

GA GREEN REPORT EDIȚIA III - 2023

ORAȘUL DE SMARALD
TREBUIE SĂ CREZI, CA SĂ POȚI

— RAPORT 2023 —

CUPRINS

Membrii juriului și mecanismul de jurizare	5
Statistici și proiecte înscrise	9
Câștigătorii Galei Green Report 2023	17
Excelență în inovație de mediu	22
Excelență în transport sustenabil	24
Excelență în economie circulară	27
Excelență în campanii de mediu	30
Excelență în eficiență energetică	34
Excelență în finanțarea proiectelor de mediu	37
Excelență în Agri-Food	39
Excelență în educație de mediu	41
Excelență în gestionarea consumului de apă	44

CUVÂNT ÎNAINTE



► **Raluca Fișer,**
Președinte Asociația Green Revolution

De la an la an, zbuciumul lumii în care trăim pare că își face tot mai mult simțită prezența, mai intens și mai aproape decât până acum. Problemele lumii care până de curând erau doar știri la televizor pentru mulți dintre noi, s-au apropiat vertiginos, iar cu unele dintre ele ne confruntăm deja.

Am ajuns să simțim pe pielea noastră ce înseamnă dezechilibru pe toate planurile și cum ne poate afecta în mod direct. Dintr-o dată, ne dăm seama că lucrurile pe care le avem azi nu sunt efemere și că totul se poate schimba într-o secundă. Mai ales dacă rămânem pasivi. Pentru că omul a fost înzestrat cu această putere extraordinară de crea, dar și de a distruge deopotrivă.

Anul acesta, Gala Green Report a adus în prim plan, într-un mod metaforic, Orașul de Smarald din cunoscuta poveste Vrăjitorul din Oz. Aceasta ilustrează exact călătoria în care ar trebui să ne imbarcăm cu toții, spre o lume mai bună și mai verde.

Este o călătorie între ceea ce avem și ceea ce ne dorim să realizăm, în care descoperim parteneri de drum valoroși și soluții prin care putem depăși obstacolele și în care căpătăm încredere în forțele proprii. Ne trebuie doar încrederea că fiecare gest contează și că putem câștiga această luptă de a restaura echilibrul.

Suntem recunoscători și bucuroși că an de an avem alături de noi oameni, companii, asociații, instituții care au încredere că pot construi o

lume mai verde. Ne dorim să-l aducem în lumina reflectoarelor și să-i premiem pentru meritele lor. Ei sunt dovada vie că se poate și că trebuie doar să vrei ca să reușești.

Puterea exemplului este cea care inspiră oamenii să evolueze și să scoată la iveală ce este mai bun din ei, așa cum spunea și Glinda, vrăjitoarea cea bună din Vrăjitorul din Oz:

*„Ai avut întotdeauna puterea,
a trebuit doar să afli că o ai.”*



CUVÂNT ÎNAINTE



► **Mircea Fechet,**
Ministrul Mediului și Apelor

Este o onoare pentru mine să mă alătur ediției a 3-a a Galei Green Report, sub deviza captivantă „Orașul de Smarald - Trebuie să crezi, ca să poți”. În calitate de ministru al mediului, apelor și pădurilor doresc să transmit un mesaj de apreciere și încurajare către toți cei implicați în această inițiativă nobilă.

Traversăm vremuri în care schimbările climatice devin tot mai palpabile, afectând atât mediul, cât și calitatea vieții noastre. Suntem însă, fără îndoială, arhitecții propriei soarte în această chestiune. Prin urmare, salut cu căldură eforturile publicației Green Report de a recunoaște și premia indivizii și organizațiile care au contribuit semnificativ la rezolvarea problemelor de mediu.

Fiecare cetățean și fiecare organizație, publică sau privată, poartă o responsabilitate în a proteja mediul și în a contribui la refacerea echilibrului fragil. Prin intermediul Galei Green Report, se

evidențiază eforturile remarcabile ale celor care au identificat soluții inovatoare și au promovat practici sustenabile.

Acești pionieri reprezintă exemple de inspirație pentru noi toți și ne amintesc că doar printr-un angajament colectiv putem crea o lume mai verde și durabilă.

În paralel cu atmosfera de poveste propusă de Gala Green Report, în care explorăm „Orașul de Smarald”, invit fiecare individ să creadă în puterea sa de a contribui la schimbare.

Fiecare gest contează, iar proiectele noastre colective pot fi catalizatoarele schimbărilor necesare pentru un viitor mai bun. În calitate de stat membru al Uniunii Europene, ne-am asumat angajamente prin Green Deal, iar eforturile noastre continue vizează îmbunătățirea calității aerului, reducerea emisiilor și promovarea unui stil de viață sustenabil.

