

SUSTAINABILITY & CSR EXCELLENCE

Anul IV, iunie 2021



Piața

ÎN MAREA NEAGRĂ,
UN CĂLUȚ DE MARE
TRĂIEȘTE ÎN JUR DE
1,5 ANI.



UN PAI DE
PLASTIC ÎN
JUR DE
200 ANI.



Când ne privim în oglindă vedem cea mai bună versiune a noastră. Dacă un căluț de mare s-ar putea oglindi sub apă, ar vedea un pai de plastic.

Și sunt unele reflexii care rămân mult timp în urmă.

SUMAR

GRUPUL DE FIRME AGRICOLA

- 2 AGRICOLA – neam de gospodari:
o asociație care alocă gust viitorului

ASOCIAȚIA BOOKLAND

- 4 Respectul se întoarce

CHEP

- 6 REGENERAREA: pasul următor
pentru lanțuri de aprovizionare sustenabile

SISTEMUL COCA-COLA

- 10 Nu doar răcorim lumea,
ci contribuim la schimbare

dm drogerie markt

- 14 Sustenabilitatea la dm: Sortiment, măsuri
în domeniul mediului și al resurselor, relația
cu angajații și angajamentul social

FARMEC

- 18 Farmec reciclează ambalajele produselor sale prin
campania „Ai grijă de natură așa cum ai grijă
de tine”

KAUFLAND ROMÂNIA

- 20 Implicarea, ingredientul principal al unui viitor
sustenabil

LIDL ROMÂNIA

- 24 Fapte concrete pentru o Românie cu ape curate:
Soluții pentru o Dunăre #fărăplastic

ASOCIAȚIA MAIMULTVERDE

- 28 Oamenii care scriu povestea
Apelor Curate din România

NESTLÉ ROMÂNIA

- 30 Nestlé, soluții inovatoare pentru un viitor sustenabil

RECICLAD'OR

- 32 Reciclad'OR, partener pentru un viitor sustenabil

URSUS BREWERIES

- 34 Șoferii responsabili pornesc la drum cu Zero la Mie

ASOCIAȚIA VIITOR PLUS

- 36 Urgența climatică și nevoia de acțiune
a organizațiilor și a fiecăruia dintre noi
38 Întreprinderile sociale ViitorPlus
apropie oamenii de natură

Avem în față o mare rămânere în urmă



CAROL POPA

Expresia din titlu nu-mi aparține. Este preluată, cu autor necunoscut, dar reflectă cum nu se poate mai bine realitatea actuală. Avem în față o mare responsabilitate – aceea a recuperării, în materie de responsabilitate corporativă, a recuperării față de protecția mediului, precum și față de educație, față de comunitate în general. O recuperare ce poate avea loc numai pe baza unei legislații adecvate. Dar și aici avem... de recuperat.

Începutul lunii iulie este termenul limită de tanspunere a Directivei *Single Use Plastic* în legislația națională. Deocamdată, nici o instituție din cele ce ar trebui să gestioneze impactul plasticului asupra mediului nu a lansat vreo dezbateră publică pe acest subiect. Proiectul legislativ privind implementarea Sistemului Garanție – Returnare trenează și el, după o amânare și, ulterior, o prorogare de termen. Conform oficialilor de la Ministerul Mediului, proiectul legislativ este în dezbateră interministerială. Și poate rămâne în acest stadiu până când munți de deșeuri din PET-uri ne vor copleși.

Între timp, o serie de companii responsabile își planifică singure bugete, acțiuni, finanțează proiecte derulate de organizații nonguvernamentale pentru a reduce impactul pe care ambalajele îl au asupra mediului. Se cheltuie sume imense, cu efect imediat, vizibil, cuantificabil, remarcabil așa putea spune! Dar mai puțin eficient, odată ce deșeurile recuperate din păduri, de pe plaje, din ape ajung rareori la reciclatori, iar aceștia din urmă importă deșeurile altora pe post de materie primă pentru fabricile în care au investit.

Continuare în pag. 40



AGRICOLA – neam de gospodari: o asociație care alocă gust viitorului

„**AGRICOLA – Neam de gospodari** este o asociație tânără și încă de la începuturile sale foarte intenționată să contribuie la îmbunătățirea calității vieții în primul rând prin **EDUCAȚIE**, deoarece fără o educare continuă nu putem vorbi de sănătate, mediu, cultură, angajați, integrare socială și orice mai visăm noi frumos!... Este o asociație nonprofit finanțată în primul rând de firmele Grupului Agricol și n-am dorit să facem din binefacere un job în sine, așa că Directorul de Marketing Daniel Bitere este președinte, subsemnatul, PR-istul Cristian Călin – vicepreședinte, colegul Răzvan Varariu, Trade Marketing Manager este secretar general, iar prietena noastră, Roxana Tocilă Șmil, este director executiv al Asociației și cea care știe să ne tragă de mânecă dacă devenim corporatiști! Și-am decis să pornim, în 2019, cu domeniul cu



De la stânga la dreapta: Chef Cezar Munteanu, Cristian Călin – PR Manager, Daniel Bitere – Director Marketing, Grigore Horoi – Președinte Grup Agricol

care suntem familiari, deoarece constituie și calea optimă prin care ne putem aduce contribuția, pentru că viitorul, cât și ceea ce ne «face bine», au drept componentă esențială hrana și modul sănătos și educat în care alegem să ne alimentăm.“

Cristian Călin, PR Manager



Răzvan Varariu și Roxana Tocilă Șmil

Proiectul de suflet al Asociației AGRICOLA este **Gustul Viitorului** care, investind în educație, și-a propus să trezească o vibrație aparte noii generații, să fie un motor inspirațional pentru tineri și susținătorul celor care creează gust viitorului!

Am oferit, în 2019 (și vom continua în vremuri nepandemice), un context în care tineri liceeni au putut să practice, să învețe, să gătească și să ajungă la produse finite lucrând în echipă, în bucătăria unui restaurant, cu materie primă care nu le este disponibilă în cadrul orelor de curs de la școală și într-un ritm catalizat de pasiune și know-how-ul Chef-ului Cezar Munteanu.



Vremurile tulburi de la începutul anului 2020, când băcăuanii nu aveau unde să se testeze pentru Covid, ne-au determinat să alocăm 250.000 lei, necesari amenajării la standarde impecabile a Laboratorului de microbiologie în cadrul Spitalului Județean Bacău. Când nu se găseau măști și dezinfectanți, am donat către ISU Bacău produse tehnico-sanitare în valoare de peste 63.000 lei. Am sprijinit financiar un copil de 13 ani, oferindu-i șansa de a se putea opera de cancer în Italia. Am ajutat o persoană care și-a pierdut o mână și ambele picioare să-și achiziționeze un fotoliu rulant electric. Am oferit, de Crăciun, produse alimentare copiilor dintr-un orfelinat.

Pentru că distanțarea este încă în vigoare, anul 2021 înseamnă pentru Asociația AGRICOLA lansarea

250.000 lei

pentru amenajarea Laboratorului de microbiologie în cadrul Spitalului Județean Bacău la standarde impecabile

Proiectului Gustul care face bine - un program educațional părinți - grădinițe/școli care să armonizeze și consolideze parteneriatul social în îngrijirea copiilor și educație prin încurajarea unei viziuni comun acceptate privind alimentația optimă, sănătoasă a preșcolarilor și școlărilor.

FIȘĂ DE PROIECT

Împreună cu D&D Research facem o cercetare calitativă privind percepția părinților referitoare la nevoile alimentației copiilor între 3-8 ani. Punem umărul la realizarea unui **ghid de rețete** și soluții de încadrare într-un buget practicat în piața specifică, precum și în normele legale ce vizează principiile care stau la baza unei alimentații sănătoase pentru copii. Realizăm acest ghid în parteneriat cu Chef Cezar Munteanu, nutriționiști și medici pediatri cu diverse specializări.

Vom promova acest ghid ca program educațional destinat părinților și mai ales bucătarilor care pregătesc hrana copiilor din grădinițe și after school-uri, care pot învăța astfel despre alimentația potrivită celor mici, despre rețete dedicate și modalități în care pot face preparatele mai atractive și mai sănătoase pentru copii.

Acest conținut - Ghidul - va fi disponibil în mod



gratuit la sfârșitul acestui an în formate diferite, dar în același timp va funcționa și ca punct de start al unei conversații atât de necesare despre alegeri sănătoase, educație alimentară și resurse pe care cei responsabili de îngrijirea micuților le pot accesa pentru a crește oameni mari și sănătoși.

Respectul se întoarce

„Cum ne-am apucat de renovarea școlilor? Ideea nu-mi aparține, deși mi-aș fi dorit... Acum ceva vreme, unul dintre clienții agenției de Marketing și Relații Publice pe care o conduc, More than Pub, ne-a rugat să îi găsim o școală ponoșită în care să investească niște bănuți – asta urmare a unei acțiuni CSR strecurate de noi în strategia lui de marketing. Zis și făcut. Însă, gândind în perspectivă, i-am propus să coalizăm în jurul acțiunii și alte branduri și să facem mai mult decât să dotăm o singură sală de clasă cu scaune și computere. Și unde altundeva am fi putut renova școlile, dacă nu acolo unde e cea mai mare nevoie? La sat, evident.”

Mihaela Petrovan – Fondator Asociația BookLand



Ne putem imagina astăzi societatea fără un sistem de învățământ? Căci un copil fără educație este precum un tablou în alb - fără valori, fără esență -, riscând să devină un inadaptat ușor de manipulat. Educația este un fenomen social care diferă de la o etapă istorică la alta, în funcție de condițiile materiale și spirituale ale societății. Iar dreptul la educație este recunoscut astăzi la nivel global, fiind stipulat și în articolul 13 din Convenția Internațională a Organizației Națiunilor Unite din 1966 privind drepturile economice, sociale și culturale.

Educația formală de care beneficiază copiii români în mod gratuit este supusă tot mai multor dezbateri în ultimii ani. La noi, școlile de stat încă au o imagine foarte bună, în comparație cu sistemul de învățământ din alte state. Însă, cu toate acestea, nu este un secret pentru nimeni faptul că, pe lângă o curricula „depășită”,

și instituțiile de învățământ românești au rămas în urmă.

UN TABLOU AL SISTEMULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT, ASTĂZI

În România ultimilor 30 ani s-au construit sub 400 de școli, însă s-au închis câteva mii. Mai exact: 82% dintre aceste clădiri au fost construite înainte de 1970, 16% până în 1989, iar 2% după Revoluție.

Ancheta realizată acum 2 ani de Banca Mondială, în colaborare cu Ministerul Educației Naționale, a arătat că una din șase școli nu are acces la o sursă autorizată de alimentare cu apă, una din zece școli nu are sistem centralizat de încălzire, iar una din patru școli încă utilizează soba drept principală sursă de încălzire.

CE REUȘEȘTE SĂ FACĂ PENTRU EDUCAȚIE UN ONG?

Asociația BookLand susține egalitatea în drepturi pentru copiii asumându-și renovarea școlilor din mediul rural pentru a le asigura acestora șansa la o educație de calitate. Avându-l ca model pe reformatorul învățământului românesc, Spiru Haret - *vizionarul care a construit 2.500 școli în 10 ani și care și-a dovedit respectul față de locuitorii din mediul rural făcându-le educația accesibilă* -, fără să dispună de vreo linie de finanțare, doar coalizând în această inițiativă altruistă peste 70 de companii, Asociația BookLand a renovat 14 școli anul trecut, obiectivul fiind ca până la finalul anului 2021 încă 23 de școli din mediul rural să fie cât mai aproape de standardele unei instituții care valorifică cu adevărat potențialul elevilor.

Evident, planurile pentru anii următori sunt și mai mărețe, echipa visând la un volum tot mai mare de școli modernizate, inclusiv construcția unor școli etalon pentru sistemul de învățământ românesc.

DE CE LA SAT?

Amintiți-vă ce spunea Blaga: „Veșnicia s-a născut la sat.” Iată doar câțiva dintre scriitorii care s-au născut în mediul rural: Cioran, Coșbuc, Creangă, Delavrancea, Goga, Hașdeu, Labiș, Preda, Slavici, Sorescu, Zamfirescu..., iar lista poate continua. Echipa BookLand are o încredere uriașă în potențialul satului românesc, în copiii modești și isteți care, din păcate, sunt trimiși să învețe în școli năruite ca să li se năruiască speranțele încă din fașă... Practic, prin lipsa de respect pe care le-o arătam astfel, forțăm noua generație să disprețuiască, la rândul ei, „sistemul”, ca apoi să renunțe și să emigreze.



Toți cei care doresc să se implice în renovarea școlilor din mediul rural pot redirectiona impozitul pe profit sau venit, pot completa formularul 230 / declarația unică sau pot trimite prin sms textul CONSTRUIM la 8845, donând astfel 2 euro lunar. <https://www.book-land.ro/doneaza/>

BOOKLAND ESTE DESPRE TINERI. DESPRE VIITOR. DESPRE RESPECT.

BookLand a luat naștere acum peste 10 ani ca prim târg urban de carte la mall. S-a dezvoltat rapid într-o caravană națională activă timp de peste 600 de zile care a vizitat anual peste 40 de orașe. Taberele Coolturale BookLand și Conferințele BookLand Evolution au devenit extensii naturale ale brandului cultural, platforma www.inPractica.ro completând abordarea socio-educatională asumată. În cele 6 ediții offline, Conferințele s-au întâlnit cu peste 100.000 de tineri din 23 de orașe cărora peste 2.000 de speakeri

le-au oferit cele mai bune recomandări – de anul trecut sfaturile mentorilor pot fi urmărite online. Iar în cadrul celor 8 ediții ale Taberelor, sub deviza „Cel mai inteligent mod de a te distra!”, peste 1.300 de tineri au fost încurajați prin workshop-urile zilnice susținute de profesioniști să prețuiască timpul liber și echilibrul fin dintre distracție și educație. Renovând&dotând școlile din zonele defavorizate (14 instituții finalizate în 2020), reușește anul acesta să schimbe în bine viitorul elevilor din 23 de școli rurale!

REGENERAREA: pasul următor pentru lanțuri de aprovizionare sustenabile



„E timpul să transformăm modul în care produsele ajung la raft, de la sisteme liniare și degenerative, care irosc resursele, la modele regenerative, care reînnoiesc natura și sprijină comunitățile.”

Gabriel Ivan, Country General Manager, CHEP

În ultimele zeci de ani, s-a ajuns la conștientizarea faptului că sistemele de producție și consum, aceleași sisteme care au creat un nivel fără precedent de dezvoltare și bunăstare economică, au depășit limitele sănătății planetei și că avem nevoie de acțiuni corective urgente. Criza COVID-19 e un semnal de avertizare. Ne arată că nivelul de colaborare la care ajunsesem nu este suficient. Macro-factori ca schimbările climatice, infertilitatea solului, poluarea aerului și degradarea ecosistemelor ne demonstrează că trăim o iluzie dacă nu înțelegem ce este în spatele crizei.

