os seus equipamentos ou optarem por equipamentos reconicionados, que são rigorosamente avaliados e restaurados e oferecem uma alternativa sustentável aos novos dispositivos, ajudando a minimizar o desperdício e a extração de mais recursos naturais.

O facto de comercializarmos equipamentos reconicionados não significa que se tratem de equipamentos obsoletos. Pelo contrário, somos defensores de que o consumidor deve ter à sua disposição uma alternativa moderna e sustentável, que proporciona acesso a tecnologia de ponta a um custo acessível e responsável. Todos os anos, ampliamos o nosso portefólio com os modelos mais recentes», conclui o CEO. ●

FUTURO

A iServices está presente em 4 geografias distintas: Portugal, Espanha, França e Bélgica. Em França e na Bélgica, por exemplo, foram agradavelmente surpreendidos com a existência de incentivos à reparação que favorecem a adopção de práticas sustentáveis. «No entanto, em Portugal, lamentavelmente, ainda não contamos com incentivos semelhantes, o que representa um desafio significativo para a promoção da reparabilidade e da economia circular. Destaco, por exemplo, a questão do IVA de 23% aplicado às reparações que, na minha opinião, pode ser um obstáculo à reparação dos equipamentos electrónicos. Acredito que uma revisão dessa política tributária poderia incentivar mais consumidores a optar pela reparação em vez da compra de novos produtos, resultando num impacto ambiental positivo».



BLACK FRIDAY

APROVEITE A **ORANGE SEASON**

1 a 30 de novembro de 2024



iServices
Reparação Multimarca

Descubra todas
as ofertas no
nosso website!



iservices.pt



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

KIA

IMPACTO NA SOCIEDADE

O COMPROMISSO DA MARCA RESIDE NA CAPACIDADE DE SUPERAR EXPECTATIVAS E EM FACILITAR A TRANSIÇÃO PARA UMA MOBILIDADE SUSTENTÁVEL, CRIANDO PROPOSTAS DE VALOR ATRACTIVAS

A

Kia assumiu claramente o objectivo de se tornar um fornecedor global de soluções de mobilidade sustentável, com uma abordagem holística que vai além do produto, ou seja, criando todo um ecossistema de inovação com o foco absoluto na resposta aos anseios das pessoas.

Do investimento total de cerca de 26 mil milhões de euros que a marca tem previsto realizar até 2028, focado na renovação da sua oferta de modelos e no processo de electrificação, mais de um terço é destinado a negócios futuros e ao desenvolvimento de serviços e soluções tecnológicas inovadoras e disruptivas, que darão certamente um significativo contributo para consolidar a transição para uma mobilidade sustentável e reforçar o papel activo da marca nesta mudança de paradigma. «Este é um reflexo claro da nossa consciência de que, enquanto importante player global na indústria automóvel, com mais de três milhões de veículos vendidos anualmente, temos responsabilidades acrescidas na criação de impacto positivo na sociedade e no contributo para as grandes metas de sustentabilidade

à escala global», afirma Miguel Santos, Marketing Director da Astarta Portugal.

Nesse sentido, a Kia definiu em 2020 um compromisso de longo prazo para com a mobilidade sustentável, materializado no designado “Plan S”. Esta estratégia global contempla uma robusta ofensiva de produto, com um reforço da gama para 15 modelos EV até 2027, destinados a dife-

rentes segmentos, impulsionando a transição para os veículos eléctricos e a expansão dos serviços de mobilidade do futuro.

Do ponto de vista das vendas, a ambição é clara: a marca estabeleceu uma meta anual de 4,3 milhões de unidades em 2030, incluindo 1,6 milhões de veículos 100% eléctricos, o que significa um aumento de mais de 30% nas vendas totais face ao previsto para





AMBIÇÃO

A MARCA ESTABELECEU UMA META ANUAL DE 4,3 MILHÕES DE UNIDADES EM 2030, INCLUINDO 1,6 MILHÕES DE VEÍCULOS 100% ELÉCTRICOS, O QUE SIGNIFICA UM AUMENTO DE MAIS DE 30% NAS VENDAS TOTAIS FACE AO PREVISTO PARA O CORRENTE ANO



o corrente ano. Ao colocar em prática este plano de desenvolvimento, a Kia demonstra hoje uma dinâmica incontornável no domínio da electrificação.

O renovado portefólio de modelos, assente numa plataforma dedicadas para veículos eléctricos, em conjugação com tecnologia revolucionária de baterias e de velocidade de carregamento, pretende cobrir um amplo leque

» Do investimento total de cerca de 26 mil milhões de euros que a marca tem previsto realizar até 2028, focado na renovação da sua oferta de modelos e no processo de electrificação, mais de um terço é destinado a negócios futuros

de necessidades, desde os modelos mais compactos de passageiros até grandes SUV familiares de sete lugares, como o recém-lançado e já multipremiado EV9, expoente máximo tecnológico da marca. Todos estes modelos estão em linha com os quatro eixos centrais de desenvolvimento definidos pela marca, que são a conectividade, condução autónoma, desempenho e design.

«A aceleração desta estratégia de electrificação passa, por modelos de extrema importância, dos quais destaco o EV3 que iremos introduzir até ao final do ano e será um dos modelos mais importantes da marca. Trata-se de um SUV compacto com um design absolutamente extraordinário e tecnologicamente avançado, que vai apresentar a maior autonomia do segmento, através de uma bateria de 81,4kWh que permitirá distâncias até 605kms e carregamentos a 400V. Para 2025, o calendário de novos lançamentos será exaustivo, com a introdução do facelifit do EV6 e do Sportage PHEV e ainda o lançamento dos novos EV4 e EV5», acrescenta o responsável. Além disso, a Kia volta também ao segmento dos comerciais, com um conceito absolutamente disruptivo no segmento de veículos de comerciais ligeiros, 100% eléctricos, com a introdução do PV5, o primeiro modelo de uma gama que será depois completada em 2026 e 2027.

DESAFIOS

O grande desafio consiste em continuar a ter a capacidade de

criar soluções que respondam às verdadeiras necessidades de pessoas e empresas, seja qual for o tipo de utilização pretendido. «No quadro global de emergência climática que atravessamos e perante metas concretas de descarbonização, a Kia tem feito a sua parte, percorrendo um caminho consistente de adequação a uma nova realidade, e muitas vezes liderando esta transformação. Um exemplo de pioneirismo é a forma disruptiva como está a iniciar o seu percurso no segmento de veículos comerciais ligeiros e que é revelador do pioneirismo da marca. Para este segmento, iremos introduzir, já em 2025, a nossa nova gama PBV, que significa “Platform Beyond Vehicle”, constituída por veículos totalmente eléctricos e customizáveis em função da solução pretendida pelos clientes.

Assente numa plataforma eléctrica dedicada, trata-se de um passo decisivo na inauguração de uma nova era em termos de versatilidade, mas vai mais longe na forma como endereça as grandes metas: estes veículos vêm contribuir para resolver o “quebra-cabeças” ambiental nas grandes cidades, onde as actividades de delivery – ou last mile delivery – colocam desafios complexos em termos de emissões associadas ao sector transportador», sublinha Miguel Santos, Marketing Director da Astarta Portugal.

SUSTENTABILIDADE

A utilização de materiais sustentáveis na produção dos diferentes modelos é uma forte componente neste



domínio e porventura aquela que será mais visível para os clientes que todos os dias se sentam ao volante de um Kia. O plano definido implica a eliminação da utilização de couro de origem animal, a aplicação de dez itens sustentáveis obrigatórios e o investimento em inovação com vista ao desenvolvimento de novos materiais de base biológica.

Por exemplo, no novo EV3 estão incorporados 28 kg materiais obtidos através do programa The Ocean Cleanup, uma iniciativa que desenvolve e promove tecnologias capazes de recolher o plástico que existe nos oceanos e com a qual a Kia mantém uma parceria global de longo prazo, num excelente exemplo de circularidade de recursos.

Também nos novos PBV da Kia está prevista uma ampla utilização de materiais como o bioplástico, o plástico PCM (“Post Consumer Material”) e a tinta biológica, assim como os tecidos, feltros e fios em



A ADOÇÃO DE COMPORTAMENTOS MAIS SUSTENTÁVEIS É UMA NECESSIDADE INCONTORNÁVEL E OS CONSUMIDORES PORTUGUESES ESTÃO, TAMBÉM ELES, A FAZER ESSE PROCESSO DE TRANSIÇÃO

PET reciclado e a espuma bio-PU. A aplicação destes materiais não só limita o impacto ambiental actual e futuro destes veículos, como proporciona um apelo visual e táctil único, que leva à criação de novos valores estéticos.