Avem datoria să dezvoltăm și să implementăm strategii care să asigure o lume sănătoasă pentru generațiile viitoare.

În încheiere, adresez sincere felicitări echipei Green Report pentru eforturile lor de a identifica și premia „mințile verzi” care contribuie la construirea unui viitor sustenabil. Sper ca această ediție să fie o sursă de inspirație pentru noi toți și să ne motiveze să acționăm în continuare pentru o lume mai verde și echilibrată.



MEMBRII JURIULUI ȘI MECANISMUL DE JURIZARE

Recunoașterea și premierea performanțelor în domeniul sustenabilității din România este importantă tocmai pentru a încuraja și stimula și alte inițiative relevante atât pentru protejarea mediului, cât și a oamenilor. De aceea, din perspectiva Green Report, este esențial ca membrii juriului să fie reprezentanți ai excelenței și profesionalismului.

Pentru ediția din acest an membrii juriului care au acceptat să juriizeze proiectele înscrise sunt:

- **Ramona Jurubiță**, Country Managing Partner, KPMG în România și Vicepreședinte, Foreign Investors Council
- **Andreea Mitiriță**, Partener, PwC România
- **Marius Brînzea**, Director Strategie, Reciclad'OR
- **Raluca Popa**, Partener taxe, EY România
- **Sorin Elisei**, Director, Lider al practicilor de sustenabilitate și energie, Deloitte România
- **Florin Stoican**, Președinte, Asociațiile Kogayon și Parcul Natural Văcărești.

Jurizarea proiectelor s-a făcut în baza unor criterii distincte pentru fiecare categorie de premiere și au fost agreate de toți membri juriului.

În prima fază fiecare membru al juriului a evaluat independent, în baza criteriilor, proiectele înscrise pe care le-a notat de la 1 la 10.

În a doua fază, cea finală, fiecare din cei șase membri și-au motivat punctajele pentru a oferi o evaluare clară pentru fiecare proiect în parte. Proiectele cu cele mai multe puncte au fost declarate câștigătoare.



Raluca Popa,
Partener taxe,
EY România

„În calitate de membru al juriului pentru Gala Green Report 2023, am fost atât privilegiată, cât și provocată de responsabilitatea de a evalua soluțiile diverse și inovatoare de sustenabilitate prezentate de participanți.

Ceea ce m-a impresionat cel mai mult este conștientizarea faptului că sustenabilitatea și responsabilitatea socială au devenit o parte importantă din viața noastră de zi cu zi.

Sunt mândră că am jucat un rol în sărbătorirea și recunoașterea acestor inițiative remarcabile, care mi-au reafirmat convingerea că avem puterea de a aduce schimbările necesare pentru un viitor sustenabil.

Cred cu fermitate că sustenabilitatea nu este doar o inițiativă opțională, ci un imperativ fundamental pentru orice afacere de succes.”



MEMBRII JURIULUI



Marius Brînzea,
Director Strategie,
Reciclad'OR

„Calitatea, diversitatea și numărul proiectelor înscrise în competiție confirmă trendul ascendent al evenimentului. Fără nici un dubiu acest trend se va menține și în anii care urmează.”

Directiva UE de raportare corporativă de sustenabilitate (CSRD) va impulsiona preocuparea companiilor pentru dezvoltarea unor modele de afaceri sustenabile și circulare.

În România, se estimează că peste 6.000 de companii vor fi obligate să raporteze informații privind sustenabilitatea activității. În aceste circumstanțe companiile vor trebui să își reanalizeze strategiile și impactul activităților pe care le desfășoară asupra mediului și societății precum și modul în care creează valoare.

De apreciat preocuparea permanentă a juriului pentru îmbunătățirea de la an la an a grilei de înscriere și a indicatorilor de evaluare. Această evoluție a contribuit pe de o parte la creșterea calitativă a modului de prezentare și documentare a proiectelor înscrise de către participanți, iar pe de altă parte la facilitarea procesului de jurizare.”



Ramona Jurubiță,
Country Managing
Partner, KPMG Romania
& Vicepreședinte,
Foreign Investors Council

„Sustenabilitatea este un subiect extrem de important și mă bucur să văd în acest al treilea an de jurizare pentru Gala Green Report proiecte mai mature, mai diverse, precum și o implicare mai largă a sectorului privat. Diversitatea proiectelor și a companiilor care au intrat în competiție în acest an ne arată că, organizațiile de toate dimensiunile și din toate domeniile de activitate, încep să își creioneze strategii de afaceri care includ principiile de sustenabilitate. În acest context, premiile Galei Green Report vin să rasplătească aceste eforturi și să încurajeze adoptarea de bune practici.”