A fost un proces de lungă durată, dar sectorul privat a început să ia măsuri concrete. Astăzi, cele mai responsabile companii au implementat deja strategii bine definite de sustenabilitate și proiecte tangibile de reducere a

impactului negativ generat de sistemele industriale. Dar, în același timp, un grup restrâns de experți și companii inovatoare au ajuns la concluzia că aceste acțiuni nu sunt suficiente. Vedem că s-a distrus atât de mult, încât **doar diminuarea efectelor negative ale activității de producție din toate sectoarele economice nu va ajuta la regenerarea ecosistemelor care susțin viața**. A venit timpul pentru o abordare nouă care să ne ajute să depășim neutralitatea climatică.

CE ÎNSEAMNĂ REGENERATIV?

„Sustenabilitatea” este de câțiva ani un buzzword, mai ales în sectorul de supply chain, perceput ca unul care contribuie semnificativ la problemele de mediu. „Regenerarea” nu e doar un nou cuvânt prin care vom înlocui termenul „sustenabilitate”. E un nou mod de gândire, e un alt nivel de ambiție.

Înseamnă că nu e suficient să poluăm mai puțin, ci că trebuie să gândim acțiuni pentru a deveni mai buni, spre un impact net pozitiv. Înseamnă să împingem eforturile de reducere a impactului dincolo de zero, să găsim modalități prin care putem repara, reînnoi și înlocui resursele naturale, în același timp, consolidând comunitățile afectate de activitatea noastră operațională. Iată calea spre regenerare. Cu alte cuvinte, **regenerativ înseamnă să dai înapoi mai mult decât ieși**. Este pasul următor inevitabil în trecerea de la sisteme degenerative, care poluează și risipesc resursele, la modele care refac natura și sprijină comunitățile.

Ideea regenerării are rădăcini în agricultură, unul dintre sectoarele cu cel mai mare impact negativ asupra mediului

COLABORARE INTERSECTORIALĂ FMCG - RETAIL PENTRU SCĂDEREA IMPACTULUI CLIMATIC

În 2020, companiile care au partajat echipamente CHEP și retailerii au generat cea mai importantă reducere consolidată a amprentei lanțului de aprovizionare.



înconjurător. Schimbarea utilizării terenurilor, degradarea solului, extracția nesustenabilă a apei, deversările de deșeuri și pesticide au degradat terenurile agricole și mediul înconjurător. Dacă adăugăm impactul schimbărilor climatice, viitorul arată destul de sumbru. Din fericire, mulți fermieri adoptă acum practici regenerative de agricultură, care îmbunătățesc sănătatea solului, ceea ce contribuie la decarbonizare. Fermierii văd valoarea sistemelor bogate în biodiversitate, reduc producția convențională și adoptă o abordare mai holistică de management al suprafețelor agricole. Această schimbare în agricultură oferă o soluție atât productivă economic, cât și sănătoasă pentru mediu, care a inspirat și alte sectoare.

În lanțul nostru logistic, a atinge un nivel regenerativ înseamnă ca producătorii, procesatorii, transportatorii și distribuitorii să elimine întâi impactul negativ asupra naturii și al societății (de exemplu, prin reducerea generării de deșeuri și emisii), și să înceapă să acționeze în direcția unui impact pozitiv.

În esență, regenerarea înseamnă transformarea paradigmei economice care a urmat revoluției industriale și crearea unui sistem industrial care, în loc să consume resurse, utilizează deșeurile existente pentru a produce resurse. E o schimbare similară revoluției copernicane, incitantă și provocatoare în egală măsură. Noua paradigmă va repune Pământul în centrul sistemului nostru economic.

A fi regenerativ e un obiectiv extrem de provocator, dar cred că primii pași sunt promițători și demonstrează

8.116.716 kg
de emisii de CO₂ = emisiile generate
de **7.412.000 km**
parcurși cu camionul

că ne putem transforma viziunea în realitate. La CHEP și Brambles, compania mamă, am adoptat la sfârșitul anului 2020 o strategie de **pionierat pentru un supply chain regenerativ** și am tradus această viziune în angajamente și obiective tangibile.

Putem aplica ideea regenerării în diverse zone de sustenabilitate.

Silvicultură – Într-o companie dependentă de produse bazate pe materie primă lemnoasă, așa cum sunt CHEP și Brambles, am fost orientați pe limitarea consumului de cherestea, prin minimizarea deșeurilor și maximizarea duratei de viață a fiecărui palet, prin modelul nostru circular de partajare și reutilizare. În ultimii ani, am continuat această călătorie prin promovarea practicilor sustenabile - 100% din lemnul utilizat pentru fabricarea paletelor CHEP a fost obținut din surse certificate, din păduri gestionate durabil. În România, încă nu există surse de lemn care respectă standardele noastre de tăiere, deci nu folosim lemn local. În practică, a utiliza lemn certificat înseamnă a permite echilibrarea resurselor forestiere



între recoltare și regenerare, pentru ca suprafețele împădurite să rămână constante de-a lungul timpului. Deși este extraordinar că acest lucru se întâmplă în practica noastră, regenerarea implică eforturi mai mari. Putem și trebuie să mergem **dincolo de obiectivul zero despăduriri**. Pentru a îndeplini Acordul de la Paris și a retrage carbonul din atmosferă, trebuie replantate păduri aproape de nivelurile pre-industriale, la nivel global. Aceasta înseamnă că, pe lângă zero despăduriri, vom merge către *reîmpăduriri și crearea de noi suprafețe împădurite și crearea de noi surse de cherestea, viabile economic, crescând numărul copacilor, pe măsură ce ne dezvoltăm operațional*. Ne propunem să obținem acest rezultat facilitând creșterea a doi copaci pentru fiecare copac recoltat pentru fabricarea paletelor. Ne place să spunem că vom planta un copac pentru palet și un copac pentru planetă.

Paleții CHEP sunt fabricați din lemn 100% certificat durabil, provenit din păduri care îndeplinesc criteriile internaționale de tăiere și utilizare ale Programului pentru Promovarea Certificării Pădurilor (PEFC) și Asociația pentru Certificare Forestieră (FSC).

Deșeurii – Un alt element cheie pentru un supply chain regenerativ, relevant în mod special în sectorul FMCG, este reutilizarea deșeurilor. S-au făcut eforturi și se fac în continuare pentru a evita producerea de deșeurii, mai ales de plastic de unică folosință. Dar noile tehnologii au creat oportunități pentru companiile axate pe inovație: putem contribui acum la rezolvarea problemei plasticului prin utilizarea deșeurilor existente pentru a crea produse durabile, reutilizabile, cu durată lungă de viață. Avem acest

obiectiv de a utiliza 30% plastic reciclat în noile noastre platforme reutilizabile până în 2025.

Emisii de carbon – Drumul pe care-l avem de parcurs e mai clar în unele zone, mai neclar în altele. De exemplu, lumea încă face eforturi mari să găsească o cale de a atinge nivelul net zero pentru emisii de carbon, deci reducerea impactului negativ e încă prioritară. Dar acest obiectiv e greu de implementat. Un efect de retragere a carbonului la nivel global e încă departe de realitate pe baza tehnologiilor actuale. Deci va fi necesar să accelerăm dezvoltarea a noi soluții și tehnologii care vor capta și stoca emisiile de carbon și (absolut uimitor) vor produce oxigen pentru a susține restabilirea echilibrului atmosferic. Ca în cazul multor arii de sustenabilitate în trecut, nu se știa cum, dar am văzut că sprijinul adecvat (facilități guvernamentale, investiții de capital și așteptări sociale), a ajutat umanitatea să găsească răspunsurile și instrumentele potrivite pentru a atinge ținte dificile.

Aspectul social al regenerării – ideea de a avea impact net pozitiv și un tipar de gândire regenerativ nu se aplică doar dimensiunii de mediu. Principiul călăuzitor ar trebui să fie crearea unor noi niveluri de ambiție și în alte zone, cum ar fi o cultură de business care reflectă societatea. Pentru incluziune și diversitate, nu este vorba doar de a atinge egalitatea de gen într-o companie, ci despre a cataliza schimbarea în toată industria pe care o reprezentăm și mai departe, în alte sectoare. Lanțul de aprovizionare nu a fost un sector, istoric vorbind, care să permită diversității de talente să se remarce. Un impact pozitiv ar implica să mergem dincolo de spațiul fizic al companiei, să promovăm sistemele, politicile, procedurile și să inspirăm sau să ajutăm alte organizații, cum ar fi furnizorii noștri, să facă la fel.

În ceea ce privește siguranța, nu este vorba doar de prevenirea accidentelor la locul de muncă, ci și despre a



6.984.447 dm³ de lemn
= salvarea a
6.748 de copaci maturi

ne asigura că organizațiile își susțin și își împuternicesc angajații, alături de familiile lor, să atingă un nou nivel al stării de bine—fie că e fizică, mentală, emoțională, socială sau financiară.

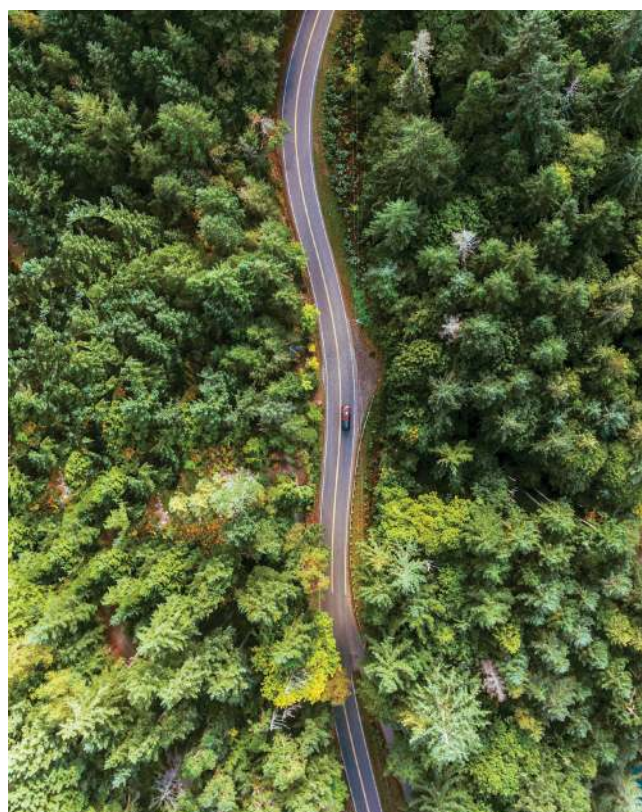
COLABORAREA ESTE UN INGREDIENT VITAL ÎN MIȘCAREA REGENERATIVĂ

Acestea sunt doar câteva exemple despre ce ar putea însemna regenerarea în practică și o serie de acțiuni relevante pentru industria de supply chain. După cum vedem, calea spre o lume regenerativă nu va fi ușoară. Dimensiunea provocării e semnificativă și va face necesare niveluri de colaborare creativă care s-au atins rar în istorie. Urgența și dimensiunea schimbării de care avem nevoie va necesita ca toate sectoarele—privat, public și ONG să lucreze împreună mai strâns ca oricând.

Pe cât de promițătoare sunt aceste inițiative de pionierat, trebuie să recunoaștem că mișcarea de Regenerare este încă într-o etapă de început. Suntem doar la începutul unei conversații creative care va aduce soluțiile pentru lanțuri de aprovizionare durabile și regenerative. Avem șansa să transformăm principiile sistemelor de producție care au operat de peste două secole și să creăm un sistem nou care ne va readuce în limitele unei planete sănătoase.

A venit timpul să stabilim **o nouă relație cu planeta**, una care regenerează apa, solul și aerul. O abordare care se adresează binelui și responsabilităților colective ale omenirii. **Fiecare dintre noi are un rol în această revoluție regenerativă.**

670.583 tone de deșuri
solide = **158** de camioane
pline cu reziduuri lemnoase



Nu doar răcorim lumea, ci contribuim la schimbare

Se împlinesc 30 de ani de la prima sticlă de Coca-Cola produsă în România, 30 de ani în care simbolul pe care brandul îl reprezintă a rămas neschimbat: optimismul! Pentru Sistemul Coca-Cola, optimismul înseamnă mai mult decât bucurie și speranță. Optimismul este integrat în viziunea companiei și ghidează acțiunile acesteia pentru un #dupănoi mai bun pentru generațiile care urmează.

De 5 ani, avem recunoașterea de cea mai sustenabilă companie din România, conform studiului independent realizat de The Azores. Sustenabilitatea se află însă pe lista priorităților companiei de foarte mulți ani, perioadă în care aceasta și-a stabilit proceduri clare și indicatori pe care îi urmărește cu rigurozitate. Coca-Cola HBC România a lansat primul Raport de Sustenabilitate încă din anul 2011, când sustenabilitatea era un concept destul de necunoscut companiilor din România, iar raportarea non-financiară nu era obligatorie.

În prezent, operațiunile Coca-Cola în România înseamnă: 3 fabrici de îmbuteliere - Ploiești, Timișoara, Poiana Negrii - 18 centre de distribuție, aproape 100.000 de clienți și un portofoliu de băuturi care răspunde tuturor gusturilor și stilurilor de viață. Liderul local al pieței de băuturi a investit peste 240 de milioane de euro în operațiunile sale de-a lungul anilor, luând în calcul impactul acestora asupra mediului înconjurător.



ANGAJAMENTE ȘI PROGRES PENTRU O LUME FĂRĂ DEȘEURI

„Credem în principiile economiei circulare, iar angajamentul nostru pentru economie circulară este despre a face afaceri în mod corect, nu facil. Misiunea noastră globală este să răcorim lumea prin băuturile noastre și să contribuim la schimbare, construind o afacere sustenabilă. De pildă, în materie de ambalaje, împreună cu partenerii noștri îmbutelietori, analizăm cu mare atenție materialele pe care le folosim și privim totul din perspectiva provocărilor globale legate de deșeuri și schimbări climatice. În 2018, am lansat

inițiativa strategică «O lume fără deșeuri», cu trei obiective majore ce pun accent pe colectare, design și parteneriate. Contribuim la efortul de a face colectarea și reciclarea accesibile oricui și, totodată, investim în designul ambalajelor pentru a le face cât mai sustenabile. Ne concentrăm, de asemenea, eforturile ca toate ambalajele noastre să fie 100% reciclabile, astfel încât, dacă cineva vrea să recycleze un ambalaj, să poată face acest lucru fără probleme”, declară Mihaela Niță, Public Affairs Manager, Coca-Cola România

Strategia „O lume fără deșeuri” se traduce în obiective concrete. **Obiectivul principal este ca, până în 2030, să colectăm și să reciclăm echivalentul tuturor sticlelor și dozelor pe care le comercializăm**, având un prag intermediar de 75% în 2025. În 2020, 57% din ambalajele pe care Sistemul Coca-Cola le-a pus pe piață au fost colectate și reciclate.