Esta estratégia de redução do impacto ambiental estende-se igualmente à rede de postos de carregamento, espalhada por toda a Europa. Ao utilizarem o sistema “Kia Charge”, os clientes Kia estão a aumentar a utilização de energia com origem em fontes renováveis cada vez que efectuem carregamentos nas estações públicas. Toda a energia consumida será reposta pela marca na rede de abastecimento com recurso a energia verde certificada, proveniente de centrais eólicas.

A Kia não se preocupa apenas com o que faz – o produto – mas também como o faz. Por isso, estabeleceu a meta de neutralidade

carbónica das suas operações até 2045, antecipando em cinco anos as grandes metas internacionais. «No plano industrial, destaco a adesão da Kia à iniciativa global RE 100, que junta grandes empresas de todo o mundo no compromisso de utilização de 100% de fontes sustentáveis de energia na produção. A marca estabeleceu a meta de atingir este nível total de incorporação em 2040, cumprindo uma primeira etapa de 100% de fontes renováveis em todas as suas fábricas fora da Coreia até 2030 e no seu país de origem na década seguinte. Este processo contempla, por exemplo, uma forte componente de energia solar para abastecimento energético das fábricas, a utilização exclusiva de veículos eléctricos nos centros administrativos bem como a utilização de pilhas de combustível a hidrogénio como fonte energética dos complexos industriais, dando também aqui um contributo para o desenvolvimento da cadeia de valor do hidrogénio.

Este plano de ação da Kia passa também por ajudar os principais parceiros nos seus processos de descarbonização, tendo sido estabelecidas linhas orientadoras e um programa de suporte à redução de GEE e ao cumprimento das metas de neutralidade carbónica. A título de exemplo, a Kia está a trabalhar de perto com os fornecedores de aço para que estes possam passar a fornecer “aço verde” e reduzir as suas emissões para cerca de um terço face ao patamar actual», conclui Miguel Santos, Marketing Director da Astara Portugal. ●

Kia EV9 100% elétrico

Uma nova dimensão de evolução.



Movement that inspires

O novo Kia EV9 representa a visão da marca para o futuro da mobilidade sustentável.

Com espaço para sete lugares e uma autonomia de até 563 km, este SUV 100% elétrico permite um carregamento ultrarrápido de 800 V com uma recarga de 239 km em apenas 15 minutos. É o primeiro modelo da Kia a integrar a estratégia de design sustentável, com recurso a materiais de base biológica e recicláveis na sua produção.

Descubra o Kia EV9 e as suas vantagens fiscais para empresas em www.kia.pt





ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

LOGICALIS

**«O PAPEL DOS LÍDERES
É DETERMINANTE PARA
ASSEGURAR UM FUTURO
SUSTENTÁVEL NAS
ORGANIZAÇÕES»**





DESCARBONIZAÇÃO

NO QUE TOCA ÀS EMISSÕES DE CARBONO, TEMOS O OBJECTIVO DE ALCANÇAR A NEUTRALIDADE NAS EMISSÕES DE SCOPE 1 E SCOPE 2, E GARANTIR QUE 75% DA ENERGIA QUE UTILIZAMOS NAS NOSSAS OPERAÇÕES GLOBAIS SEJA RENOVÁVEL ATÉ 2025



LOGICALIS

O MAIS RECENTE GLOBAL CIO REPORT DA LOGICALIS REVELA QUE 80% DOS CIOS ENFRENTAM DIFICULDADES EM ANALISAR O DESEMPENHO DA SUA PEGADA DIGITAL

A

Logicalis reconhece que o ESG (Ambiental, Social e Governança) já não é apenas uma questão de conformidade, mas sim um verdadeiro diferenciador competitivo. Em entrevista à Executive Digest, Neuza Alcobio, directora de Marketing e Comunicação na Logicalis Portugal, explica como a empresa pode ajudar na transformação digital sustentável das organizações.

Pode começar por nos falar um pouco sobre o seu papel na Logicalis e o tema que nos traz hoje?

Sou directora de Marketing e Comunicação na Logicalis Portugal e gostaria de partilhar os nossos progressos na área de Responsible Business, em particular a nossa visão sobre a Customer Journey para um IT mais sustentável, que temos vindo a desenvolver nos últimos anos para os nossos clientes.

Falemos então de transformação digital. Qual é, na sua opinião, o ponto de partida, sobretudo quando o foco é a sustentabilidade?

A transformação digital começa sempre com a visibilidade, especialmente quando queremos que seja eficiente, resiliente e responsável. O mais recente Global CIO Report da Logicalis revela que 80% dos CIOs enfrentam dificuldades em analisar o desempenho da sua pegada digital. E, no entanto, o papel destes líderes é cada vez mais determinante para assegurar um futuro sustentável nas organizações. O que não se pode medir, não se pode gerir. Por isso, garantir essa visibilidade é o primeiro passo no nosso percurso para um Responsible Business.

Como é que a Logicalis tem integrado esta visão na sua estratégia empresarial?

Na Logicalis, reconhecemos que o ESG (Ambiental,



Social e Governança) já não é apenas uma questão de conformidade, mas sim um verdadeiro diferenciador competitivo. Para nos mantermos na vanguarda enquanto líderes tecnológicos, a nossa agenda de Responsible Business tornou-se um eixo estratégico transversal a toda a organização. Nos últimos três anos, implementámos uma estratégia focada em três áreas principais: as nossas

>> Neuza Alcobio, directora de Marketing e Comunicação na Logicalis Portugal

peçoas, as nossas comunidades e o nosso planeta.

Pode-nos falar um pouco mais sobre as metas que definiram para cada uma dessas áreas?

Por exemplo, no que toca às emissões de carbono, temos o objectivo



de alcançar a neutralidade nas emissões de scope 1 e scope 2, e garantir que 75% da energia que utilizamos nas nossas operações globais seja renovável até 2025. Além disso, implementámos políticas de viagens sustentáveis, e, só no último ano, conseguimos reduzir 26% das emissões de carbono associadas a viagens, apesar de termos registado um aumento de 23% nas deslocações do grupo. Outro foco importante tem sido a gestão de resíduos electrónicos, com o objectivo de processar 50% desses resíduos de forma sustentável já no início de 2025.

Como é que a tecnologia desempenha um papel neste percurso?

A tecnologia é fundamental. De-

» A nossa abordagem assenta em quatro pilares: educar, avaliar, navegar e mitigar. Começamos por educar os nossos clientes sobre o impacto das suas emissões tecnológicas, ajudando-os a compreender onde podem melhorar

se envolvemos a plataforma Logicalis Managed Digital Fabric, que oferece aos nossos clientes uma visão em tempo real do desempenho do seu ecossistema digital, incluindo métricas de impacto ambiental. Isto permite transformar a visibilidade em acções concretas, possibilitando uma gestão mais eficaz da pegada digital sem comprometer a eficiência ou inovação. Para além disso, estamos a trabalhar com iniciativas como a Ecovadis e a SBTi, que nos ajudam a auditar e medir o nosso progresso em áreas como a cadeia de fornecimento e a divulgação de emissões.

E podem partilhar alguns exemplos de como estas iniciativas já estão a fazer a diferença para os vossos clientes?

Um dos exemplos mais relevantes é a colaboração com a Noble Foods, um dos maiores fornecedores mundiais de alimentos frescos. Ajudámos este cliente a dar passos significativos para atingir o objectivo de Net Zero até 2050, através da modernização da sua rede e da reciclagem do hardware antigo. Outro caso de sucesso é o SMAS Torres Vedras, onde, em parceria com a Cisco, implementámos uma solução avançada de gestão de água e resíduos que melhorou a eficiência operacional e a segurança da infraestrutura.

Falou há pouco da Customer Journey para um IT sustentável. Como é que essa jornada é desenhada para os vossos clientes?

A nossa abordagem assenta em quatro pilares: educar, avaliar,

navegar e mitigar. Começamos por educar os nossos clientes sobre o impacto das suas emissões tecnológicas, ajudando-os a compreender onde podem melhorar. Depois, avaliamos as suas operações e identificamos as principais fontes de emissões. Com base nisso, desenhamos estratégias tecnológicas sustentáveis e, finalmente, ajudamos a implementar soluções que reduzem as emissões e promovem a economia circular. Um dos nossos compromissos é ajudar os clientes a reduzir 5 milhões de toneladas de CO2 até 2030 e a desviar 1 milhão de toneladas de resíduos electrónicos dos aterros.