Investim în designul ambalajelor noastre fie că este vorba despre folosirea unei cantități mai mari de PET reciclat, reducerea cantității de materiale folosite sau experimentarea unor modalități de a renunța de tot la ambalaje. **Ne dorim ca acestea să conțină cel puțin 50% materiale reciclate până în 2030.** Obiectivul ca **toate ambalajele noastre să fie 100% reciclabile la nivel global** completează strategia „O lume fără deșeuri”.

Pentru atingerea obiectivelor pe termen lung, compania continuă să investească în îmbunătățirea ambalajelor utilizate și se implică în proiecte complexe, cu impact semnificativ la nivel național, precum este implementarea Sistemului Garanție-Returnare (SGR).

„Implementarea Sistemului Garanție-Returnare este foarte importantă pentru noi, de aceea ne dorim să avem cât mai repede cadrul legislativ pentru implementarea sa. Odată aprobat pachetul legislativ care definește principiile de funcționare ale sistemului, producătorii, împreună cu partenerii comercianți, pot trece la operaționalizarea sa. SGR nu reprezintă însă soluția universală la problemele României cu deșeurile. Colectarea corectă a deșeurilor de ambalaje este probabil cel mai important pas către o economie circulară. Ca producători, înțelegem obligațiile ce ne revin din principiul Răspunderii Extinse a Producătorului, precum și responsabilitatea pe care o avem față de mediul înconjurător. Dincolo de costurile pe care le suportăm, ne implicăm prin dialog cu autoritățile

57% din cantitatea de ambalaje pusă pe piață în 2020 a fost colectată în vederea reciclării



și toate părțile interesate, dar și prin campanii de colectare și conștientizare a importanței colectării separate, pentru ca ambalajele pe care le punem pe piață să nu mai ajungă deșeuri aruncate necorespunzător, ci să devină resurse într-o economie circulară”, declară Alice Nichita, Public Affairs and Communication Manager, Coca-Cola HBC România.

În ceea ce privește ambalajele sale, în 2019, Sistemul Coca-Cola a introdus pe piața din România primul ambalaj produs din 100% PET reciclat pentru o apă minerală naturală. Astfel, de la finalul anului 2019, ambalajele produselor Dorna sunt fabricate din 100% PET reciclat, iar în 2020, compania a introdus acest tip de ambalaj și pentru brandul Poiana Negri. Obiectivul Coca-Cola este ca până în 2030 să utilizeze ambalaje cu 50% conținut din materiale reciclate.

„Portofoliul nostru de ape minerale naturale este îmbuteliat în 100% PET reciclat. Asta înseamnă că, în prezent, folosim rPET pentru 19% din portofoliul nostru de băuturi. Este esențial să investim în colectare, deoarece prin colectarea și reutilizarea materialelor, ambalajul PET se poate transforma din nou într-un ambalaj, așa funcționează economia circulară. Aceasta este prioritatea noastră în momentul de față”, spune Mihaela Niță, Public Affairs Manager, Coca-Cola România.

Compania are cel mai divers portofoliu de băuturi de pe piață locală, adresând numeroase ocazii de consum. De aceea, produsele din portofoliul companiei sunt comercializate în ambalaje diverse: din PET, sticlă reutilizabilă și nereutilizabilă și la doză. Fiecare tip de

SISTEMUL COCA-COLA

ambalaj are anumite proprietăți și adresează o anumită ocazie. Însă reducerea amprentei asupra mediului rămâne o prioritate.

Astfel, pe lângă implicarea și susținerea inițiativelor locale pentru colectarea ambalajelor și introducerea ambalajelor din PET reciclat, Sistemul Coca-Cola se concentrează și pe scăderea cantității de plastic pe care o utilizează.

„În ultimii 10 ani am diminuat cantitatea de plastic pe care o utilizăm în ambalajele noastre cu 10%. Inovăm

constant pentru a continua pe acest trend descendent. Căutăm și soluții prin care să înlocuim plasticul acolo unde este posibil. Anul acesta, am investit 2 milioane EURO într-un nou echipament în fabrica din Timișoara – KeelClip™, cu ajutorul căruia reducem cantitatea de plastic cu 100 tone în anul 2021. Ne așteptăm ca în următorii ani această cantitate să se dubleze. KeelClip™ este un ambalaj colectiv din carton provenit din surse sustenabile, care înlocuiește folia de plastic pe care o utilizăm pentru baxurile de doze”, afirmă Alice Nichita, Public Affairs and Communication Manager, Coca-Cola HBC România.

DUPĂ NOI #NUNEOPRIMAICI



Suntem prezenți pe piața locală de 30 ani, iar rădăcinile companiei în comunitate sunt puternice. Poveștile pe care aceasta le-a scris în cele 3 decenii au contribuit la schimbare, iar optimismul pentru un viitor mai bun a rămas o sursă de energie.

Platforma de sustenabilitate a Sistemului Coca-Cola, **După Noi**, a crescut în pas cu dorința companiei de a face mai mult și mai bine. **După Noi** înseamnă grija față de comunitate, față de mediu și de ape, dar și față de

tineri. Deși anul 2020 ne-a forțat să schimbăm multe planuri și să ne adaptăm noului context, au existat și inițiative care au continuat să contribuie la schimbare. **#NuNeOprimAici** a fost angajamentul pe care Sistemul l-a reînnoit în 2021, motto pe care se ghidează și în momentul de față.

După Noi **#NuNeOprimAici** se concentrează pe 4 zone principale comunicate sub 4 piloni.

DUPĂ:
NOI:RO
#NuNeOprimAici

Strângem
tot noi

O inițiativă  Coca-Cola HBC
România  Coca-Cola România

Printre proiectele pe care compania le-a inițiat menționăm proiectul Azi pentru Mâine, un amplu proiect dezvoltat sub forma unei platforme naționale care își propune educarea și implicarea persoanelor fizice și juridice în colectarea separată a deșeurilor, cu scopul de a face din aceasta o posibilitate și un obicei, ca verigă importantă în economia circulară pe care toți ne-o dorim. Platforma, inițiată de Asociația CSR Nest și finanțată de Fundația Coca-Cola, este sprijinită de Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor și intervine concret, pe două direcții – educare și susținerea dezvoltării infrastructurii de colectare separată, prin 3 componente: Azi pentru Mâine pe Plajă, Azi pentru Mâine în Școală, Azi pentru Mâine în Comunitate.

DUPĂ:
NOI:RO
#NuNeOprimAici

Apa hrănește
viața

O inițiativă  Coca-Cola HBC
România  Coca-Cola România

O inițiativă majoră este Împreună pentru Dunăre – proiectul prin care compania reconstruiește zonele umede de-a lungul Dunării, implementat de WWF România. Proiectul are ca obiectiv refacerea și conservarea unor zone umede și lunci inundabile din lungul Dunării și al afluenților săi. Programul este susținut de Fundația Coca-Cola, iar în România, lucrările de reconstrucție ecologică se desfășoară în lungul Dunării, între localitățile Gârla Mare și Vrata, din județul Mehedinți.

DUPĂ:
NOI:RO
#NuNeOprimAici

Cresc
oameni noi

O inițiativă  Coca-Cola HBC
România  Coca-Cola România

Un exemplu este proiectul La Tineri este Puterea, proiectul prin care le oferim sprijin și consiliere tinerilor la început de drum. Proiectul este implementat alături de Asociația The Social Incubator, iar din 2017 și până în prezent, proiectul a adunat peste 10.000 de beneficiari. Workshop-urile live s-au desfășurat în 32 de județe din țară, iar aplicația proiectului a fost descărcată de peste 1.000 de utilizatori în primele 6 luni de la lansare.

DUPĂ:
NOI:RO
#NuNeOprimAici

Dăinuie ce-i
al locului

O inițiativă  Coca-Cola HBC
România  Coca-Cola România

Ca răspuns la criza locurilor de muncă declanșată de pandemie, pentru a sprijini comunitatea, Coca-Cola HBC, alături de Asociația The Social Incubator, a lansat în luna noiembrie 2020 platforma Lucrez din Nou (www.lucrezdinnou.ro), prima platformă online de reconversie profesională menită să-i ajute pe cei care și-au pierdut locul de muncă în contextul dificil creat de pandemia de Covid-19. Aceasta oferă în mod gratuit resurse educaționale pentru reorientarea în carieră și le afișează utilizatorilor opțiunile de job-uri disponibile.

Sustenabilitatea la dm: Sortiment, măsuri în domeniul mediului și al resurselor, relația cu angajații și angajamentul social

Sustenabilitatea la dm are multe fațete: începând cu realizarea sortimentului, prin măsuri diverse în domeniul mediului și al resurselor, în relația cu angajații și în angajamentul social.

Oferim clienților noștri posibilitatea de a face cumpărături conștiente, prin prezența la raft cu produse sustenabile, eco și bio în toate categoriile. Omenirea este tot mai conștientă de impactul pe care îl are pe termen mediu și lung asupra mediului înconjurător, în contextul încălzirii globale și a resurselor limitate de care dispunem în prezent. Ca dovadă, întreaga categorie de produse ecologice înregistrează în 2021 o creștere de 11% față de anul trecut, cu accent în categoria de alimente cu 21% și suplimente alimentare cu 20%.

Reducerea impactului și compensarea impactului rezidual, noile produse neutre din punct de vedere al mediului*, folosirea cutiilor reutilizabile pentru transport sau rute de transport mai scurte sunt doar câteva din măsurile pe care dm le-a adoptat în acest sens.

În filosofia dm, OMUL este în centrul tuturor activităților. Combinarea muncii cu procesul de învățare continuă este un principiu general în activitatea companiei. Acționăm în interesul oamenilor: cultura dialogului, învățarea autodidactă, grija pentru colegi, sunt câteva din elementele care

11% a fost creșterea
vânzărilor în categoria
de produse ecologice,
cu accent în
categoria de alimente, unde
creșterea a fost de **21%**.

subliniază faptul că în dm suntem împreună unul pentru celălalt.

Implicarea socială la dm: prin inițiative sociale și activități educative pentru un stil de viață sănătos și frumos. Iată câteva exemple: inițiativa Giving Friday, prin care donăm 5% din totalul încasărilor din ultima vineri a lunii noiembrie, parteneriatul cu SOS Satele Copiilor, prin care îi sprijinim pe cei mici să aibă un prezent mai bun pentru un viitor luminos, Color the Village, prin care dăm viață și culoare satelor din Banat, sau Dințișorii veseli, prin care copiii din grădiniță învață despre importanța igienei orale.

Pro Climate – noile produse neutre din punct de vedere al mediului* de la dm

În premieră absolută, dm a dezvoltat produse care nu sunt doar neutre din punct de vedere climatic, ci și neutre din punct de vedere al mediului. Produsele Pro Climate sunt fabricate cu cea mai mică amprentă ecologică posibilă și compensează cinci dintre efectele inevitabile asupra mediului, facilitând tuturor accesul la acțiuni mai conștiente în relația cu mediul.

dm drogerie markt a dezvoltat, cu sprijinul Universității Tehnice din Berlin, o abordare holistică, bazată științific și unică, pentru a realiza aceste produse: impactul producției asupra mediului și al debarasării a fost redus semnificativ, acestea fiind fabricate cu cel mai bun echilibru ecologic posibil. Impactul inevitabil este compensat în cinci categorii de mediu prin proiecte de renaturare.

CUM DEVIN PRODUSELE NOASTRE NEUTRE DIN PUNCT DE VEDERE AL MEDIULUI?

Analizăm ciclul de viață al produselor selectate, îl evaluăm și căutăm oportunități de optimizare - de la extragerea materiilor prime, fabricarea produselor, până la transport, utilizare și eliminare. Ținem cont de efectele produselor noastre asupra emisiilor de CO₂, a acidifierii solului, a smogului de vară, a diminuării stratului de ozon și a eutrofizării. Reducem impactul negativ asupra mediului și compensăm ce nu poate fi evitat.



DE CE PRODUSE NEUTRE DIN PUNCT DE VEDERE AL MEDIULUI*?

Este în interesul nostru, al tuturor, să folosim resursele de care avem nevoie într-un mod exemplar și responsabil, să creăm oportunități de regenerare pentru natură și să o păstrăm în condiții cât mai bune pentru generațiile viitoare.

Doar împreună și doar învățând să trăim în armonie cu natura putem construi un viitor sustenabil pentru societate, și implicit pentru companie.

De aceea, suntem dedicați în demersul de a susține un Pământ locuibil prin dezvoltarea de noi produse neutre din punct de vedere al mediului.

CUM COMPENSĂM IMPACTUL ASUPRA MEDIULUI?

dm drogerie markt achiziționează terenuri scoase din echilibrul ecologic din cauza industrializării și le transformă în biotopuri. Depășirea consecințelor schimbărilor climatice și promovarea biodiversității este realizată cu ajutorul echipei de biologi și ecologiști.

CARE SUNT PRINCIPALELE BENEFICII ADUSE DE PRO CLIMATE?

Oferim clienților noștri produse mai durabile și promovăm un consum conștient. Dorim să extindem submarca dm pentru alte produse, dar și să acordăm prioritate în drogheriile noastre produselor ecologice de la alți furnizori.

Mulți pași mici pot face diferența, ne bucurăm de toți cei care aleg să meargă pe acest drum alături de noi.

*Compensarea emisiilor CO₂, a eutrofizării, a acidifierii, a smogului de vară și a diminuării stratului de ozon

Pro Climate: produse dm ecologice cu abordare holistică și, în prezent, unică

Suntem sustenabili doar dacă trăim în armonie cu natura, motiv pentru care dm dorește să ajute la susținerea planetei prin dezvoltarea de noi produse care mențin impactul asupra mediului cât mai scăzut posibil.

Fiecare produs are, în mod inevitabil, un impact asupra climei prin producerea, utilizarea și eliminarea sa și prin urmare, nu poate fi neutru din punct de vedere al mediului. De aceea, putem neutraliza doar retroactiv din punct de vedere al mediului.

Proiectul nostru are o abordare holistică și, în prezent, unică: luăm în considerare efectele în cinci domenii de mediu care apar pe parcursul întregului ciclu de viață al unui produs, de la extracția materiilor prime, fabricarea materialelor și a produselor, până la transport, utilizare și eliminare. Această evaluare a ciclului de viață

a fost realizată în strânsă colaborare cu specialiștii de la Universitatea Tehnică din Berlin.

În cazul produselor neutre din punct de vedere climatic, se compensează doar emisiile de CO₂, ceea ce se face, de obicei, prin achiziționarea de certificate și sprijinirea proiectelor de protecție a climei. Cu noile noastre produse dezvoltate, reducem și compensăm și alte patru efecte relevante asupra mediului, pe lângă emisiile de gaze cu efect de seră, făcând astfel un pas înainte.

PRODUSE PRO CLIMATE ÎN dm ROMÂNIA

• **Sanft&Sicher Pro Climate hârtie igienică nature:** pentru această hârtie utilizăm 100% lemn de rărire și deșeuri de la fabricile de cherestea, care apar în timpul

CELE CINCI EFECTE ASUPRA MEDIULUI PE CARE LE COMPENSEAZĂ dm

1 Emisiile de CO₂, respectiv efectul de seră: fenomenul influențează din ce în ce mai mult clima și temperatura Pământului prin utilizarea combustibililor fosili, tăierea pădurilor tropicale și creșterea animalelor. Acest lucru crește cantitatea de gaze cu efect de seră din atmosferă, dar sporește și încălzirea globală, dezechilibrând ecosistemul.

2 Eutrofizarea: termenul „eutrofic” provine din greacă și înseamnă „bine hrănit”. Eutrofizarea este declanșată de activitățile umane care duc la o acumulare de nutrienți (de exemplu, azot și fosfor) în apele inițial sărace în nutrienți. Algele și plantele acvatice pot crește în exces și pot priva alte specii de plante, organisme mici și animale.

3 Acidifierea: aceasta înseamnă că valoarea pH-ului unui sistem (de exemplu solul sau apa) scade. Scăderea PH-ului este cauzată de așa-numitele substanțe acidifiante, cum

ar fi dioxidul de sulf din precipitații (ploaie acidă). Multe plante nu tolerează creșterea acidifierii, ceea ce are consecințe majore pentru ecosistemele forestiere și acvatice.

4 Smogul de vară: este termenul utilizat pentru a descrie poluarea aerului din apropierea solului cu concentrații ridicate de ozon și alți fotooxidanți. Este vorba de formare de oxizi de azot și hidrocarburi în combinație cu radiațiile UV ale soarelui. Ozonul de la nivelul solului atacă sistemul respirator, dăunează plantelor și animalelor și nu se compară cu ozonul din stratosferă, a cărui funcție utilă este de a bloca radiațiile ultraviolete către Pământ.

5 Diminuarea stratului de ozon: termenul se referă la epuizarea stratului de ozon stratosferic. Degradarea ozonului este cauzată, printre altele, de compușii gazoși halogenați în condiții climatice speciale și duce la pierderea protecției împotriva radiațiilor (gaura de ozon).

întreținerii pădurilor. Hârtia noastră este compusă din reziduuri de lemn reciclate, pentru care nu se taie copaci și oferă mai mult conținut cu mai puține ambalaje: în loc de 8x200 de coli, în ambalaj sunt 8x260 de coli, iar rolele sunt înfășurate mai strâns. Ambalajul produsului este format din cel puțin 50% material reciclat și este reciclabil. Hârtia igienică este implementată ca o versiune cu 2 straturi, care se apropie cât de mult posibil de calitatea unei hârtii cu 3 straturi. Hârtia igienică este produsă cu energie 100% regenerabilă.

- **Denkmit Pro Climate detergent concentrat de rufe colorate nature:** formula concentrată permite un ambalaj mai mic și conține mai multe doze decât un detergent obișnuit. Ca ambalaj folosim o pungă reciclabilă, se utilizează astfel cu aproximativ 65% mai puțin ambalaj decât în cazul unei sticle de 1,1 l. Ingredientele sunt în proporție de cel puțin 80% origine naturală. Un alt punct important este selectarea și utilizarea atentă a materiilor prime care sunt cât mai ecologice posibil.

- **Sundance Pro Climate fluid plajă SPF 30 și SPF 50:** cu tub reciclabil fabricat din aproximativ 70% material reciclat. Înlocuirea filtrelor solare care au un scor mai mic în eco-balanță: nu utilizează octocriren și nici parfum. Are o formulă ușor biodegradabilă. Pentru fluidul facial, folosim 100 ml în loc de 50 ml, astfel încât cantitatea de ambalaje să fie mai mică în raport cu conținutul, ceea ce îmbunătățește echilibrul ecologic al produsului. Produsele sunt potrivite pentru pielea sensibilă și au fost testate dermatologic.

- **alverde Pro Climate loțiune de corp cu lămâiță:** cu formulă redusă - folosirea a ceea ce este cu adevărat necesar și eliminarea a tot ceea ce nu este absolut necesar (de exemplu, extracte). Loțiunea de corp este comercializată într-o pungă și se economisește astfel aproximativ 60% material de ambalaj în comparație cu o sticlă de 250 ml.

- **alverde Pro Climate gel de duș concentrat cu lămâiță:** cu formulă redusă - este inclus doar ceea ce este cu adevărat important și se omite tot ceea ce nu este absolut necesar (de exemplu, extractele). Formula concentrată permite un ambalaj mai mic, dar la fel de multe aplicări ca în cazul unui gel de duș normal. Utilizăm și pentru acest produs o pungă ca recipient și astfel economisim cu 70% mai mult ambalaj, comparativ cu o sticlă de 250 ml.



- **alverde Pro Climate apă de gură cu lămâiță eco:** sticlă fabricată din material 100% reciclat prin utilizarea celor mai ecologice materii prime posibile. Creșterea cantității de umplere de la 450 ml la 500 ml, fără a schimba recipientul, permite utilizarea unei cantități reduse de ambalaje.

- **Denkmit Pro Climate detergent vase concentrat ultra nature:** cu formulă concentrată și eficiență sporită, are o putere mare de dizolvare a grăsimilor, care curăță vasele în mod eficient chiar și cu apă rece. Utilizarea produsului economisește resurse și contribuie la îmbunătățirea echilibrului ecologic. Ca ambalaj pentru acest produs se folosește tot o pungă reciclabilă. 80% din ingrediente sunt de origine naturală și conține etanol ecologic, care a fost produs din CO₂ reciclat. Produsul conține și un parfum ușor pentru a optimiza mirosul ingredientelor.

- **alverde Pro Climate ulei de bărbierit și îngrijire:** cu formulă redusă - sunt incluse doar 5 uleiuri organice diferite. Sticlă realizată din material 100% reciclat este semnificativ mai bună decât cutia de cremă de ras în ceea ce privește echilibrul ecologic. Cu acest produs se poate economisi apă, pentru că nu necesită o clătire abundentă, ci se poate masa în piele. Oferim, totodată, două utilizări într-un singur produs: îngrijire și bărbierit.

Farmec reciclează ambalajele produselor sale prin campania „Ai grijă de natură așa cum ai grijă de tine”

„Suntem o companie cu rădăcini adânci în comunitățile pe care le deservim, astfel că sustenabilitatea activității și produselor noastre reprezintă unul dintre principalii piloni ai strategiei Farmec, care pune accentul pe continuitatea dezvoltării la nivelul întregii României. Suntem una dintre puținele companii din domeniul produselor cosmetice și de curățenie din România care se implică activ în găsirea de soluții pentru limitarea eliminării necorespunzătoare și încurajarea reciclării deșeurilor de ambalaje ale produselor pe care le fabricăm. Ne propunem astfel să limităm cât mai mult impactul activității noastre asupra mediului prin aderarea la principiile economiei circulare, care se află printre prioritățile Pactului Verde European prin care UE și-a propus să ghideze economia Europei către un viitor mai sustenabil.”



Andra Șumandea, specialist marketing, Farmec

5.200 de ambalaje au fost aduse de consumatori, colectate și reciclate în mod responsabil, pe parcursul anului 2020, în cele șase magazine Farmec și Gerovital incluse în proiectul pilot al campaniei „Ai grijă de natură așa cum ai grijă de tine” derulat în Cluj-Napoca, Târgu Mureș și Oradea.

Din perspectiva celui mai important producător român de cosmetice, Farmec a înțeles că poziția de lider de piață implică - pe lângă inovarea continuă și stabilirea tendințelor în domeniu - o atenție deosebită pentru mediu și pentru generațiile următoare.

Așa a apărut proiectul „Ai grijă de natură așa cum ai grijă de tine”, un demers de responsabilitate socială pentru reciclarea ambalajelor produselor din portofoliul Farmec. Lansată la începutul lui 2020 sub formă de proiect-pilot în magazinele Farmec și Gerovital din Cluj-Napoca, la care s-au adăugat la scurt timp și unitățile din Oradea și Târgu Mureș, campania s-a potrivit ca o mânășă clienților Farmec care doreau să fie siguri că ambalajele produselor utilizate vor fi reciclate.

Astfel, în magazinele selectate pentru campanie au fost amplasate recipiente de colectare pentru deșeurile de hârtie, plastic, sticlă, metal și aluminiu, unde clienții pot aduce ambalajele produselor din portofoliul Farmec pe care le-au folosit.

Rezultatele campaniei derulate pe parcursul anului trecut au fost peste așteptări. Într-un an în care programul magazinelor a fost deseori restricționat

ca urmare a pandemiei, iar perioada de lockdown a însemnat închiderea unităților comerciale din mall-uri, peste 5.200 de ambalaje au fost aduse de consumatori, colectate și reciclate în mod responsabil în cele 6 magazine incluse în program.

Feedbackul pozitiv primit de la consumatori în magazine și în social media despre proiectul-pilot a fost încă o confirmare a reușitei acestei campanii și un important argument pentru decizia de a extinde programul la nivel național și de a dezvolta mai multe activități sub umbrela campaniei. În aceste condiții, campania a fost extinsă, începând din luna aprilie 2021, la nivel național, în magazinele proprii ale companiei din toată țara.

Grija pentru mediu pe care o manifestă Farmec nu se referă doar la strategia companiei de colectare separată și reciclare a ambalajelor cosmeticelor și produselor de curățenie din portofoliul companiei. Astfel, producătorul de cosmetice din Cluj-Napoca are în portofoliu și produsele de curățenie prietenoase cu mediul, Nufăr Verde. Astfel, gama cuprinde produse cu formule biodegradabile, fără coloranți, cu pH neutru și parfum hipoalergenic, ale căror vânzări în creștere din ultima perioadă arată interesul tot mai mare al consumatorilor români pentru astfel de produse.

FIȘĂ DE PROIECT

Campania „Ai grijă de natură așa cum ai grijă de tine” presupune colectarea și reciclarea ambalajelor produselor aflate în portofoliul Farmec, prin amplasarea de recipiente de colectare pentru deșeurile de ambalaje din hârtie, plastic, sticlă, metal în magazinele de brand Farmec și Gerovital.

Clienții pot aduce în aceste puncte de reciclare deșeuri de ambalaje de hârtie (cutii de creme), de plastic (cutii de creme, recipiente de șampoane și gel de duș și de produse de curățenie), de sticlă (borcane de creme) și de metal (doze spray de aluminiu). Pentru a putea fi reciclate, recipientele trebuie golite de conținut, clătite și curățate.

Pentru a încuraja reciclarea cât mai multor ambalaje, la fiecare patru ambalaje de

produse din portofoliul Farmec aduse, clienții primesc un produs cadou din partea companiei, pe baza unui cartonaș unde se cumulează câte o ștampilă la fiecare ambalaj returnat.

Începută ca proiect-pilot în magazinele Farmec din Cluj-Napoca, campania a fost extinsă, începând cu aprilie 2021, în toate unitățile comerciale operate de companie, respectiv cele 8 magazine Farmec, localizate în Cluj-Napoca, Arad, Brașov, Sibiu, Târgu-Mureș și Timișoara, cele 20 de magazine Gerovital care se găsesc în Cluj-Napoca, București, Constanța, Timișoara, Craiova, Ploiești, Suceava, Iași, Piatra Neamț, Galați, Oradea, Sibiu și Râmnicu Vâlcea, precum și magazinul Gerovital deschis în sistem de franciză, la Pitești.

Implicarea, ingredientul principal al unui viitor sustenabil

Incertitudinea cu care întreaga omenire s-a confruntat în ultimul an a accentuat și mai mult importanța responsabilității față de comunitate, prin implementarea unor acțiuni concrete, menite să genereze un viitor mai bun.

Pentru Kaufland, sustenabilitatea este, de mulți ani, unul dintre pilonii importanți ai modului în care noi alegem să funcționăm în comunitățile unde suntem prezenți. Mai mult, considerăm că sustenabilitatea este definitorie pentru viitor.

În anii financiari 2018 și 2019, Kaufland România, cel mai mare retailer din punctul de vedere al cifrei de afaceri și unul dintre cei mai mari angajatori privați din țară, și-a continuat misiunea de a contribui la dezvoltarea sustenabilă a comunității, având rezultate semnificative. Pe parcursul acestor doi ani, am crescut numărul de produse sustenabile regăsite în magazine și am susținut proiecte sociale care generează un impact pe termen lung asupra comunității.

Printre cei mai importanți indicatori de performanță nefinanciară ai Kaufland România se numără: direcționarea a peste 80% din bugetul total de achiziții către furnizori locali, atingerea pragului de peste 3,4 milioane de beneficiari prin proiectele comunitare, în care compania a investit peste 67 milioane de lei, precum și dobândirea calității de partener fondator al Ambasadei Sustenabilității în România. Prin intermediul acestui parteneriat și prin inițiativele implementate, ne-am propus să colaborăm cu societatea civilă pentru a susține cele 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă. De asemenea, în 2020, pentru al treilea an la rând, Kaufland România a obținut primul loc în cadrul Romania CSR Index, pentru transparența și performanța în domeniul raportării de sustenabilitate.



Marco Hössl, CEO Kaufland România

Toate eforturile și programele de responsabilitate socială inițiate sau susținute de Kaufland România în anii financiari 2018 și 2019 (între 01.03.2018 și 29.02.2020) se regăsesc în cel mai recent raport de sustenabilitate, „Implicarea face diferența: Cumpărături sustenabile pentru o viață sustenabilă”. Ca în fiecare an, vom continua să comunicăm în mod transparent informații despre indicatorii de performanță nefinanciară specifici activității noastre, urmând ca în toamna acestui an să publicăm raportul de sustenabilitate aferent anului 2020.

În continuare, vom detalia trei dintre cele mai importante proiecte derulate, cu impact asupra mediului de lucru și asupra mediului înconjurător.

Peste

3,4 milioane de beneficiari

au avut proiecte comunitare în care
Kaufland România a investit peste
67 de milioane de lei în 2018 și 2019.

DIVERSITATEA ȘI EGALITATEA DE ȘANSE, PROMISIUNEA PENTRU UN MEDIU DE LUCRU MAI BUN

Unul dintre cele mai importante aspecte ale politicii de resurse umane dezvoltate de Kaufland este respectarea diversității și egalității de șanse. Compania a dezvoltat o politică de resurse umane bazată pe o cultură organizațională pozitivă, care oferă oportunitatea tuturor angajaților să își atingă potențialul. În acest mod, Kaufland se asigură de faptul că toți angajații sunt tratați în mod egal, nediscriminatoriu.