Como é que a Logicalis pretende continuar a liderar esta transformação?

A nossa missão é ser o IT Provider de eleição para os clientes que querem aliar eficiência e sustentabilidade. Temos ambições claras, como prolongar a vida útil dos equipamentos, contribuindo para a acessibilidade tecnológica e para a mitigação da pobreza tecnológica. A inovação constante, aliada a metas ambiciosas e a processos robustos, é o que nos permite liderar com responsabilidade e apoiar os nossos clientes na sua própria jornada para um IT mais sustentável. ●

Nota:
Faça o download gratuito do nosso CIO Report 2024 (www.pt.logicalis.com/cio-report) e do nosso Responsible Business Report 2024 (www.logicalis.com/our-responsible-business).

Para mais informações sobre como a Logicalis Portugal pode ajudar na transformação digital sustentável da sua organização, entre em contacto connosco: www.pt.logicalis.com/contactos



A Plataforma Logicalis Managed Digital Fabric

Integre a tecnologia digital
em todo o seu negócio para que
possa prosperar com a mudança.

Uma visão única do seu tecido digital



Obtenha economias de escala a partir do desempenho da interoperabilidade.



Obtenha uma visão em tempo real de todo o seu suite tecnológico.



Aproveite insights poderosos e compare-os com benchmarks de referência.

- Economia
- Disponibilidade
- Segurança
- Customer Experience
- Sustentabilidade

Gostaria de fazer uma demonstração?

pt.logicalis.com/managed-digital-fabric



L'ORÉAL

INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL

A EMPRESA POSSUI UMA POLÍTICA FORMAL DE SUSTENTABILIDADE QUE ESTÁ COMPLETAMENTE ALINHADA COM O PROGRAMA GLOBAL L'ORÉAL FOR THE FUTURE

A

descarbonização na L'Oréal é um esforço contínuo que passa por várias frentes. A prioridade é a transição para energias renováveis em todas as fábricas. Este esforço já está em curso, com várias das unidades a funcionar com energia 100% renovável, e a implementação de tecnologias

de eficiência energética está a permitir uma redução significativa das emissões.

«Paralelamente, estamos a transformar a cadeia de abastecimento, incentivando os nossos fornecedores a adoptarem práticas de baixo impacto ambiental, como a utilização de transporte mais eficiente e materiais de origem sustentável. Também estamos a apostar em soluções de transporte mais ecológicas, como o uso de camiões de baixo carbono e a optimização da logística para reduzir o número de viagens necessárias. Desta forma, estamos a abordar não apenas as emissões directas, mas também as emissões indirectas associadas ao transporte e distribuição.

Além disso, temos um foco crescente no desenvolvimento de produtos mais sustentáveis, como as embalagens de refill e os produtos sólidos, que utilizam menos recursos e são mais ecológicos ao longo do seu ciclo de vida. Estas iniciativas



reflectem a nossa visão para um futuro mais verde e fazem parte da estratégia global da L'Oréal para liderar a transição para um modelo de negócio mais sustentável», explica Ana Sofia Amaral, responsável de Sustentabilidade da L'Oréal Portugal.

A empresa possui uma política formal de sustentabilidade que está completamente alinhada

com o programa global L'Oréal for the Future, lançado em 2020. Este programa é o plano de acção estratégico para transformar a forma de operar, colocando a Sustentabilidade no centro de todas as decisões. O L'Oréal for the Future define uma série de metas a serem alcançadas até 2030 e 2050, abrangendo várias áreas como a descarbonização, o uso de



PROGRAMA

O PROGRAMA GLOBAL L'ORÉAL FOR THE FUTURE, LANÇADO EM 2020, É O PLANO DE ACÇÃO ESTRATÉGICO PARA TRANSFORMAR A FORMA DE OPERAR, COLOCANDO A SUSTENTABILIDADE NO CENTRO DE TODAS AS DECISÕES

L'ORÉAL
FOR THE FUTURE



recursos hídricos e a circularidade dos materiais.

«Este ano revemos a nossa trajectória de descarbonização de acordo a SBTi (Science Based Targets initiative) e o standardNET-ZERO (Até 2030, pretendemos reduzir em 57% as emissões de carbono associadas às nossas operações e em 28% as emissões ligadas ao scope 3, versus o ano

ATÉ 2030, PRETENDEMOS QUE 95% DOS NOSSOS INGREDIENTES SEJAM DE ORIGEM BIOLÓGICA, DERIVADOS DE MINERAIS ABUNDANTES OU PROVENIENTES DE FONTES CIRCULARES

de 2019. Estas metas são suportadas por um compromisso em assegurar que 100% das nossas fábricas utilizem energia renovável até 2025 e que todos os nossos ingredientes e embalagens sejam de origem sustentável», acrescenta a responsável.

O L'Oréal for the Future também promove a inovação sustentável, com o objectivo de melhorar o perfil ambiental de 100% dos novos produtos, garantindo que cada nova solução tenha um impacto ambiental inferior ao seu antecessor. Esta estratégia é acompanhada por investimentos significativos em pesquisa e desenvolvimento, criando soluções mais verdes em todas as áreas da actividade, desde as embalagens até à logística e distribuição.

«Com o L'Oréal for the Future, estamos a transformar o nosso modelo de negócio para que seja verdadeiramente sustentável e

estamos a contribuir activamente para a construção de um futuro melhor, não só para a L'Oréal, mas para a sociedade e o planeta. Além disso, temos programas inovadores como o Hairstylist for the Future, que envolve os salões de cabeleireiro no compromisso com a sustentabilidade, promovendo a redução do consumo de água e a reciclagem de resíduos», explica Ana Sofia Amaral.

DESAFIOS E METAS

A implementação de iniciativas ambientais enfrenta vários desafios, sendo um dos mais significativos a transformação profunda da cadeia de valor para incorporar práticas mais sustentáveis. Trabalhar com uma vasta rede de fornecedores exige não apenas a implementação de novos processos, mas também uma mudança de mentalidade, para garantir que todos adoptam práticas responsáveis e ambientalmente conscientes. Um dos grandes objectivos é assegurar a rastreabilidade total das matérias-primas de origem vegetal até 2030, o que implica um esforço contínuo na monitorização e cooperação com agricultores e fornecedores para garantir que os materiais são obtidos de forma ética e sustentável.

Outro desafio está relacionado com a substituição de ingredientes não renováveis por opções renováveis de base biológica. Embora tenham feito avanços significativos, como o desenvolvimento de polímeros de base biológica que aumentaram a percentagem de ingredientes renováveis em produtos como máscaras de olhos de 40%



» Ana Sofia Amaral, responsável de Sustentabilidade e RSC da L'Oréal Portugal

para 98%, continuar a expandir esta inovação a todos os produtos requer um grande investimento em pesquisa e desenvolvimento.

As Ciências Verdes são uma das estratégias de investigação e inovação, para o desenvolvimento destas opções renováveis para melhorar o impacto ambiental dos produtos, mantendo um elevado desempenho e segurança. As Ciências Verdes estão posicionadas como o futuro da beleza, combinando biotecnologia, química verde e extracção verde para desenvolver ingredientes e formulações mais sustentáveis e de origem natural.

Finalmente, a adesão dos consumidores a novas formas de consumo também apresenta um desafio. Embora haja uma maior cons-



cientialização sobre as questões ambientais, ainda é necessário garantir que os consumidores compreendem e adoptam práticas mais sustentáveis, como o uso de produtos recarregáveis e formatos de refill. O objetivo é criar um impacto duradouro não apenas através dos produtos que desenvolvemos, mas também através de uma mudança nos comportamentos de consumo, tornando a sustentabilidade acessível e desejável para todos.

«Como já referido, as nossas metas estão definidas no âmbito do programa L'Oréal for the Future. Até 2030, pretendemos que 95% dos nossos ingredientes sejam de origem biológica, derivados de minerais abundantes ou provenientes de fontes circulares. Além disso, temos o objectivo de reduzir o consumo de água em 30% em todas as nossas operações e garantir que 100% da água utilizada seja reciclada e reutilizada nos nossos processos industriais até 2030.

No que diz respeito às embalagens, a nossa meta é que 100% das embalagens de plástico sejam

CONTINUAMOS A INVESTIR NA EDUCAÇÃO DOS CONSUMIDORES PARA QUE COMPREENDAM A IMPORTÂNCIA DE ADOTAREM PRÁTICAS MAIS SUSTENTÁVEIS NO SEU QUOTIDIANO

COLABORADORES

Na L'Oréal, acredita-se que a sustentabilidade deve começar dentro da própria organização. Envolver os colaboradores em práticas sustentáveis diárias através de formações regulares e campanhas internas de sensibilização. Incentivam a adopção de práticas sustentáveis, como a redução do consumo de energia nos escritórios e o uso de transportes mais ecológicos, como automóveis eléctricos e bicicletas.