Mai mult, pentru că diversitatea și egalitatea de șanse pot fi considerate atât un avantaj strategic, cât și o sursă a progresului, coeziunii sociale și inovației, în martie 2018, Kaufland a semnat Carta Diversității, o inițiativă care are scopul de a reflecta și întări angajamentul companiei pentru ca diversitatea, egalitatea de șanse și incluziunea socială să devină valori recunoscute și respectate de către comunitatea locală.

Un alt aspect al politicii de resurse umane elaborate de companie este încurajarea incluziunii sociale și respectarea dreptului la muncă pentru toate persoanele. Astfel, angajarea și includerea persoanelor cu dizabilități în cadrul companiei este un element important al strategiei de resurse umane. Kaufland își propune să contribuie la creșterea calității vieții persoanelor cu dizabilități și, de asemenea, să familiarizeze întregul sector economic cu astfel de practici, pentru ca, în final, acestea să devină o normalitate.

Spre finalul anului 2019, Kaufland a lansat un program-pilot de angajare și includere a persoanelor cu dizabilități, denumit A.C.C.E.S. (Angajare de Candidați

cu Cerințe și Evoluții Speciale). La finalul anului 2020, în cadrul companiei lucrau 240 de persoane cu dizabilități, în orașe precum București, Cluj-Napoca, Sibiu, Satu Mare, Oradea. În același timp, patru case de marcat, special adaptate pentru angajații în scaun rulant, au fost instalate în patru magazine Kaufland din București, investiția totală ajungând la suma de 33.000 de euro. În continuare, compania și-a propus să angajeze alte 350 de persoane cu dizabilități.

RECICLAREA, PASUL CĂTRE RESPONSABILITATEA FAȚĂ DE MEDIU

Pentru că impactul Kaufland se regăsește de-a lungul întregului lanț de aprovizionare, una dintre preocupările companiei este de a gestiona responsabil materialele utilizate în activitățile zilnice, prin identificarea celor mai bune soluții pentru ambalarea produselor noastre și, în același timp, prin acțiuni care să ducă la creșterea cantităților de deșeuri recuperate atât la nivelul magazinelor, cât și prin parteneri.

De asemenea, ca parte a grupului Schwarz, compania și-a luat angajamentul de a reduce consumul de plastic cu 20% până în 2025 și de a face 100% din ambalajele produselor marcă proprie cât mai reciclabile. În plus, grupul a semnat New Plastics Economy Global Commitment (Angajamentul global al noii economii în domeniul plasticului), lansat de Fundația Ellen MacArthur în 2018. Pentru implementarea obiectivelor stabilite, în acel an, Grupul Schwarz a lansat strategia privind plasticul REset Plastic, strategie implementată la nivelul tuturor companiilor din grup.

De asemenea, în ceea ce privește recuperarea ambalajelor puse pe piață, atât în 2018, cât și în 2019, ținta impusă de lege privind recuperarea deșeurilor provenite din materialele de ambalare a produselor a fost atinsă.

14.173

era numărul angajaților companiei în
februarie 2020, dintre care 71,7% femei
și 28,3% bărbați.



1.919 tone de plastic și PET-uri, 2,2 tone de aluminiu și 116 tone de sticlă au fost colectate (on-site) și reciclate de către Kaufland în 2019.

COMBATEREA POLUĂRII MEDIULUI ACVATIC CA OBIECTIV STRATEGIC

Pe lângă responsabilitatea față de angajați și mediul înconjurător, Kaufland s-a implicat și în prevenirea și combaterea poluării cu deșeuri a apelor din România.

În 2019, Kaufland România a dezvoltat, alături de Asociația Act for Tomorrow, programul „Acționăm pentru Ape – A.P.A.”, pornind de la pericolul în care se află viața animalelor acvatice din România, precum și sănătatea consumatorilor.

Marea Neagră este a doua cea mai poluată mare din Europa – după partea de vest a Mării Mediterane, conținând cea mai mare densitate de gunoai de produse de oameni și ajunse în mediul marin din UE. Plasticul constituie 90% din deșeurile produse de oameni și descoperite în mediul marin. Conform datelor ONU, 1 milion de păsări marine și 100.000 de mamifere marine, pești, țestoase mor în fiecare an doar din cauza deșeurilor de plastic.

AUTOMATE DE RECICLARE, PENTRU UN MEDIU MAI CURAT

Mai mult, în 2018, Kaufland România și-a dotat magazinele cu aparate automate de reciclare pentru trei tipuri de ambalaje: PET-uri (cu volum de până la 3 litri), sticlă și doze de Aluminiu (cu volum de până la 1 litru). Cum funcționează? Aparatele sunt tip self-service și răsplătesc clienții care reciclează ambalajele cu o sumă de bani, oferită sub formă de cupon de reducere care poate fi folosit în magazin. La fiecare cinci ambalaje depuse, indiferent de tipul lor, aparatul va elibera automat un cupon de discount la achiziționarea unor produse selectate în acest sens.

Aparatele sunt sub formă de containere complet tehnologizate și au o capacitate de procesare a ambalajelor de până la 60 de recipiente pe minut. Clienții pot introduce recipientele într-o ordine aleatorie în aparat, iar acesta le identifică, le sorteză automat și le direcționează în pubela alocată fiecărui tip de material. Imediat ce clienții depun ambalajul în automat, acesta scanează materialul și eliberează cuponul. Aparatele sunt dotate cu senzori de măsurare a gradului de umplere, senzori de mișcare, camere de supraveghere și linie de sortare.

În prezent, în parcările a 110 dintre magazinele Kaufland România se regăsesc aparate automate de reciclare pentru aceste tipuri de ambalaje.

Ediția 2020 a proiectului A.P.A. a avut obiectivul strategic de a mobiliza comunitățile să se implice în prevenirea și combaterea poluării cu deșeuri a apelor din România și de a aduce acest subiect pe agenda publică, sub umbrela „Stop deșeurilor din ape”.

Proiectul a fost dezvoltat pe patru direcții strategice extrem de importante: educare și informare; intervenție și ecologizare, prin mobilizare comunitară și advocacy. Printre obiectivele îndeplinite se numără:

- Informarea cu privire la situația poluării apelor la nivel global și național;
- Creșterea nivelului de conștientizare referitor la impactul poluării cu plastic a apelor asupra mediului, biodiversității, sănătății;
- Promovarea unui comportament preventiv cu privire la poluarea apelor;
- Curățarea apelor poluate, cu sprijinul voluntarilor mobilizați;
- Promovarea colectării selective a deșeurilor pe plajele din România.

Peste

18,8 tone de deșeuri

au fost colectate din apele României în cadrul programului „Acționăm pentru Ape! - A.P.A.”

Mai mult, prin derularea acestui program, Kaufland România a contribuit activ la îndeplinirea următoarelor obiective de dezvoltare durabilă asumate de Organizația Națiunilor Unite pentru anul 2030: Obiectivul 14 - Viața Acvatică ; Obiectivul 12 - Consum și Producție Responsabilă; Obiectivul 13 - Acțiune Climatică; Obiectivul 11 - Orașe și Comunități Durabile.

ACȚIONĂM PENTRU APE! - A.P.A

În vara anului trecut, pe plajele din România s-a regăsit, pentru prima oară, prima infrastructură de colectare separată sub forma unor animale marine gigant, care reprezintă cele mai cunoscute specii protejate din apele din România. Acestea au fost amplasate pe trei dintre cele mai importante plaje din stațiunile turistice de pe litoralul românesc: Plaja Reyna din Constanța, Plaja Nomad din Năvodari și Plaja Eminescu din Mangalia. Cele patru sisteme gigant, reprezentând doi delfini, un sturion și o broască țestoasă au avut rolul de a trage un semnal de alarmă asupra impactului pe care deșeurile îl au asupra animalelor acvatice.

În infrastructura special amenajată au fost colectate doar deșeuri reciclabile din materiale de plastic și metal, cum ar fi recipiente de băuturi răcoritoare din PET sau doze de aluminiu. Ulterior, acestea au fost preluate, pentru a fi reciclate și transformate în noi produse, iar turiștii au fost recompensați cu premii prietenoase cu mediul.

Principalul rezultat al programului „Acționăm pentru Ape! - A.P.A.”, ediția 2020, înregistrat până în prezent, este colectarea a peste 18,8 tone de deșeuri, atât de pe litoral, cât și din cele mai poluate râuri și lacuri din România: 9,8 tone de deșeuri au fost colectate de către voluntari în cadrul celor 6 evenimente de ecologizare organizate în zona Defileul Oltului, lacul Tăbăcăriei din Constanța, barajul și malurile lacului de acumulare Golești (râu Argeș), plaja Reyna din Constanța, Insula Mangaliei și malurile Dunării la Brăila. O cantitate suplimentară de 9 tone de deșeuri au fost colectate prin intermediul infrastructurilor de colectare în forma animalelor gigant instalate pe plajele de pe litoralul românesc. De asemenea, în total, 400 de voluntari au participat la cele 6 evenimente organizate în cadrul ediției 2020 a programului.

FAPTE CONCRETE PENTRU O ROMÂNIE CU APE CURATE

Soluții pentru o Dunăre #fărăplastic

„Ghidați de motto-ul «Pentru un viitor mai bun», ne-am propus să acționăm responsabil în comunitățile din care facem parte, iar una dintre prioritățile noastre este să luăm măsuri pentru protejarea mediului, atât pentru noi, cât și pentru generațiile viitoare. De aceea, prin strategia noastră de sustenabilitate, aliniată la obiectivele REset Plastic ale grupului Schwarz, acționăm concret pentru a diminua impactul poluării cu plastic, prin optimizarea proceselor interne, în paralel cu investiții sociale în programe cu impact național. Ne îndreptăm mereu către proiecte relevante, care pot genera schimbări pozitive, pe termen lung, pentru nevoile reale ale societății.” - Lidl România

Lidl se angajează ca până în 2025 să reducă cu

20% cantitatea de plastic din ambalajele produselor marcă proprie

și să ia măsuri astfel încât toate ambalajele produselor marcă proprie să fie în proporție maximă posibilă reciclabile.

CUM PUTEM PREVENI POLUAREA CU PLASTIC A APELOR?

Conform unor estimări realizate de Fundația Ellen MacArthur, până în 2050, oceanele ar putea conține mai multe materiale din plastic decât pești¹. Iar problemele cauzate de acest fapt sunt numeroase: de la distrugerea biodiversității acvatice, la impactul asupra sănătății umane, prin expunerea la substanțe chimice prin lanțul trofic, la pierderi economice și afectarea climei. De exemplu, reciclarea unui milion de tone de plastic echivalează cu retragerea din circulație a unui milion de mașini (în ceea ce privește emisiile de CO₂).²

La nivel local, doar Dunărea transportă în Marea Neagră 4,2 tone de plastic în fiecare zi, adică 1.533 de tone pe an, conform unui studiu realizat de Universitatea din Viena. În lipsa unor acțiuni concrete și de anvergură, cantitatea de deșeuri plastice va crește și va genera efecte devastatoare asupra a milioane de păsări și viețuitoare marine.



Drept răspuns la această problemă globală, Lidl România investește constant pe două paliere: la nivel de business și la nivel de societate. Astfel, toate măsurile luate de Lidl România pentru combaterea poluării cu plastic sunt în linie cu **REset Plastic, strategia în domeniul plasticului**

1 Sursa: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/EllenMacArthurFoundation_TheNewPlasticsEconomy_Pages.pdf

2 Sursa: <https://www.europarl.europa.eu/news/ro/headlines/society/20181005STO15110/plastic-in-oceane-date-impact-si-noile-reglementari-ue>

a grupului Schwarz, din care retailerul face parte. Aceasta cuprinde cinci zone de acțiune: de la evitarea folosirii plasticului în ambalaje și regândirea design-ului acestora, reciclarea plasticului din magazine și depozite, până la acțiuni de ecologizare, inovare și educare în domeniu. Unul dintre obiectivele în acest sens este ca, până în 2025, să reducă cu 20% cantitatea de plastic din ambalajele produselor marcă proprie și să ia măsuri astfel încât toate ambalajele produselor marcă proprie să fie în proporție maximă posibilă reciclabile.

De aceea, colectarea, sortarea și reciclarea plasticului sunt direcții importante ale strategiei de sustenabilitate Lidl, care se reflectă pe de-o parte prin reducerea cantității de plastic din operațiunile de business, prin revizuirea constantă a proceselor interne. De exemplu, Lidl România a exclus definitiv din sortimentul său toate articolele de unică folosință din material plastic, cum ar fi paie, pahare, farfurii și tacâmuri. Demersul a fost unul asumat de Lidl voluntar, încă din 2019, înainte ca Decizia Consiliului UE de a interzice utilizarea acestor articole să intre în vigoare, în 2021.

O altă măsură de reducere a consumului de plastic adoptată de Lidl România este introducerea în magazine a săculeților reutilizabili pentru cântărirea fructelor și legumelor, oferind clienților o alternativă și mai prietenoasă cu mediul la pungile compostabile de unică folosință.



În plus, o premieră pe piața locală este că, din luna aprilie 2021, Lidl schimbă ambalajele produselor din carne proaspătă de la furnizorii români, pentru a reduce consumul de plastic cu până la 40% per caserolă. Astfel, Lidl România va ambala peste 90 de produse (carne de pui, curcan, vită, oaie și porc) de la furnizorii români într-o caserolă inovatoare, ce folosește semnificativ mai puțin plastic și are capacitatea de a fi reciclată în proporție maximă. Față de soluțiile folosite anterior, în funcție de dimensiunea caserolei, procentajul cu care se reduce consumul de plastic pentru ambalarea fiecărui produs variază de la 17% la 40%.

OPTIMIZAREA AMBALAJELOR

Optimizarea ambalajelor este un obiectiv la care Lidl lucrează cu consecvență. Compania a reușit să diminueze cantitățile de plastic pentru ambalajele produselor marcă proprie, iar rezultatele sunt descrise în cel mai recent raport de sustenabilitate publicat de Lidl România, ce acoperă perioada 1 martie 2019 – 29 februarie 2020:

- Ambalajul uleiului Olidor: greutatea ambalajului a scăzut de la 20 g la 18 g, ceea ce a condus, raportat la perioada menționată, la o reducere totală de 39.204 kg de plastic.
- Ambalajele a 2 produse din carne (vrăbioară și antricot de mânzat), ceea ce a condus, raportat la perioada menționată, la o reducere totală de 30.489 kg de plastic.
- Înlocuirea ferestrei din plastic a pungilor de hârtie din Brutăria Lidl cu una din material compostabil, pentru a reduce cantitatea de plastic pusă în circulație cu 23.000 kg.
- Introducerea unui tip nou de material folosit la ambalarea produsului Smoothie Solevita. Cantitatea totală de material virgin PET a scăzut cu 50%.
- Ambalajul din PET al produsului Budincă Belbake a fost înlocuit integral cu ambalaj din hârtie FSC MIX.