O programa "Share & Care" é outro exemplo de como promovem o bem-estar no local de trabalho, incentivando práticas sustentáveis que envolvem tanto a vida profissional como pessoal dos colaboradores. Em várias das sedes, implementaram sistemas de reciclagem e promoveram iniciativas para a redução do uso de plásticos descartáveis.

Além de que, diariamente nas suas funções, os colaboradores devem pensar o negócio e todas as iniciativas que desenvolvem de forma sustentável, pois existem inúmeros indicadores que têm de ser atingidos para que possam alcançar as metas a que se comprometeram. Neste sentido, têm inclusive uma tribo L'Oréal For The Future, constituída por 12 colaboradores dedicados a diferentes áreas e segmentos dentro da sustentabilidade social e ambiental que têm naturalmente também um papel de dinamização e sensibilização dentro da companhia.



TECNOLOGIA

A L'ORÉAL ESTÁ A INVESTIR EM TECNOLOGIAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E MACHINE LEARNING PARA OPTIMIZAR PROCESSOS DE PRODUÇÃO E REDUZIR O CONSUMO DE ENERGIA

L'ORÉAL
FOR THE FUTURE

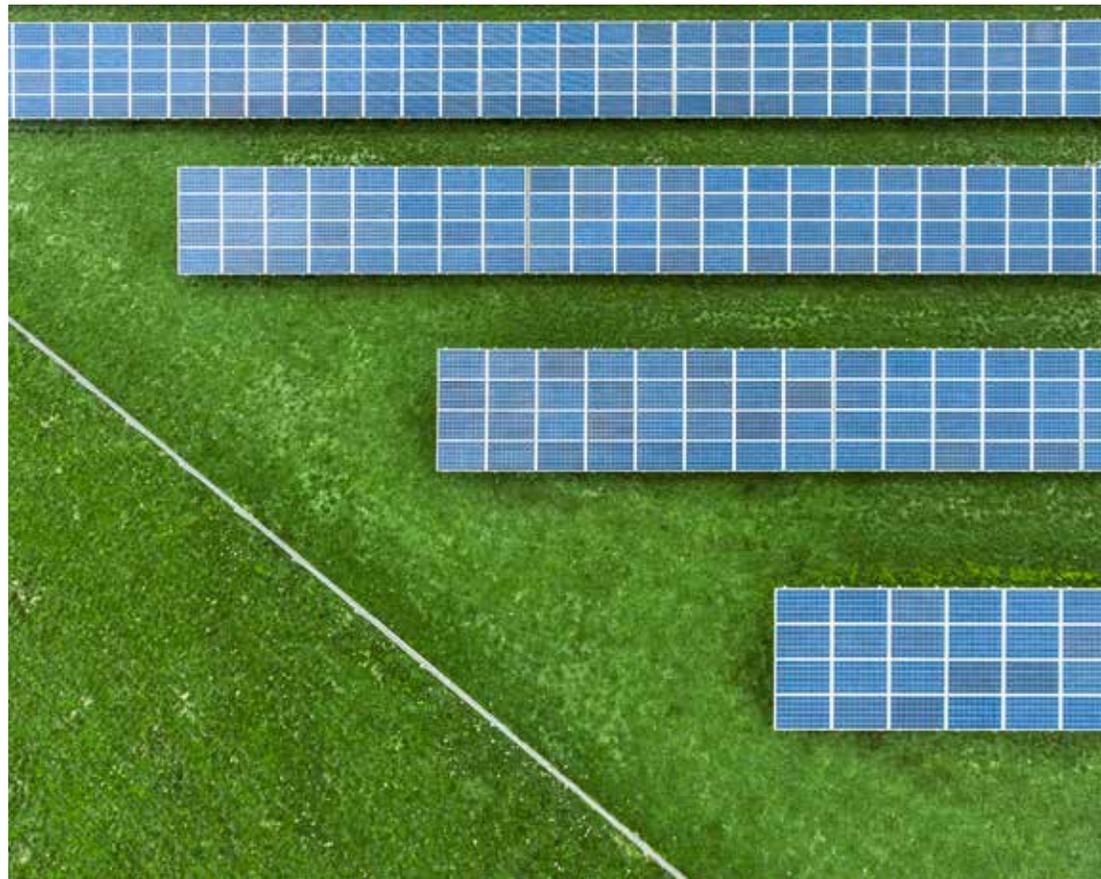
feitas de materiais reciclados ou de base biológica até 2030, com uma meta intermédia de 50% até 2025.

RECICLAGEM E TECNOLOGIA

A L'Oréal tem implementado diversas práticas no seu dia-a-dia para minimizar o impacto ambiental, envolvendo diretamente os colaboradores e as operações dos escritórios. «Nos nossos escritórios, promovemos a reciclagem de resíduos, com pontos de recolha para papel, plástico e outros materiais em todas as áreas de trabalho. Promovemos igualmente a reciclagem de embalagens de produtos de Beleza que depois utilizamos para outras finalidades como a realização de trabalhos artísticos.

Incentivamos também a redução do consumo de materiais descartáveis, eliminando plásticos de uso único e substituindo-os por alternativas reutilizáveis, como copos e garrafas de vidro ou metal. Além disso, adoptámos soluções digitais para reduzir o consumo de papel, promovendo um ambiente de trabalho mais digitalizado e menos dependente de impressões físicas. A nossa comunicação é 100% feita com base em ferramentas digitais», sublinha a responsável de Sustentabilidade da L'Oréal Portugal.

Em Portugal, a renovação dos escritórios resultou numa redução de 46,13% das emissões de CO₂, passando de 323 toneladas/ano para 174 toneladas/ano. Esta melhoria foi alcançada através de soluções mais eficientes em termos ener-



géticos, incluindo a optimização da iluminação, climatização e a introdução de equipamentos de baixo consumo.

A tecnologia é também uma ferramenta essencial na redução do impacto ambiental. A L'Oréal está a investir em tecnologias de inteligência artificial e machine learning para otimizar processos de produção e reduzir o consumo de energia. Um exemplo é o Water Saver, uma tecnologia inovadora desenvolvida em parceria com a startup suíça Gjosa, que permite reduzir o consumo de água em até

69% durante a lavagem de cabelo nos salões de cabeleireiro.

«Além disso, estamos a investir no desenvolvimento de novos métodos de produção que utilizam biotecnologia para a criação de ingredientes de origem renovável, minimizando o uso de recursos não sustentáveis. Este investimento em inovação tecnológica está a ajudar-nos a alcançar as metas de sustentabilidade estabelecidas no programa L'Oréal for the Future», conclui Ana Sofia Amaral, responsável de Sustentabilidade da L'Oréal Portugal. ●



ESPECIAL

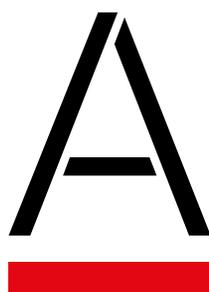
REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

PRIO

A TRANSIÇÃO ENERGÉTICA É UM ESFORÇO CONJUNTO



UM DOS MAIORES DESAFIOS QUE A PRIO ENFRENTA É A NECESSIDADE DE CRIAR SOLUÇÕES QUE PERMITAM EQUILIBRAR A SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL COM A VIABILIDADE ECONÓMICA



sustentabilidade é parte integrante do core de negócio e isso reflecte-se não apenas no produto final, mas em todo a cadeia de valor. Em entrevista à Executive Digest, Mariana Nicolau, Gestora de Projectos de Sustentabilidade, explica os principais

desafios e oportunidades da empresa para a liderança da transição energética acessível.

Quais são os principais compromissos da PRIO para reduzir a pegada de carbono no setor energético?

A PRIO está firmemente comprometida em liderar a transição

energética acessível. Acreditamos que a descarbonização é um desafio colectivo e que a aposta em diferentes soluções energéticas será essencial para tal. É por essa razão que apostamos na produção de biocombustíveis a partir de matérias-primas residuais como um dos pilares da nossa estratégia, continuamos a colocar no mercado produtos diferenciados, como o Zero Diesel, 100% de origem renovável, e o ECO Diesel, com 15% de energia renovável, e é também por isso que continuamos a apostar em expandir a nossa rede de postos de carregamentos eléctricos, sendo que fomos pioneiros na mobilidade eléctrica no país. A PRIO tem a sorte de ser uma “jovem” num sector algo tradicional. Quando surgimos, há 18 anos, a sustentabilidade ambiental já era ponto de relevo neste sector e é por isso que desde a primeira hora assumimos que o nosso sucesso dependeria da capacidade de entregar às pessoas diferentes soluções, cada vez mais ecológicas. É isso que temos feito.