Pe lângă măsurile concrete pe care Lidl România le ia în cadrul operațiunilor de business pentru a diminua considerabil impactul poluării cu plastic, retailerul susține programe pe termen lung gândite să reducă impactul plasticului în natură, desfășurate în parteneriat cu ONG-uri, cu impact la nivel național.

Astfel, Lidl România investește încă din 2019 în programul strategic de reducere a poluării cu plastic, **Cu Apele Curate**, implementat împreună cu Asociația MaiMultVerde, în parteneriat cu Centrul de Resurse pentru Participare Publică (CeRe), Asociația pentru Relații Comunitare (ARC) și Bloc0.

Programul **Cu Apele Curate** este un demers pe termen mediu și lung, cu o acțiune concretă, aplicabilă atât în zona fluviului Dunărea, cât și a afluenților săi, pentru a extinde impactul la nivel național, întrucât aproape toate râurile din România se varsă în Dunăre. Concret, programul își propune să organizeze în comunitățile locale din zonă activități de colectare a deșeurilor deja existente în albia fluviului, și în paralel să identifice și să implementeze soluții de diminuare a deversărilor viitoare de plastic.

COLECTAREA PLASTICULUI DIN APE: O PROVOCARE CU REZULTATE PE MĂSURĂ

Acțiunile de igienizare sunt o componentă extrem de importantă a programului **Cu Apele Curate**. La debutul acestuia, primele evenimente de ecologizare au avut loc în Delta Dunării și în zece orașe de pe Dunăre: Drobeta-Turnu Severin, Turnu Măgurele, Zimnicea, Giurgiu, Oltenița, Călărași, Cernavodă, Brăila, Galați și Tulcea. Programul s-a extins ulterior și pe afluenții Dunării, cu scopul de a împiedica deversările de deșeuri în fluviu și ulterior în Marea Neagră.

În urma acestor acțiuni de ecologizare, în 2020, 9 tone de deșeuri de plastic au fost colectate și trimise pentru a fi reciclate. La colectarea acestei cantități de plastic au contribuit peste 1.080 de voluntari din ONG-uri și comunități locale.

Pentru a marca extinderea programului Cu Apele Curate în 2021, în perioada 14 – 22 martie, a fost organizată **Săptămâna Apelor**, care a constat într-o serie de acțiuni de ecologizare și conștientizare a efectelor poluării cu plastic în 20 de orașe, precum

Galați, Brăila, Craiova, Drobeta-Turnu Severin, Giurgiu, Oltenița, Zimnicea, Cluj, Călărași, Cernavodă, Frumușița, Iași, Nicolae Bălcescu, Tg. Jiu, Tg. Neamț, Turnu Măgurele, Voineasa și Sf. Gheorghe. În urma acestor acțiuni au fost colectate 12,5 tone de deșeuri, dintre care 4,5 tone de plastic. La colectarea acestora au contribuit 542 de voluntari, care au participat activ la acțiunile de ecologizare.

CUM POATE TEHNOLOGIA SĂ AJUTE?

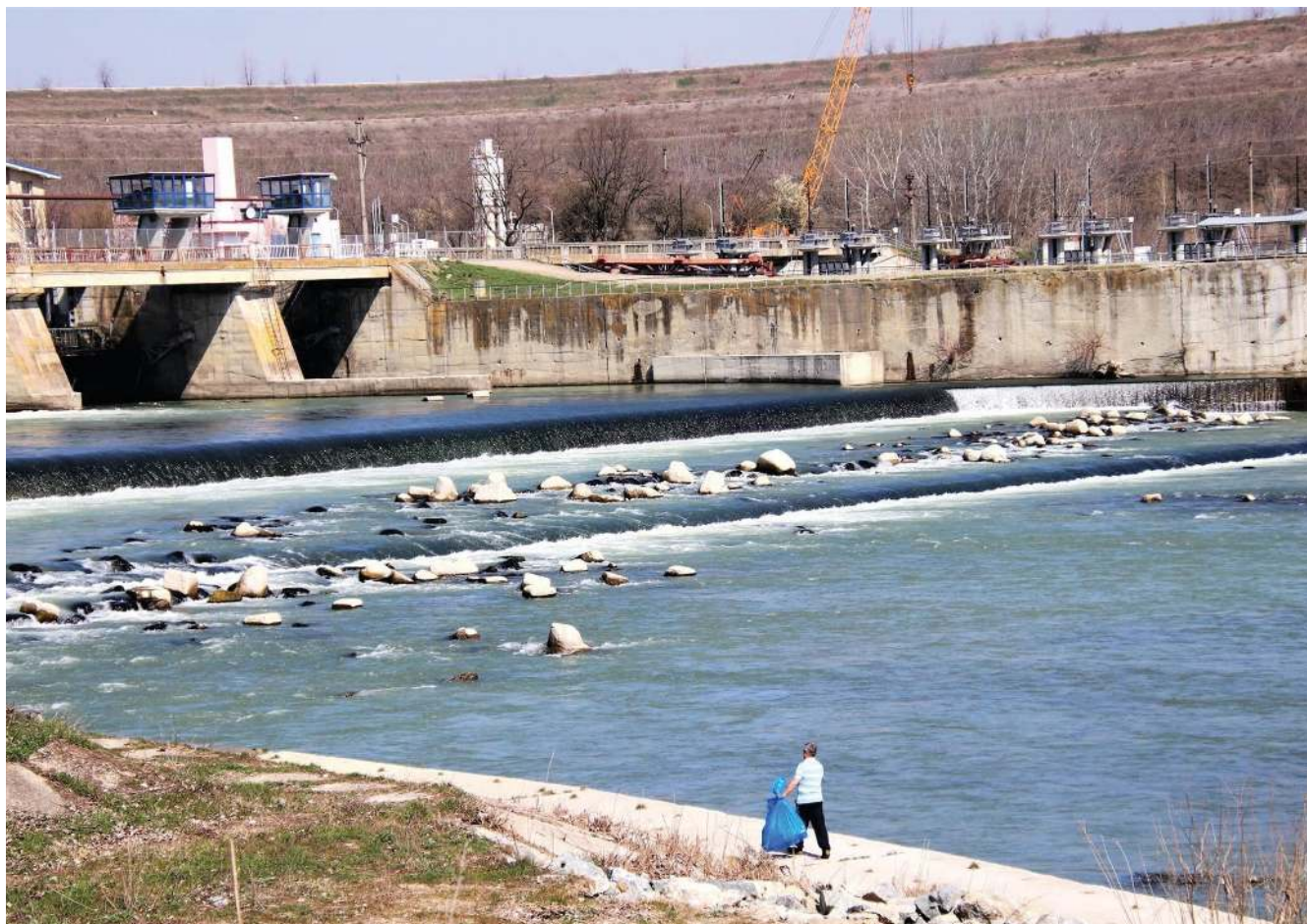
Prevenirea și combaterea poluării cu plastic se poate face inclusiv prin inovații tehnologice sustenabile și cu efecte pozitive pe termen lung. Așa că, în cadrul programului Cu Apele Curate, au fost testate mai multe soluții tehnologice, în premieră în România, cu scopul de a colecta mai ușor și mai rapid deșeurile plutitoare de la suprafața apelor, precum drona WasteShark, bariera plutitoare ecologică (Floating Boom) instalată în 2020, pe lacul de acumulare al barajului Ișalnița, pe râul Jiu, dar și plasa Trach Catcher testată pe fluviul Dunărea. Cu ajutorul acestor soluții inovatoare, au fost colectate 5 tone de deșeuri din plastic.

EDUCARE ȘI MOBILIZARE CIVICĂ

Locuitorii comunităților riverane sunt primii afectați de poluarea apelor cu plastic și, în același timp, sunt și cei ale căror inițiative pot avea un impact direct asupra ameliorării situației actuale. Prin urmare, responsabilizarea oamenilor spre a face schimbări în propriul comportament este esențială pentru a preveni această problemă în viitor.

De aceea, pe lângă curățarea apelor Dunării de plastic, programul Cu Apele Curate are și o componentă educativă, pentru ca românii să conștientizeze importanța reducerii masive a consumului de plastic, precum și importanța colectării separate și prevenirii poluării apelor Dunării cu plastic.

Astfel, în cadrul acestui program, s-au derulat atât acțiuni de amenajare și dezvoltare a infrastructurii de colectare a deșeurilor (amplasarea de pubele pentru colectarea separată a plasticului însoțite de panouri informative privind pericolele poluării cu plastic și amenzile aplicate pentru abandonarea ilegală a deșeurilor), cât și activități educative, de informare și de organizare comunitară. Spre exemplu, cu ajutorul



Asociației Bloc Zero, profesorii le-au oferit elevilor posibilitatea de a viziona filme documentare care au pus în prim plan importanța vitală pe care o are apa în funcționarea ecosistemului și în prezervarea biodiversității. Filmele au avut o componentă educativă și au transmis mesaje despre protejarea mediului și a apelor în mod special.

SOLUȚII COMUNITARE PENTRU REDUCEREA POLUĂRII CU PLASTIC

Pentru a încuraja implicarea comunităților locale dunărene pe termen lung în prevenirea poluării apelor cu plastic și a extinde astfel demersurile de a proteja mediul înconjurător, Lidl a finanțat în 2019 programul de grant-uri *Cu Apele Curate*, implementat cu ajutorul Asociației MaiMultVerde și administrat de ARC (Asociația pentru Relații Comunitare). Finanțarea unor proiecte gândite și implementate chiar de comunitățile locale este un mod eficient de a înțelege nevoile reale ale celor care sunt afectați direct de

acest tip de poluare și de a implementa astfel soluții care au caracter permanent.

În urma procesului de selecție, au fost alese 10 proiecte câștigătoare. Fiecare dintre acestea a propus o soluție reală pentru reducerea și prevenirea poluării cu plastic, coagulând comunitățile locale în jurul acestei probleme comune. Spre exemplu, unul dintre proiectele sprijinite de Lidl este **Patrula Zero Plastic – WWF România** care își propune eliminarea deșeurilor din plastic din zonele naturale și turistice ale Deltei Dunării, cu scopul de a reduce cantitatea de deșeurilor reciclabile abandonate și de a minimiza impactul activității antropice asupra mediului. Până acum, patrula de 6.500 voluntari Zero Plastic a curățat 1.350 km de canal din Delta Dunării și au amplasat cuști speciale pentru colectarea plasticului.

Programul de grant-uri *Cu Apele Curate* continuă cu a doua rundă de finanțare în 2021, în urma căruia vor fi desemnate alte proiecte câștigătoare.

Oamenii care scriu povestea Apelor Curate din România

„Din 2008, Asociația MaiMultVerde a construit o cultură a responsabilității și a voluntariatului pentru mediu în România. Prin proiecte și campanii educative, voluntarii noștri au adunat peste 350 tone de plastic din albiile de râu sau păduri. La acestea s-au adăugat activități de advocacy, care să îmbunătățească politicile publice în domeniu.

Însă povestea Apelor Curate este scrisă de oamenii care ne sunt alături: voluntarii și colaboratorii noștri. Din 2019, printre partenerii noștri se numără Lidl România, împreună cu care, sub umbrela REset Plastic, strategia în domeniul plasticului a grupului Schwarz, din care retailerul face parte, am dezvoltat proiectul #cuapelecurate. Programul se concentrează pe eliminarea plasticului de pe cursul Dunării și a afluenților săi, iar, în paralel, lucrăm să implementăm soluții de diminuare a deversărilor viitoare de plastic.



„Încercăm, așadar, să curățăm nu doar apele, ci și mecanismele civice, care fac să funcționeze organic și coerent o societate.”

Doru Mitrana, Președinte, Asociația MaiMultVerde

JURNALUL APELOR CURATE: CUM VĂD PROGRAMUL CEI CARE SE IMPLICĂ ZI DE ZI

Când vorbim despre #cuapelecurate, ne gândim în primul rând la oamenii din spate. La cei care au învățat să dialogheze cu autoritățile, să-și cunoască și susțină drepturile cetățenești și, mai ales, să propună soluții fără a mai aștepta ca schimbările să vină din altă parte. Noi suntem schimbarea, este unul dintre sloganurile neoficiale ale programului, asumat treptat de către toți cei implicați.

Asociația MaiMultVerde a început programul #cuapelecurate formându-și o echipă locală ai cărei membri nu aveau o experiență vastă în domeniul poluării cu plastic a apelor, dar toți erau foarte dornici să învețe și să acționeze. Au fost îndrumați în procesul de învățare de Centrul de Resurse pentru participare publică (CeRe), o organizație profund ancorată în comunități, care, prin proiectele sale, construiește zilnic o lume în care vocile oamenilor sunt centrale în luarea deciziilor publice, pentru că ei sunt cei care trebuie să-și creeze orașele în care doresc să trăiască.

În cei aproape 13 ani de existență a Asociației MaiMultVerde, peste 350 tone de plastic au fost adunate de voluntari din albiile de râuri sau păduri.

În primul an al proiectului Cu Apele Curate, intervenția CeRe a urmărit să formeze grupuri civice și să lupte pentru reducerea poluării cu plastic la nivelul orașelor mici de pe malul Dunării. Astfel, au avut loc traininguri de organizare și dezvoltare comunitară pentru ca oamenii să înțeleagă cum are loc procesul decizional din instituțiile publice și cum se pot implica în proiecte importante pentru comunitate.

Așa s-au născut grupuri de inițiativă locale, precum și echipa de organizatori comunitari.

Anul acesta, grupurile de inițiativă din cele 10 orașe dunărene se află în diverse stadii de evoluție: unele încă lucrează la mobilizarea oamenilor către acțiune, altele au intrat deja în legătură cu instituțiile responsabile, au avut deja acțiuni colective și campanii de advocacy, și au rezolvat unele dintre problemele identificate de către membrii comunității. Asociația MaiMultVerde lucrează mai departe cu aceste grupuri de inițiativă pentru ca ele să se dezvolte și să ajungă să poată acționa independent pentru binele orașului din care fac parte.

Alexandra Tomescu, organizatorul comunitar de la Giurgiu, crede în schimbare și în implicare, dar și în puterea oamenilor de a colabora, pentru că lumea nu se va schimba de la sine – doar împreună, oamenii o pot schimba. A reușit să coaguleze grupul de inițiativă, care a devenit o voce a comunității: „Lumea ne știe și ne urmărește. Am adus comunitatea în stradă și spiritul civic a ieșit la suprafață. Am creat o conexiune între vocile cetățenilor și autorități, momentan una mică, dar dorim să o creștem.” Acum cetățenii simt că pot dialoga cu autoritățile pentru a-și rezolva problemele. Cu toate acestea, ei sunt conștienți că încă mai au de învățat și de construit.