Quais são os principais desafios que a PRIO enfrenta na transição para um modelo de negócio mais sustentável e na redução da pegada de carbono?

Um dos maiores desafios que a



INOVAÇÃO

A PRIO CONTINUA O SEU TRABALHO DE INOVAÇÃO E INVESTIGAÇÃO COM VISTA A EXPANDIR O SEU PORTEFÓLIO DE SOLUÇÕES DE ENERGIA RENOVÁVEL, NOMEADAMENTE EM BIOMETANO, HIDROGÉNIO VERDE E COMBUSTÍVEIS LÍQUIDOS MAIS ECOLÓGICOS



PRIO enfrenta é a necessidade de criarmos soluções que permitam equilibrar a sustentabilidade ambiental com a viabilidade económica. A descarbonização é essencial para todos, e os sectores da mobilidade e transporte têm um papel relevante na pegada carbónica. O desafio está em conseguir essa descarbonização sem sacrificar a competitividade económica. Mas atenção: olhamos para a transição energética mais do que um desafio, uma oportunidade única, que não podemos desperdiçar e com os incentivos certos Portugal tem todas as condições para liderar com geração de emprego e investimento na produção de soluções líquidas verdes. Sabemos que os clientes de hoje são mais exigentes e conscientes das questões ambientais. Ao mesmo tempo, procuram soluções que sejam simultaneamente económicas e mais ecológicas. E é exatamente esse o nosso foco em todos os produtos que desenvolvemos e colocamos no mercado.

Como é que a PRIO está a integrar os Objectivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU nas suas operações, especialmente em relação à redução de emissões de carbono?

A PRIO está perfeitamente alinhada com os ODS da ONU, nomeadamente em relação aos temas da energia renovável (ODS 7) e combater as alterações climáticas (ODS 13). A sustentabilidade é parte integrante do nosso core de negócio e isso reflecte-se não apenas no produto final, mas em

» Mariana Nicolau, Gestora de Projectos de Sustentabilidade da Prio

todo a nossa cadeia de valor. O nosso complexo PRIO Novas Energias, no Porto de Aveiro, tem sido palco de investimentos e contínuas melhorias ao longo dos anos. É um trabalho de inovação (ODS 9) que fazemos consistentemente e que se reflecte também na nossa aposta crescente na economia circular (ODS 12). Todos os anos temos diminuído os nossos níveis de desperdício de água durante a produção (ODS 6), ao mesmo tempo que apostamos cada vez mais em energias renováveis (ODS 7), como é o caso da solar, além do facto de entregarmos produtos onde cada vez mais transformamos diferentes matérias-primas residuais em fontes de energia e combustível mais ecológicas, mantendo a preocupação do crescimento e viabilidade económica (ODS 8)

A PRIO tem sido uma referência na produção de biocombustíveis. Quais são os desafios e benefícios na promoção do uso de biocombustíveis em larga escala em Portugal?

Os biocombustíveis apresentam inúmeros benefícios ambientais, contribuindo para a descarbonização sem a necessidade de alterar as infraestruturas ou os veículos existentes e, como é notório nos nossos produtos-chave, como é o caso do ECO Diesel, que além de ser mais ecológico, é um diesel mais limpo e com melhor performance. Contudo, é importante ter em conta que a transição energética



OLHAMOS PARA A TRANSIÇÃO ENERGÉTICA MAIS DO QUE UM DESAFIO, UMA OPORTUNIDADE ÚNICA, QUE NÃO PODEMOS DESPERDIÇAR E COM OS INCENTIVOS CERTOS PORTUGAL TEM TODAS AS CONDIÇÕES PARA LIDERAR COM GERAÇÃO DE EMPREGO E INVESTIMENTO NA PRODUÇÃO DE SOLUÇÕES LÍQUIDAS VERDES

não se faz de um dia para o outro. Este é um processo complexo que será tão mais eficaz quanto as entidades contribuírem para ele, nomeadamente através de sinergias dentro do sector, e também em incentivos que promovam o uso de combustíveis mais verdes. Do nosso lado, continuamos empenhados em sensibilizar o mercado para os benefícios económicos e ambientais a longo prazo do uso de biocombustíveis.

A PRIO está a explorar outras fontes de energia renovável? Quais são os projectos em curso?

Sim, além dos biocombustíveis, a PRIO continua o seu trabalho de inovação e investigação com vista a expandir o seu portefólio de soluções de energia renovável, nomeadamente em biometano, hidrogénio verde e combustíveis líquidos mais ecológicos. O nosso papel no sector dos transportes não se resume ao transporte ro-



compromisso, que se reflecte através da construção de um Roteiro de Descarbonização, que nos permite delinear acções e estratégias para que possamos alcançar o net zero.

Como é que em parceria com a PRIO, as empresas podem apostar na sustentabilidade ambiental e redução da pegada de carbono?

Na PRIO temos bem presente que a transição energética é um esforço conjunto. Além das soluções que colocamos no mercado, e de parcerias já estabelecidas – como é o caso do Beato Bus, um projecto com a Carris na zona do Beato, em Lisboa, onde, com o apoio da comunidade escolar, são recolhidos óleos alimentares usados para alimentar o transporte local da Carris -, na PRIO oferecemos uma abordagem completa para ajudar os nossos clientes frota a descarbonizarem as suas operações. As nossas equipas especializadas trabalham em estreita colaboração com as empresas, fornecendo aconselhamento sobre as melhores soluções para cada tipo de frota, seja através de biocombustíveis como o ECO Diesel ou o Zero Diesel, ou através da nossa rede de carregamento para veículos eléctricos. Além disso, facilitamos a gestão de frotas com o nosso Cartão Frota PRIO, uma ferramenta que ajuda a otimizar consumos e a gerir os custos de operação. Não garantimos apenas produto, partilhamos know-how. A percepção que temos do mercado é que cada vez mais empresas estão comprometidas e alinhadas com este objectivo da descarbonização. ●

de produção de biocombustíveis. Para além desta dimensão da capacidade, estamos também a trabalhar e investir na eficiência do próprio processo de produção, explorando novas tecnologias que nos auxiliem a diminuir a nossa Pegada de Carbono e que permitam a introdução de um maior número de resíduos como matéria-prima para o nosso biocombustível.

E quais os objetivos para 2025, sendo que o orçamento de carbono mundial é finito e que caminha para esgotar rapidamente? Em que assenta o vosso compromisso?

O nosso caminho no próximo ano passa também por esta consolidação da PRIO enquanto líder da transição energética acessível. Acreditamos no papel de liderança que queremos assumir na descarbonização dos transportes e da mobilidade em Portugal e é para ele que trabalhamos todos os dias, com o mesmo mindset de sermos cada vez mais eficazes no nosso processo de produção e tendo sempre presente a ideia de que queremos entregar aos nossos clientes o melhor produto possível a um preço competitivo. Internamente, temos também este

» A PRIO está constantemente a investir em inovação para suportar a transição energética, e estamos também neste momento a investir no aumento da nossa capacidade de produção de biocombustíveis

doviário. Contamos também com o ECO Bunkers, um combustível marítimo verde, que promove a descarbonização no sector naval, além de contarmos com projectos-piloto onde exploramos o potencial de novas soluções, que possam vir no futuro a sair do laboratório para poderem integrar uma economia de escala.

Existem planos para investir em novas tecnologias para apoiar a transição energética?

Sim. A PRIO está constantemente a investir em inovação para suportar a transição energética, e estamos também neste momento a investir no aumento da nossa capacidade

Azul por fora, verde por dentro

Os mais céticos dirão que a PRIO é azul. Mas a verdade é que não podíamos ser mais verdes. Ou não fôssemos nós líderes da transição energética acessível em Portugal. Que é como quem diz, da passagem de um país movido a energias fósseis — que, como o nome indica, não vão para novas —, para um (novo) país movido a energias renováveis — sem as quais, dizem os especialistas, corremos o risco de não chegar a velhos —, a preços que todos possam pagar.

Por exemplo, sabia que, só em Portugal, os setores de mobilidade e transportes representam 25% das emissões de gases de efeito de estufa*? E que, por este andar, vamos ficar sem petróleo (entre outros recursos) daqui a mais ou menos 50 anos**? É aqui que entra a PRIO. Uma marca de combustíveis que sabe, desde o primeiro dia, que o seu futuro passa também pela diversificação, produção e distribuição de biocombustíveis e outras fontes de energia renováveis.

Como o PRIO ECO Diesel, um diesel que contém 15% (em vez dos habituais e obrigatórios 7%) de biocombustível sustentável na sua composição —

i.e., diesel proveniente da economia circular, e não do petróleo —, sendo, por isso mesmo, 18% menos poluente quer na produção, quer na utilização.

Mas há mais. Há o PRIO B30 (com 30% de biocombustível), o PRIO B100, o GPL PRIO e o abastecimento elétrico PRIO —, onde só fornecemos energia proveniente de fontes renováveis. Entre muitas outras ideias que, mais tarde ou mais cedo, hão de pôr o país a andar.

É claro que os mais céticos continuarão a dizer que a transição energética não vai funcionar. Mais que não seja porque não estão para a pagar. Mas basta uma visita ao posto PRIO mais próximo para ver(em) que a transição energética acessível já está a andar. E que, contas feitas, é possível continuar a poupar.

* APA, submissão do inventário nacional abril/maio 2019 à União Europeia
** Dados US Energy Information Administration.



prio

Energia para mudar



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

SOCIEDADE PONTO VERDE

UM FUTURO SUSTENTÁVEL

A SOCIEDADE PONTO VERDE TEM UMA MISSÃO CRUCIAL PARA UM FUTURO SUSTENTÁVEL: PROMOVER A RECOLHA SELECTIVA, A RETOMA E A RECICLAGEM DE EMBALAGENS EM PORTUGAL

Em entrevista à Executive Digest, Ana Trigo Morais, CEO da Sociedade Ponto Verde, fala sobre os desafios e o futuro desta entidade no tratamento e recuperação de resíduos.

Quais são as principais estratégias da Sociedade Ponto Verde para ajudar a reduzir a pegada ambiental em Portugal?

Estando a missão da Sociedade Ponto Verde ligada à agenda do Ambiente, da Sustentabilidade e da Economia Circular, por termos a responsabilidade na organização, gestão da retoma e valorização dos resíduos de embalagens em Portugal, a nossa estratégia pode ser descrita tendo por base estes três eixos principais de actuação:

- A Colaboração e proximidade, a nível nacional, regional e sectorial com todos os intervenientes desta cadeia de valor, dando apoio na concepção de embalagens mais circulares em todo o seu ciclo de vida e propondo novas soluções que tragam mais eficiência à operação e melhorem o nível de serviço que é prestado aos cidadãos em qualidade e conveniência.
- A Inovação, com uma grande aposta na prevenção de resíduos e na concepção de embalagens mais sustentáveis e circulares, seguindo as melhores práticas de ecodesign, mas também para promovermos a disrupção tecnológica e digital no processo de reciclagem dos resíduos de embalagem. É um compromisso que se materializa, por exemplo, em projectos como a plataforma digital Ponto Verde Lab e o programa Re-Source;



- A Sensibilização e Literacia Ambiental, num trabalho que é desenvolvido junto de todos os cidadãos. O objectivo é explicarmos os benefícios da reciclagem de embalagens e capacitarmos para a correcta separação e deposição destes resíduos nos ecopontos, levando à mudança de comportamentos e à adopção desse gesto no dia-a-dia.

Defendemos que, desta forma, é possível prestar um melhor serviço aos cidadãos e estes passem a ter uma participação mais activa na reciclagem de embalagens, levando ao cumprimento de metas nacionais

e a 0% de embalagens colocadas em aterro, e consequentemente, ajudar à redução da pegada ambiental de Portugal.

Que acções a SPV está a desenvolver para aumentar a consciencialização pública sobre a importância da reciclagem e da redução da pegada ambiental?

São várias as acções que desenvolvemos junto dos cidadãos, de todas as idades, sempre com o objectivo de conseguirmos que haja mais e melhor reciclagem de embalagens no nosso país.



METAS

O INVESTIMENTO EM TECNOLOGIA CONTINUA A SER FUNDAMENTAL PARA ACELERAR A MUDANÇA E AJUDAR O PAÍS A CUMPRIR COM AS METAS QUE SÃO MUITO AMBICIOSAS: CHEGAR, EM 2025, A 65% DE RECOLHA DE TODAS AS EMBALAGENS QUE SÃO COLOCADAS NO MERCADO

A Academia Ponto Verde é uma dessas iniciativas. É o nosso principal programa para a comunidade educativa, que foi criado em 2019 e já este ano lectivo arrancámos com uma nova edição, que será a maior de sempre. O nosso roadshow, em particular, vai passar por mais de 300 escolas, de norte a sul do país e, pela primeira vez, estaremos nos Açores e Madeira, com a expectativa de chegarmos a mais de 13.500 alunos.

Destaco ainda a app da SPV, a Acerta e Recicla, que agrega tecnologia e digitalização a uma componente de gamificação, ou seja, possibilita que todos passem a ter na “palma da sua mão” mais conhecimento sobre a reciclagem de embalagens e quem souber mais é recompensado com prémios; e também o prémio “Junta-te ao Gervásio”, que vai ter em breve a sua segunda edição e voltar a distinguir projectos a nível nacional na área da reciclagem de embalagens e da economia circular.

De forma contínua, continuamos a levar a reciclagem de embalagens a eventos culturais e desportivos, actuando a dois níveis. Asseguramos, por um lado, que cada recinto dispõe de ecopontos e o público está informado para reciclar os seus resíduos de embalagem; e aproveitamos esse contacto, que por vezes chega a milhares de pessoas, para as motivar a reciclar, sempre, em qualquer lugar. Além disso, usamos as nossas redes sociais e plataformas digitais para comunicarmos regularmente as nossas atividades, darmos dicas e informação sobre estes temas.

É, portanto, em proximidade que actuamos junto de todos os cidadãos, levando-lhes conhecimento, numa comunicação que se quer eficiente e, nesse sentido, procuramos criar iniciativas diferenciadoras e experiências atractivas, positivas e relevantes, como as que acabei de mencionar.

Existem programas educativos ou campanhas específicas voltadas para escolas e universidades sobre o impacto ambiental e a necessidade de reduzir resíduos?

Sim, a Academia Ponto Verde da Sociedade Ponto Verde é um dos principais programas em Portugal para promover a reciclagem de embalagens e a Educação Ambiental nas escolas. Globalmente, e sobretudo através da plataforma da Academia Ponto Verde, proporcionamos o acesso a várias actividades adequadas para crianças desde os 3 anos até jovens do ensino profissional e para os educadores e professores disponibilizamos ferramentas e conteúdos didáticos para serem usados nas salas de aula ou em atividades no exterior.

Já para as universidades seguimos um modelo diferente que passa, sobretudo, pela criação de protocolos de cooperação que nos permitem promover projectos específicos à medida de cada um destes estabelecimentos.

Com a Universidade NOVA de Lisboa, por exemplo, lançámos o CIRCULAR inNOVA(tion), que é um programa de empreendedorismo, ideação e inovação. Juntamos equipas multidisciplinares para desenvolverem novos produtos,



» Ana Trigo Morais, CEO da Sociedade Ponto Verde



PARA NÓS É FUNDAMENTAL SERMOS O PARCEIRO DE JORNADA PARA A SUSTENTABILIDADE DOS NOSSOS CLIENTES

modelos de negócio ou soluções inovadoras na cadeia de gestão de resíduos, com o objectivo de ajudar na separação e recolha selectiva de embalagens.

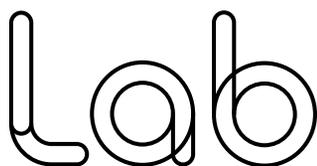
Já em parceria com a Universidade de Lisboa, a SPV está a trabalhar para serem implementadas acções de melhoria do sistema de gestão de resíduos das suas 18 escolas, nos serviços centrais e Serviços de Acção Social, mas também para se realizarem workshops e formações temáticas dirigidas aos alunos, e eventos para toda a comunidade académica.

Como é que a SPV incentiva as empresas a adoptarem práticas mais sustentáveis, como a diminuição do uso de plástico e outros materiais nocivos ao ambiente?