În programul Cu Apele Curate au intrat în 2021 numeroase organizații din alte orașe riverane, inspirate de poveștile de succes din cele 10 orașe de pe Dunăre și foarte entuziasmate să se alăture mișcării sociale care cuprinde treptat întreaga țară.

Asociația MaiMultVerde și colaboratorii săi și-au propus să crească anul acesta capacitatea de organizare a asociațiilor locale, prin a oferi exemple de bună practică în cadrul unui program de mentorat pentru persoane fizice, grupuri de inițiativă și asociații locale. De asemenea, continuă campaniile de informare și educare adresate tuturor categoriilor de vârstă. Pentru că, așa cum ne povestesc prietenii noștri de pe malurile Dunării, schimbarea se produce treptat, uneori mai încet decât ne-am dori. Pentru că mentalitățile se schimbă mai greu, uneori e nevoie de generații să vedem cum realitatea ia forma pe care o visăm azi. Iar schimbarea nu se poate întâmpla decât prin educație constantă.

Mesajul Andreei Stan, organizator comunitar Brăila, pentru oricine vrea să se implice în comunitate: „Să îndrăznească. Să asculte cu atenție nevoile comunității. Să lucreze cu perseverență și diplomatie. Există soluții. Oamenii vor, dar nu știu cum. Ai încredere în ei, valorizează-i și veți reuși. Este un vis frumos care necesită multă muncă”.



Nestlé, soluții inovatoare pentru un viitor sustenabil

De-a lungul evoluției sale ca lider global în industria alimentară, Nestlé s-a adaptat la un mediu extern aflat într-o continuă schimbare și a devenit un jucător important în procesul de dezvoltare a unor programe care să genereze valoare pentru economia locală și condiții de îmbunătățire a standardului de viață în România.

Crearea de valoare adăugată pe termen lung pentru companie este legată în mod direct de crearea de valoare pentru societate, strategia de afaceri focusându-se pe creșterea vizibilă a activității în zona responsabilității sociale. Astfel, eforturile de inovare în materie de produse sunt dublate de acțiuni de ecologizare, acțiuni de conștientizare care se adresează tinerei generații și de programe și proiecte prin care să asigure o economie și un mediu sustenabile.

Schimbările climatice sunt afectate de intervențiile umane asupra mediului, așadar obiectivul Nestlé este de a avea un rol activ în dezvoltarea sistemelor de colectare, sortare și reciclare prin producerea ambalajelor 100% reciclabile sau reutilizabile, până în 2025. Acțiunile de mediu de până acum au fost gândite pentru obținerea unor rezultate durabile, prin implicarea comunității

și a companiilor partenere, toate acestea în cadrul proiectului **Nestlé for a Waste Free World**. Angajamentul asumat al companiei este acela de a avea un impact zero asupra mediului în toate operațiunile sale și să ajute la creșterea nivelului de conștientizare al oamenilor cu privire la protejarea mediului. Anul trecut, problemele legate de protejarea mediului au fost abordate în relația cu consumatorii prin campania **Less Waste More Love**. Nestlé a demarat activități care au urmărit protejarea și utilizarea apei în mod responsabil, colectarea selectivă și reciclarea și reducerea emisiilor de carbon. Totodată, în cadrul proiectului POPAS 2020 a fost lansat primul studiu de biodiversitate pentru Parcul Național Cozia și 30.000 de puiți de salcâm au fost plantați pe o suprafață de 20 de hectare în zone tampon, susținând în acest fel comunitatea locală de apicultori.

În cadrul proiectului
POPAS 2020 au fost plantați
30.000 de puiți de salcâm
pe o suprafață de **20** de hectare



Acțiunile Nestlé vizează un stil de viață sănătos bazat pe igienă, nutriție echilibrată, activități fizice și sport sub umbrela **Nestlé for Healthier Kids**. O alimentație potrivită în prima parte a copilăriei reprezintă baza sănătății copiilor pe întreaga durată a vieții lor, motiv pentru care Nestlé a creat instrumentul NutriPorția, care își propune să ajute părinții în pregătirea de mese echilibrate. De asemenea, compania a inițiat programe precum **International Chefs Day și Master Class**, prin care copiii pot de mici să deprindă cunoștințe utile legate de nutriție. În ultimul an, inițiativele Nestlé for Healthier Kids au ajutat peste 80.000 de copii și au ajuns la peste 2 milioane de părinți, cadre didactice și public larg, prin programe educaționale ce promovează principiile unui stil de viață sănătos. Eforturile Nestlé s-au concentrat și în zona produselor preferate de consumatori, prin reducerea cantităților de zahăr, sare și grăsimi saturate. Anul acesta, Nestlé își reconfirmă angajamentul de a îmbunătăți calitatea vieții oamenilor din întreaga lume și de a contribui la un viitor mai sănătos prin lansarea **primei cărți de rețete sănătoase realizate de părinți** pentru părinți în cadrul inițiativei Nestlé for Healthier Kids.



La nivel global, șomajul sau locurile de muncă în condiții de muncă neprielnice au devenit probleme reale cu care se confruntă peste 70 de miliarde de tineri. Pentru dezvoltarea lor profesională, Nestlé a lansat în 2014 inițiativa **Nestlé Needs Youth**, dezvoltată ulterior în parteneriat cu companii partenere în cadrul „Alliance for YOUth”. **Nestlé Needs YOUth și Alliance for YOUth au anunțat că vor crea 300.000 de noi oportunități pentru tinerii din Europa, Orientul Mijlociu și Africa de Nord până în 2025.**

În 2020, în România zeci de specialiști Nestlé au devenit mentori pentru sute de tineri care au participat la seminarii virtuale la **Summer`s Cool**, dar și pe durata **Săptămânii Europene a Competențelor Profesionale**. Prin campania **Clinica de CV-uri**, recrutorii și specialiștii Nestlé continuă să sprijine studenții sau tinerii profesioniști care au nevoie de îndrumare în redactarea unui CV, prin implicare și transfer de cunoștințe utile pentru viitorul lor. Peste 18.000 de tineri au fost implicați în activitățile desfășurate la nivel național și peste 3.800 au participat la 100 evenimente organizate special pentru ei. Totodată, în parteneriat cu Junior Achievement România, Nestlé a lansat un proiect de educație pentru orientarea profesională a 400 de tineri de liceu. În continuare, în cadrul Nestlé Needs Youth tinerii vor beneficia de programe noi precum **YOUth eBusiness Academy** sau **Young Culinary Talents**, urmând ca ucenicii și cursanții să dobândească abilități digitale avansate certificate de Microsoft, respectiv cunoștințe în sfera gastronomiei, pentru cei pasionați de acest domeniu.

NESTLÉ NEEDS YOUTH

ANGAJAMENTE PENTRU EUROPA, ORIENTUL MIJLOCIU ȘI AFRICA DE NORD
2021-2025

LOCURI DE MUNCĂ

Vom oferi
20.000
oferi
de oportunități de angajare

SPRIJIN PENTRU ANGAJARE

PROGRAME DE PREGĂTIRE PENTRU ANGAJARE: consultanță în școli și universități, workshop-uri și instruire online privind cariera

COMPETENȚE VERZI

Suținerea antreprenoriatului în agricultură

ABILITĂȚI

Vom oferi
20.000
de programe de internship și stagii de instruire

OPORTUNITĂȚI ALLIANCE FOR YOUth

Vom oferi
300.000
de oportunități de angajare și instruire alături de cei peste 300 de parteneri ai noștri!

ABILITĂȚI DIGITALE

Instruire academică E-Business urmată de programe de internship și stagii de ucenicie

Reciclad'OR

Partener pentru un viitor sustenabil

Înțelegând importanța implicării cetățeanului în procesul de colectare a deșeurilor de ambalaje, am participat la peste 25 de campanii de răspundere socială (CSR). Obiectivul comun al acestor campanii a fost dezvoltarea unui comportament cotidian adecvat al cetățeanului față de colectarea separată și reciclarea deșeurilor de ambalaje.

- Peste **2.150.000** cetățeni informați și educați
- **200.000** de participanți la campanii de conștientizare și informare
- **1.000.000** semnale în social media Facebook, Instagram, Youtube
- **750.000** participanți la conferințe și evenimente online și offline
- Peste **1150** articole și publicații media
- **200.000** participanți la conferințele de business online și offline



Adriana - Georgia Calcan
PR & CSR Manager

Permanentă grijă față de comunitate

☎ (031)9306

✉ office@reciclador.green

🌐 www.reciclador.green

🌐 Reciclad-or





În anul atipic 2020, în contextul pandemiei, **Reciclad'OR** a participat la **25 de campanii de informare și conștientizare offline și online, ce au vizat:**



RECICLAD'OR


Recycling For Your Future


 Inițiere de proiecte sustenabile, în colaborare cu: UAT-uri, ADI-uri, Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor, Ministerul Educației Naționale.

 Evenimente de business cu invitați speciali din Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor, ONG-uri și comunități de afaceri din România.


 Participare la Evenimente ZERO POLLUTION.

 Acțiuni de conștientizare și informare ECO.

 Încurajarea consumului cu măsură a resurselor naturale.

 Participare la workshop-uri și conferințe business pe teme de mediu.

 Adoptarea de politici de mediu pentru o dezvoltare durabilă.

 Implementarea conceptul ECO-friendly în rândul copiilor, angajaților, partenerilor, comunităților etc.

2.150.000
cetățeni informați
și educați

Printre proiectele de referință se regăsesc:

- Conferințe online și offline – Managementul Deșeurilor:
 - CIRCULAR 7 - Atingerea țintelor de reciclare,
 - Armonizarea legislației în privința răspunderii extinse a producătorului,
 - SIATD, primii pași în asigurarea trasabilității deșeurilor de ambalaje,
 - Producătorii din industria alimentară.
- Parteneriate ADI-uri și UAT-uri – campanii de conștientizare și informare la nivel național,
- „The Earth Hour” – proiect internațional de protejare a mediului,
- Ziua Mondială a Mediului prin „Mișcare și Reciclare”
- Campania „Vreau Să Merg La Școală” – Ghiozdanul Verde,
- Can Art & Design Festival – proiect național,
- Parada Micilor Bicicliști,
- #StămAcasă, #Reciclăm,
- #StopPoluare, #StartReciclare.

Șoferii responsabili pornesc la drum cu Zero la Mie

„Un subiect care continuă să afecteze negativ societatea în care trăim este condusul sub influența băuturilor alcoolice, unul dintre principalii factori de risc la volan ce duc la producerea accidentelor în trafic. Riscurile consumului de alcool de către șoferi sunt cunoscute și, chiar dacă la noi în țară nivelul legal de alcoolemie din sânge este de 0‰, acest comportament continuă să producă anual victime pe drumurile din România. La Ursus Breweries, suntem preocupați constant de găsirea unor soluții potrivite, cu impact semnificativ în gradul de conștientizare și de responsabilizare privind consumul de alcool, prin intermediul platformei www.desprealcohol.ro. Unul dintre instrumentele dezvoltate de noi în acest sens este aplicația Zero la Mie, creată pentru a le reaminti șoferilor că limita legală de alcool pentru conducerea unui autovehicul este 0‰.”



Robert Uzună, Vicepreședinte Corporate Affairs, Ursus Breweries

Aplicația gratuită Zero la Mie le permite utilizatorilor să afle timpul estimativ în care nivelul de alcool din sânge ajunge din nou la 0‰, având la bază o formulă dezvoltată de fizicianul suedez Erik Widmark. Astfel, utilizatorul este rugat să introducă în secțiunea bio date precum genul, înălțimea, greutatea, tipul de alcool consumat și cantitatea, precum și intervalul orar de consum. În baza acestora, aplicația indică un interval estimativ necesar pentru revenirea la zero la mie alcoolemie. Spre exemplu, unui bărbat cu o înălțime de 180 cm și o greutate de 80 kg, care a consumat 2 beri a câte 500 ml fiecare într-un interval de două ore, îi este recomandat să aștepte 4 ore și 38 de minute până la revenirea la 0‰ alcool în sânge. Se adaugă 90 de minute în plus la timpul indicat de aplicație în cazul în care utilizatorul a consumat și alimente, nu numai băuturi alcoolice.

Zero la Mie a fost creată în 2011, în colaborare cu Poliția Rutieră Română și cu Institutul de Medicină Legală. De-a lungul timpului, aplicația a fost optimizată pentru a putea fi ușor accesibilă tuturor publicurilor.

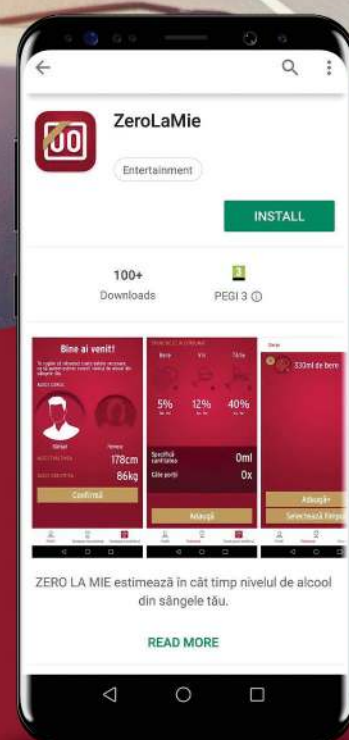
Astfel, în 2019, aceasta a fost actualizată pentru utilizatorii sistemele de operare iOS și Android, cu funcționalități suplimentare. În cei 2 ani de relansare, Ursus Breweries a continuat să desfășoare acțiuni de conștientizare împreună cu asociații cu un rol important în educarea publicului pe tema consumului responsabil de alcool. Cea mai recentă campanie națională de prevenție rutieră, „Fii Treaz la Volan cu Zero la Mie”, s-a desfășurat la finalul lui 2020, în parteneriat cu APPA - Asociația Pentru Promovarea Asigurărilor. Scopul campaniei a fost de a atrage atenția asupra riscurilor condusului sub influența alcoolului, prin prezentarea unor statistici utile, demontarea unor mituri și oferirea de recomandări.

Până la momentul actual, aplicația a înregistrat peste 50.000 de descărcări, demonstrând utilitatea sa și faptul că un comportament responsabil în trafic înseamnă și un grad de alcoolemie de 0‰.



URSUS
Breweries

Pornește la drum cu ZERO LA MIE



Descarcă gratuit aplicația, introdu-ți datele în secțiunea bio și află pe loc timpul estimativ necesar pentru revenirea la zero la mie alcoolemie. Aplicația Zero la Mie, pentru șoferii care vor să fie mereu în control la volan.