Para a SPV é fundamental trabalhar em proximidade com todos os agentes da cadeia de valor, nomeadamente com os nossos clientes e parceiros, disponibilizando-lhes soluções e ferramentas inovadoras



ponto verde



**JUNTOS,
DESENHAMOS
O FUTURO.**

e tecnológicas que os ajudem a colocar embalagens mais sustentáveis e recicláveis no mercado.

É a nossa estratégia de Inovação a funcionar e que integra projectos como o Ponto Verde Lab e o Re-Source para os quais a SPV mobiliza financiamento. O primeiro, o Ponto Verde Lab, promove medidas de prevenção na gestão de resíduos, tendo por base a adopção das melhores práticas de ecodesign e design for Recycling. Já o Re-Source é o nosso programa de inovação colaborativa, que conta já com três edições, e que junta embaladores e startups para trazer soluções mais eficientes para o sistema.

Integrado nesta estratégia disponibilizamos também Relatórios de Medidas de Prevenção aos nossos clientes embaladores, que dão acesso a uma sistematização do trabalho que estes desenvolvem no que diz respeito à redução, reutilização e reciclabilidade dos materiais de embalagem. Ou seja, ajudamos a monitorizarem o progresso das suas práticas e com base nessa informação estatística podem verificar o que é possível fazer para melhorarem o desem-

penho das suas embalagens. No fundo, estamos a fazer com que cumpram também os requisitos e das normas locais e europeias.

Quais são os maiores desafios enfrentados pelas empresas portuguesas no cumprimento das metas de redução de resíduos e como a SPV pode ajudar a superá-los?

Há vários compromissos, directrizes e metas europeias transpostas para Portugal que é preciso cumprir e as empresas têm a sua responsabilidade, devendo continuar a incorporar a Sustentabilidade nas suas estratégias e a introduzir as melhores práticas ESG na sua organização, sem prejuízo de valor para o seu futuro.

Tudo isto implica que as empresas tenham capacidade de investimento em I&D e Inovação, pois só assim se vai conseguir repensar as cadeias de valor e os ciclos de vida de produtos e serviços, encontrar soluções inovadoras que reduzam o consumo de matérias-primas e promovam a reciclabilidade e a reutilização dos materiais.

Operando no sector do Grande Consumo soma-se a importância de se conseguir criar embalagens cada vez mais sustentáveis, tendo em atenção as ferramentas do ecodesign e o design for recycling, e a necessidade de dar a conhecer aos consumidores as características ambientais dos seus produtos e o uso que deve ser dado às embalagens no fim de vida.

No que diz respeito à nossa intervenção, a SPV trabalha com todos os intervenientes do sector, mas para nós é fundamental ser-

mos o parceiro de jornada para a Sustentabilidade dos nossos clientes e embaladores em critérios como ESG, compliance ambiental, inovação e ecodesign.

É neste contexto colaborativo e de proximidade que partilhámos conhecimento e ajudamos a identificar soluções inovadoras e digitais, mais justas e equilibradas, para tornar a cadeia de valor do grande consumo e do pós-consumo mais “verde”, mais inclusivo e mais responsável. Este é o caminho que deve continuar a ser feito para se fazer mais e melhor no sector da reciclagem de embalagens e tratar a pegada ambiental.

Que inovações tecnológicas estão a ser exploradas para melhorar a gestão de resíduos em Portugal?

O sector dos resíduos tem tido uma evolução notável e a nossa expectativa é que esteja significativamente diferente daqui a dois, três anos. O investimento em tecnologia continua a ser fundamental para acelerar a mudança e ajudar o país a cumprir com as metas que são muito ambiciosas: chegar, em 2025, a 65% de recolha de todas as embalagens que são colocadas no mercado. Este fluxo é o único que cumpre, mas o que verificamos é que o ritmo de crescimento da recolha selectiva está a ser insuficiente para alcançar esta meta e, portanto, a SPV defende mesmo um “choque tecnológico” que evite que o país entre em incumprimento.

Projectos como o “Maфра Reciclar a valer + Rua a Rua”, que a SPV apoia através da participação no Re-Source, são muito relevantes.



REALIZAMOS
EVENTOS
NEUTROS EM
CARBONO,
SENDO OS NOS-
SOS PRÓPRIOS
EVENTOS CAR-
BONO ZERO,
COMO PARTE
DO NOSSO
COMPROMISSO
EM MITIGAR O
IMPACTO NA
ACTIVIDADE
HUMANA NO
AMBIENTE



CIDADÃOS

A COLABORAÇÃO ENTRE OS CIDADÃOS E A SPV PODE SER FEITA DE VÁRIAS FORMAS JÁ QUE VAMOS ONDE OS CIDADÃOS ESTÃO E DISPONIBILIZAMOS FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS E DIGITAIS QUE PERMITEM UMA INTERACÇÃO FÁCIL E PRÁTICA

sociedade
pontoverde

Está, neste momento, a ser implementado em formato piloto, mas as nossas expectativas são muito positivas e seria desejável que ganhasse escala. De forma resumida, é usada a tecnologia RecySmart nos ecopontos verde e amarelo que passam a dispor de um dispositivo que reconhece as embalagens por tipologia (plástico, embalagens de cartão para bebidas, metal ou vidro) e conta o número de embalagens depositadas. Adicionalmente, são oferecidos pontos aos cidadãos que colocam correctamente as embalagens nos ecopontos que por sua vez são convertidos num valor monetário no cartão Mafra Mais para ser usado em lojas de comércio local. Enquanto se aumenta a capacidade de recolha de resíduos de embalagem no local, analisa-se o comportamento da população quando a opção de reciclagem se torna monetariamente vantajosa, o que é muito interessante.

A tecnologia tem estado no cerne de muitos dos projectos do

Re-Source e posso mencionar outros dois que, neste caso, recorrem à área da robótica. Um deles é o projecto da start-up DANU ROBOTICS, em parceria com a ALGAR, que propõe a criação de um braço robótico na triagem de embalagens. Este é alimentado por um sistema de inteligência artificial na linha de triagem de planos da unidade de triagem do Sotavento e irá realizar a separação dos resíduos de embalagem de acordo com os requisitos que a ALGAR é obrigada a cumprir.

Também a Valorsul, em colaboração com a SPV e a Tetrapak, está a investir na instalação de uma inédita tecnologia de triagem robotizada em Portugal. Trata-se da solução da Recycleye que permite detectar e separar automaticamente os resíduos, e melhorar a recuperação das embalagens de cartão para bebidas. Isto permite que a Valorsul forneça um maior volume de recicláveis a partir da fábrica e assegurando que mais



SÃO ALGUNS EXEMPLOS QUE MOSTRAM COMO O FUTURO DO SECTOR PASSA INEVITAVELMENTE PELOS NOVOS AVANÇOS TECNOLÓGICOS E POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

resíduos de embalagens de Lisboa são reciclados.

São alguns exemplos que mostram como o futuro do sector passa inevitavelmente pelos novos avanços tecnológicos e por Inteligência Artificial. Globalmente, a SPV defende a possibilidade de o consumidor poder vir a pedir a recolha dos resíduos no seu domicílio, correspondendo a uma “uberização” do sistema porta a porta ou aos sistemas pay as you throw, mas também a criação de um BI da embalagem, factores que seriam muito relevantes para ajudar à modernização do sector com impacto nos resultados e nas metas da reciclagem de embalagens.

Como a SPV mede o impacto ambiental das suas acções e projectos ao longo do tempo?

Adoptamos várias abordagens e metodologias para medir o impacto de todas as nossas acções, nomeadamente ao nível ambiental, pois para nós é extremamente importante garantir a transparência e termos acesso a dados concretos que permitam melhorar processos e procedimentos, que levem a mais e melhores resultados na nossa área de intervenção.

É visível no apoio que a SPV dá na gestão sustentável de embalagens em empresas, organismos públicos e Academia, acompanhando os resultados daí decorrentes, assim como também seguimos de perto os projectos que financiamos, nomeadamente integrados no programa Re-Source, vários já com aplicabilidade no país. ●





ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

UNILEVER

COMPROMISSO COM O FUTURO

OS OBJECTIVOS E METAS DE SUSTENTABILIDADE SÃO TAMBÉM CONSIDERADOS E INTEGRADOS NOS PLANOS DAS PRINCIPAIS MARCAS DA UNILEVER

A sustentabilidade é uma componente fundamental e que pode preparar a empresa para o futuro e criar novas oportunidades. Salvaguarda as operações, reduz os riscos na cadeia de abastecimento, ajuda a atrair e reter talento e molda a capacidade de resposta aos desafios globais que enfrentamos, como as alterações climáticas, a perda de biodiversidade, a pobreza e a desigualdade.

Há cerca de duas décadas que a Unilever trabalha num plano de sustentabilidade ambicioso e é pioneira nesta área. Desde 2015 reduziu as emissões da sua operação em 74%, com a ambição de atingir a neutralidade carbónica em 2030 e em toda a sua cadeia de valor até 2039. Lançou em 2020 o fundo “Climate & Nature” com o compromisso de investir mil milhões de euros até 2030 em projectos com impacto no clima, na natureza e na eficiência de recursos, com o objectivo de transformar a forma como os produtos são produzidos e chegam ao fim de sua vida útil.

Deste modo, o Plano de Acção Climática reflecte o foco da empresa em continuar a ser pioneira nesta



matéria. No entanto, face aos crescentes desafios económicos, ambientais e sociais, teve de evoluir a sua abordagem. «Estamos a entrar numa era de liderança em negócios sustentáveis caracterizada pelo surgimento de padrões específicos de sustentabilidade, relatórios não financeiros e a aceleração dos eventos climáticos. Alertar para os impactos da crise climática e estabelecer objectivos de longo prazo já não são suficientes pois o foco está em entregar impacto no curto-médio prazo, e tornar o progresso na área da sustentabilidade parte integrante do desempenho do negócio», explica fonte oficial da

empresa em entrevista à Executive Digest.

«Estamos determinados em implementar menos iniciativas, mas melhores e com mais impacto, em quatro áreas prioritárias: clima, natureza, plásticos e condições de vida. Para cada uma destas áreas, definiu-se a ambição a longo prazo, apoiada por diversos objectivos a curto e médio prazo. Ao concentrarmos os esforços e recursos desta forma, conseguimos progredir com maior rapidez e eficácia», acrescenta o responsável.

Além de tomar medidas urgentes e específicas no âmbito do negócio, a Unilever também faz uso da sua “voz”, estando envolvida em



UNILEVER

A UNILEVER É UMA DAS MAIORES EMPRESAS NO MUNDO DE BENS DE CONSUMO, COM MAIS DE TRÊS MIL MILHÕES DE PESSOAS POR DIA A UTILIZAR PRODUTOS DAS CERCA DE 400 MARCAS, EM 190 PAÍSES DIFERENTES. DISPÕE DE COMPETÊNCIAS DE EXCELÊNCIA NAS ÁREAS DA CIÊNCIA, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE



diversos fóruns onde é frequente desempenhar um papel de liderança. Há muito que defende a mudança externa para ajudar a resolver os obstáculos sistémicos que impedem um progresso mais rápido na sociedade em matéria de sustentabilidade. A acção voluntária das empresas, por si só, não é suficiente e devem existir regras mais fortes e regulamentos harmonizados. A título de exemplo, a Unilever ajudou a criar a Coligação Empresarial para um Tratado Global sobre o Plástico, a fim de transmitir confiança aos negociadores dos Estados-membros de que as empresas e as instituições financeiras reconhecem a importância da regulamentação para acabar com a poluição causada pelos plásticos.

PRINCÍPIOS DE ACÇÃO

Os princípios para os próximos anos incluem várias acções e targets. Ao nível do clima, a ambição é alcançar a neutralidade carbónica em toda a cadeia de valor até 2039, e o foco está em reduzir as nossas emissões (scope 1 e 2) até 2030. Em relação à operação, desde 2015 que a Unilever reduziu as emissões da operação em 74% e vão atingir o target dois anos antes, principalmente através da transição para energia renovável e programas de maior eficiência energética.

Sobre a cadeia de valor, cerca de 98% das emissões ocorrem fora das próprias operações, pelo que para atingir o target é fundamental trabalhar em conjunto com fornecedores e clientes. Já o programa climático com forne-

» Estamos determinados em implementar menos iniciativas, mas melhores e com mais impacto, em quatro áreas prioritárias: clima, natureza, plásticos e condições de vida

BOAS PRÁTICAS

- Alcançar 100% da frota automóvel eléctrica até 2030 (meta global). Em Portugal cerca de 85% da frota automóvel da Unilever FIMA e Gallo Worldwide já é eléctrica;
- Instalação de painéis solares na Fábrica FIMA Olá em Santa Iria, o que permite reduzir 11% o consumo de energia;
- Teste em Portugal de quiosques de venda de gelados equipados com painéis solares, que promovem a autossuficiência energética, reduzem o consumo de energia da rede pública e produzem energia limpa e renovável para autoconsumo, contribuindo significativamente para a redução das emissões de carbono;
- Lançamento de Skip Ciclos Curtos, o primeiro detergente de roupa no mercado eficaz em lavagens de 15 minutos e baixa temperatura. Permite a redução de até 30% no consumo de água e até 60% de energia, em comparação com lavagens mais longas. As embalagens são 100% recicláveis e incluem 35% de plástico reciclado (PCR) na sua composição;
- As embalagens de Dove gel de banho e de loções são produzidas com plástico 100% reciclado (PCR), promovendo a economia circular. Destaque também para as iniciativas de reflorestação em parceria com a Conservation International e a certificação pela PETA;
- Embalagens mais leves, reduzem o consumo de plástico virgem além de reduzir as emissões de transporte. Rexona e Dove lançaram em 2024 desodorizantes roll-on mais leves, com a redução de 1/3 de utilização de plástico;
- Embalagem de Magnum Pints é uma inovação mundial. Copo de plástico reciclado possível de ser utilizado em produtos alimentares e suportar temperaturas de congelamento;
- Embalagens de molhos top down de Hellmann's e Calvé são de plástico 100% reciclado e recicláveis;
- 18% de redução de uso de plástico virgem nas embalagens (objetivo de 40% até 2028);
- 22% de plástico reciclado nas embalagens (objetivo de 25% até 2025);
- 53% do plástico nas embalagens reutilizável, reciclável ou compostável (target 100% até 2030 para o plástico rígido e 2035 para o plástico flexível);
- A Unilever é Membro do Pacto Global para os Plásticos para a adopção de uma economia circular para os plásticos e a existência de um tratado global.



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

UNILEVER



Unilever



inovação em materiais de embalagem», explica fonte da empresa em entrevista à Executive Digest.

Para a Natureza, o foco está em duas áreas principais, onde se pode ter maior impacto e mitigar os efeitos das mudanças climáticas. No primeiro, é fundamental as cadeias de abastecimento livres de desflorestação, para defender o clima e a biodiversidade, o que implica a reformulação da cadeia de abastecimento agrícola global. Também a aposta na Agricultura Regenerativa permite aumentar a resiliência das culturas face ao impacto das alterações climáticas e também reduzir as emissões de carbono. Em 2021, a Unilever implementou os Princípios da Agricultura Regenerativa que fornecem orientação sobre como nutrir o solo, capturar carbono e restaurar e regenerar a terra. O Objectivo é o de implementar práticas de agricultura regenerativa em um milhão de hectares de terras agrícolas até 2030.

A Unilever há vários anos que defende a existência de uma economia circular para embalagens plásticas. «Isso significa que precisamos de sistemas melhores para recolha, processamento e contínua reutilização. Precisamos mudar a forma como as embalagens de plástico são fornecidas, utilizadas e descartadas. Mas a transformação leva tempo. Considerando a dimensão do desafio, a Unilever está a pôr à prova as suas capacidades de inovação para encontrar novas soluções escaláveis», conclui fonte oficial da empresa em entrevista à Executive Digest. ●

cedores pretende sensibilizar e ajudar os fornecedores a reduzir a sua pegada ambiental e nível de emissões de carbono, através de acesso a ferramentas e apoio especializado por forma a melhor medirem o seu impacto. «Até final de 2024, prevemos que a Unilever esteja a trabalhar em parceria com cerca de 300 fornecedores de matérias-primas, ingredientes e embalagens. À medida que os fornecedores progredem no Programa e trabalham para reduzir a pegada dos materiais que compramos, a Unilever também trabalha na reformulação de produtos e na



DESDE 2015 QUE A UNILEVER REDUZIU AS EMISSÕES DA OPERAÇÃO EM 74% E VÃO ATINGIR O TARGET DOIS ANOS ANTES, PRINCIPALMENTE ATRAVÉS DA TRANSIÇÃO PARA ENERGIA RENOVÁVEL E PROGRAMAS DE MAIOR EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

» A Unilever há vários anos que defende a existência de uma economia circular para embalagens plásticas





Olha, já reparaste?

Cada uma das nossas garrafas tem uma beleza única.



Dove 

Com plástico 100% reciclado
Orgulhosos da nossa natureza