 **NU CONSUMA ALCOOL LA VOLAN**
www.desprealcool.ro



Urgența climatică și nevoia de acțiune a organizațiilor și a fiecăruia dintre noi

„Parlamentul European a declarat stare de «urgență climatică» în noiembrie 2019. În acest fel a admis criza climatică pe care o traversăm și a urgentat luarea de măsuri la nivel european pentru a limita efectele schimbărilor climatice. Mai avem doar 10 ani pentru a participa împreună la limitarea schimbărilor climatice, pentru a limita creșterea temperaturii medii globale la +1,5 grade Celsius. După depășirea acestei limite, toate fenomenele meteo extreme vor crește în frecvență și intensitate, ghețarii se vor topi în ritm accelerat și va crește nivelul mărilor și oceanelor, deci vor exista mulți refugiați din zonele de coastă, multe terenuri agricole se vor transforma în deșert, doar ca să numim câteva dintre efectele care vor crește exponențial.

Acum este momentul ca fiecare dintre noi să acționeze și la nivel individual și la nivel de organizații. Și asta ne propunem de 15 ani la ViitorPlus – am dezvoltat programe cu acțiune pe termen lung care contribuie la limitarea efectelor schimbărilor climatice. Două dintre acestea sunt Harta Reciclării și Biroul Eco, despre care te invit să citești în continuare.”



Gabriela Țicu, Project manager Harta Reciclării, program ViitorPlus – Asociația pentru Dezvoltare Durabilă



RECICLARE PE ÎNȚELESUL TUTUROR

Pentru a putea limita încălzirea globală și atingerea țintei UE de reducere cu 55% a gazelor cu efect de seră până în 2030, una dintre direcțiile de acțiune este **tranziția la o economie circulară**. Prin **reducerea, reutilizarea și reciclarea** obiectelor, scade presiunea asupra mediului prin limitarea extracției de resurse naturale și se reduc gazele cu efect de seră din procesul de producție al bunurilor.

HARTARECICLARII.RO

- **80 de articole** și materiale diferite despre cum se colectează separat corect;
- **12.000 de puncte** unde pot fi predate materialele reciclabile;
- **permite utilizatorilor să adauge noi puncte** sau să actualizeze informațiile existente;
- **55.000 de elevi** din toată țara au participat la Lecția de reciclare.

Din dorința de a-i informa pe români despre cum pot reduce, reutiliza și recicla deșeurile pe care le generează, asociația ViitorPlus în parteneriat cu compania Coca-Cola HBC România a relansat, în urmă cu 2 ani, platforma online **Harta Reciclării**. Pe această platformă, toți care au nevoie de informații pe tema reciclării, găsesc **sfaturi** utile despre colectarea separată corectă și posibilitatea de a localiza coșurile stradale, magazinele sau centrele speciale **unde pot lăsa materialele reciclabile**, permite utilizatorilor să participe activ prin adăugarea unor puncte noi și actualizarea informațiilor deja existente.

Odată cu declanșarea pandemiei, Harta Reciclării a demarat o serie de **webinarii despre reciclare**, dedicate cadrelor didactice, cu informații primite de la specialiști în protecția mediului, pe care să le poată prezenta ulterior propriilor elevi.

„Nu toate deșeurile sunt gunoaie, ci resurse prețioase, materiale reciclabile ce devin materie primă pentru noi bunuri.”



Biroul ECO, PENTRU COMPANII SUSTENABILE

Biroul Eco este un proiect de training și consultanță dedicat companiilor care doresc să reducă impactul asupra mediului generat de activitățile din cadrul birourilor, implicând direct angajații. Abordarea noastră ține cont de relevanța practică, de impact și influență pe termen lung. Impactul pozitiv al serviciilor noastre se reflectă atât prin schimbări de comportament în relația cu mediul, prin reducerea costurilor companiei pe termen lung, cât și prin dezvoltarea unui scop comun al angajaților.

Prin îmbinarea elementelor de infrastructură cu cele educaționale, acest program merge dincolo de partea de comunicare și propune implementarea unui

sistem funcțional de colectare selectivă a deșeurilor și sesiuni educaționale offline și online (webinarii) pe teme de sustenabilitate: Schimbări Climatice, Zero Deșeurile, Stop risipei alimentare. Pentru un engagement durabil, sesiunile educaționale pot fi însoțite de campanii Eco Challenge.

Urmărim evoluția impactului pe parcursul a minim 3-6 luni și revenim cu măsuri pentru îmbunătățiri, dacă este cazul. Companii pentru care am dezvoltat Biroul Eco în anii anteriori: Metro Systems România, Yves Rocher, ING Bank, TenarisSilcotub, MSD, GSK România, GDF SUEZ Energy România și Apa Nova București-Veolia.



Întreprinderile sociale ViitorPlus apropie oamenii de natură

„După mai mulți ani petrecuți în străinătate, am revenit în țară în 2005 din dorința de a contribui la o Românie sustenabilă, unde educăm tinerii despre cum să aibă grijă de mediu, reciclăm, creștem gradul de împădurire din zonele în pericol de deșertificare și unde eco-turismul participă la păstrarea tradițiilor și mediului natural moștenit. Așa a luat naștere asociația ViitorPlus pentru a contribui pozitiv la ceea ce lăsăm în urma noastră generațiilor ce vin.

Acum, la 15 ani de la prima idee plantată, continuăm călătoria ca ViitorPlus – pentru oameni și natură.

Alături de partenerii noștri, în special companii interesate de responsabilitate socială, am derulat mai multe proiecte și programe, printre care și **Atelierul de Pânză și RECICLETA**, susținute de parteneri precum IKEA și Kaufland. Sunt proiectele noastre de implicare directă în societate, angajăm persoane apte de muncă, dar cu probleme mari în a-și găsi alte joburi, ceea ce ne face tare mândri de munca lor.”



Teia Ciulacu, Președinte, ViitorPlus – pentru oameni și natură



unitate protejată autorizată



ÎNLOCUIM PLASTICUL CU PÂNZĂ: SACOȘE, MĂȘTI, REUTILIZĂM TEXTILE

Atelierul de Pânză este unitatea protejată a ViitorPlus – asociația pentru dezvoltare durabilă. Programul a luat naștere în anul 2009 și a fost gândit ca fiind o întreprindere socială pentru oameni și mediu. Mai exact, ne desfășurăm activitatea în jurul a două principii:

- Dorim să **diminuăm consumul de pungi de plastic și să oferim consumatorilor o alternativă la acestea** – sacoșele din țesătură bumbac 100%.

De asemenea, suntem un promotor al economiei circulare utilizând deșeurile textile ca materie primă în procesul de producție (deșeurile le primim sub formă de donație de la diferiți furnizori și constau în bucăți de metraje care rămân nevalorificate în urma prelucrării a diverse produse: perdele, draperii, huse etc.). Această linie de produse poartă denumirea de Puzzletex, iar în această colecție puteți găsi următoarele accesorii: ghiozdane (adulți/copii),

borsete, sacoșe de plajă, genți, sacoșe de piață, penare, huse pentru tabletă/laptop etc.

Ultimele produse intrate în colecția noastră sunt măștile reutilizabile din bumbac.

● Suntem o unitate protejată autorizată, ceea ce înseamnă că **minim 50% din angajații noștri sunt persoane cu dizabilități**, cărora le-am oferit și le-am creat locuri de muncă demne și decente.

Comaniile care au peste 50 de angajați pot achiziționa produse de la noi utilizând jumătate din taxa pe dizabilitate. Produsele noastre se adresează atât persoanelor fizice (care pot achiziționa accesorii de la noi direct din magazinul de pe site), cât și persoanelor juridice (lucrăm la cerere produse personalizate cu logo-ul/mesajul dorit).



COLECTĂM PENTRU RECICLARE, CU CEI MAI VESELI CARGOBICICLIȘTI

RECICLETA este o întreprindere socială și oferă servicii de colectare hârtie, carton, doze plastic PET01 și HDPE02, folie bax LDPE04 și doze de aluminiu pentru reciclare. Programul a fost creat în 2009 de către ViitorPlus – asociația pentru dezvoltare durabilă, care promovează atât grija pentru natură, cât și echitatea socială. De aceea, transportul materialelor se face fără a polua aerul din oraș, cu cargo-triciclete și mașină electrică, oferind astfel locuri de muncă stabile și legale.

Colectăm cantități mici de materiale reciclabile (maxim 150 kg, 1mc) de la persoane fizice, companii, școli și scări de bloc, în special din zonele de nord, centru

REZULTATE

Recent, de Ziua Mediului, am serbat 15 ani de ViitorPlus – pentru oameni și natură.

Am calculat că am cusut alternative reutilizabile la plastic, în Atelierul de Pânză:

- Peste **267.000 de produse** din bumbac natur
- Peste **5.500 de produse Puzzletex**, din materiale recuperate de la firme și companii
- Peste **26.000 de măști textile**

RECICLETA e unul dintre cele mai longevive programe ViitorPlus, iar cele trei cargobiciclete și o mașină electrică au colectat **peste 819.000 de kilograme** de deșuri reciclabile.



și de est ale Bucureștiului (vezi harta). Serviciul a fost special creat pentru transportul de cantități mici, o alternativă pentru depozitele specializate în colectare care pot ridica cantități mari de reciclabile.

Ajungem la 20 de școli și 600 de scări de bloc din sectorul 2, care se încadrează în zona noastră de colectare.



↳ Continuare din pag. 1

La Ministerul Mediului nu se aude nimic despre asta, în afară de valoarea taxei pe plasticul nereciclat, stabilită tot la Bruxelles: 0,8 euro/kg. Lipsă de reacție, lipsă de reglementare a unui cadru organizatoric în care beneficiul major se cuantifică în nivelul de poluare a mediului, a apelor, în sănătatea noastră, a tuturor.

Tot la nivelul Uniunii Europene, sistemul de raportare nonfinanciară a fost modificat, în sensul detalierii raportărilor pe mai multe categorii și domenii de abordare a responsabilității sociale corporative. Modificările vizează atât structura raportării, cât și aspecte ce privesc fiscalizarea și deductibilitatea unor investiții în responsabilitatea corporativă. În România, raportarea nonfinanciară a rămas la nivelul transpunerii legislației europene prin intermediul unei Hotărâri de Guvern adoptată în 2018. Un act normativ ce stabilește că raportarea, dacă nu are legătură cu fiscalizarea și cu ceea ce statul ar putea colecta ca taxe și impozite de la companii, poate fi o declarație pe proprie răspundere a managerului companiei! Atât și nimic mai mult! Iar Ministerul Finanțelor nu pare deloc preocupat să reglementeze modalitățile specifice în care o raportare nonfinanciară poate fi luată în serios.

Excepția - pentru că există totuși o excepție - o constituie Departamentul pentru Dezvoltare Durabilă din cadrul Secretariatului General al Guvernului. Acolo, un grup interministerial de oameni inimoși, coordonați de secretarul de stat László Borbély, concep mai multe proiecte pentru dezvoltarea durabilă a economiei și a societății românești decât toate celelalte instituții publice, luate la un loc. Unul dintre aceste proiecte a stabilit cadrul juridic pentru ocupația de „expert în dezvoltare durabilă”, introdusă în nomenclatorul Clasificarea Ocupațiilor din România (COR) în cadrul Grupei de bază 2422 - Specialiști în domeniul politicilor administrative. Dincolo de reușita proiectului, remarc abilitatea grupului de lucru din cadrul Departamentului pentru Dezvoltare Durabilă de a porni de la bază dezvoltarea durabilă: adică de la educație! Până în această primăvară, specialist în acest domeniu putea fi oricine, cu orice tip de studii, cu sau fără capacitatea de a înțelege despre ce este vorba în Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD-urile) stabilite de ONU.

La fel de bine însă, pot să remarc și absența unei reacții din partea Ministerului Educației. Mă așteptam ca, în urma stabilirii unei profesii pentru dezvoltarea durabilă ce să acopere nevoia de specialiști în sectorul public, să apară și o propunere de extrapolare a specia-



Foto: freepik.com

lizărilor pentru sectorul privat. Altfel, în ce limbaj specific vor putea discuta „experții în dezvoltare durabilă” din sectorul public cu managerii de CSR din companii, dacă aceștia sunt absolvenți de filologie, de cibernetică sau metalurgie? Nici măcar sistemul universitar nu a surprins oportunitatea organizării unor masterate în acest domeniu specific, preferând să alerge toți cu programe dezvoltate pentru posturile din sectorul public, acolo de unde știu că banii pentru aceste cursuri vor fi plătiți din bugetul local sau central al instituțiilor ce-și vor trimite personalul la specializare.

Un dram de speranță există însă pentru recuperarea decalajelor între ceea ce declarăm că ne dorim să facem și ceea ce (nu) facem cu adevărat. Exemplul companiilor multinaționale în materie de raportare nonfinanciară și de abordare a sustenabilității businessului este preluat, încet și sigur, de companii mai mici și cu o cultură a valorilor de business în curs de consolidare. În urmă cu 3 ani, auzeam la 2-3 reprezentanți afirmații de tipul „sustenabilitatea este în ADN-ul nostru, al organizației” sau „grija față de mediu sau grija față de comunitate fac parte din valorile companiei noastre”.

După un an de pandemie, în 2021 am auzit sau am citit astfel de afirmații la mai mult de o treime dintre cele peste 50 de companii ce ar trebui să deponă o raportare nonfinanciară, conform legii. Este un mare pas înainte, iar dacă acest pas a trecut de nivelul de conștientizare și este aplicat în realitate, atunci pasul este uriaș. Nu este suficient pentru a recupera rămânerea în urmă, dar nimic nu mă poate împiedica să fiu optimist.

Ați notat în agendă ?

Club RETAIL

www.clubrh.ro

Network your business!

6-8 octombrie 2021 - Ediția a IX-a Poiana Brașov, hotel Alpin

Două zile de conferințe, workshopuri și business networking
într-un cadru relaxant, favorabil discuțiilor constructive

PARTENERI PRINCIPALI



COOL PARTNERS



COFFEE PARTNER



PARTENERI GOLD



Gala Premiilor PIAȚA

52 de trofee pentru performerii
sezonului 2020-2021.
Reuniunea elitei industriei bunurilor
de larg consum

18 noiembrie 2021 - Ediția a XVI-a, București

www.premiilepiata.ro



PARTENERI PRINCIPALI



SPARKLING PARTNER



PARTENERI GOLD



Fii acționar și acționează pentru natură!

ZUZU

Cu fiecare ambalaj
pe care îl duci la reciclat.



Felicitări! Cutia asta de lapte
te face acționar ZUZU!
Noi, acționarii ZUZU, știm că
picătura, ci numai după ce



Fii acționar Zuzu până la capăt
și investește în natură
cu fiecare cutie de lapte reciclată!



Citește pe cutie ce să faci ca s-o
reciclezi corect și află mai multe
despre cum poți investi în mediu
pe www.zuzu.ro