MEMBRII JURIULUI



Andreea Mitriță,
Partener, PwC România

„Interesul oamenilor față de sustenabilitate continuă să se intensifice, aceștia fiind tot mai atenți la modul în care organizațiile abordează schimbările climatice, reducerea emisiilor de carbon, deficitul de resurse sau echitatea față de angajați.

Competiția și Gala Green Report reprezintă oportunități importante de recunoaștere și celebrare a realizărilor organizațiilor din România în domeniul sustenabilității.

Companiile și ONG-urile care au participat la competiție au arătat că sunt angajate să contribuie la dezvoltarea sustenabilă a societății, proiectele înscrise acoperind o gamă largă de subiecte, de la energie regenerabilă și reciclare la responsabilitate socială.

Mă bucur să văd că de la an la an se înscriu în competiție tot mai multe companii și organizații care investesc în proiecte care contribuie la combaterea schimbărilor climatice și la crearea unei societăți mai echitabile și incluzive.

Este important ca aceste inițiative să fie cunoscute publicului pentru a inspira și alte companii.

De asemenea, atunci când oamenii văd angajamentul organizațiilor să facă lumea un loc mai bun, sunt mai susceptibili să le susțină și să facă schimbări în propriile lor vieți prin adoptarea unui comportament sustenabil.”



Ghid ecofinanciar

Cum să consumi responsabil?

Ești liber să fii tu cu adevărat când alegerile tale financiare îți fac bine. Aici descoperi cum poți fi parte din schimbare prin obiceiuri de consum responsabile și prietenoase cu bugetul tău.

CINE AU FOST CANDIDAȚII LA PREMIILE DE EXCELENȚĂ ÎN PROTECȚIA MEDIULUI



► Ioana Oancea

Companii, primării, asociații și fundații, dar și organizații de cercetare au intrat în competiția Gala Green Report, care premiază inovația de mediu în România pentru cel de-al treilea an consecutiv.

Astfel, **52 de candidați** s-au înscris în cursă pentru a câștiga unul dintre trofee oferite la cele 12 categorii. Mulți dintre ei au participat însă la mai mult de o categorie. Remarcăm o diversitate mai mare a proiectelor depuse, precum și proiecte cu un impact semnificativ la nivelul țării și chiar al UE.

Protecția mediului se premiază și în acest an, cele mai multe candidaturi au venit din partea companiilor, iar acestea s-au lăudat, în general, cu practicile lor de sustenabilitate.

Grupul NEPI Rockcastle este principalul investitor și dezvoltator de proprietăți comerciale din Europa Centrală și de Est.

Circa 60% din finanțarea companiei este clasificată ca finanțare verde.

Amprenta de carbon a companiei s-a redus cu 13% în 2022, comparativ cu 2021. De altfel, toate proprietățile deținute de Grup sunt certificate BREEAM, iar 74% din energia electrică utilizată provine din surse regenerabile.

Coca-Cola HBC România este unul dintre cei mai mari îmbuteliatori ai companiei Coca-Cola. Coca-Cola a fost confirmată ca fiind cea mai sustenabilă companie de băuturi din lume, conform indicilor de sustenabilitate Dow Jones (DJSI). Generează o valoare adăugată de 613 milioane de euro pe piața locală, echivalentul a 0,21% din PIB-ul României.

PepsiCo România a intrat pe piața românească în anul 2004, achiziționând liderul pe piața de chips-uri de cartofi, compania Star Foods, și a devenit unul dintre jucătorii principali pe piața de snacks-uri din România.

Cu aproximativ 1.500 de angajați, în 2022, PepsiCo a obținut pentru al zecelea an consecutiv certificarea internațională Angajator de Top.

Autonom Service SA este o companie cu capital 100% românesc, pornită în 2006, în Piatra Neamț, și este un jucător în top 3, după cifra de afaceri, în sectoarele principale de activitate: leasing operațional și închirieri auto. Compania oferă soluții moderne de mobilitate și finanțare.

Grupul de companii ENGIE Romania, distribuitor și furnizor de gaze naturale, producător din surse regenerabile și furnizor

de energie electrică, precum și soluții verzi și servicii tehnice pentru instalații de gaze naturale și centrale termice, servește un portofoliu de 2 milioane de clienți, operează o rețea de distribuție de circa 22.600 km, deține o capacitate de producție din surse verzi de 121 MW și au 4.200 de angajați.

Grupul ENGIE Romania a realizat investiții în valoare de 6.100 milioane de lei din 2005 până la 31 decembrie 2022.

BRD Groupe Société Générale este unul dintre liderii pieței bancare din România. Banca operează o rețea de 441 de unități și are active totale în valoare de 74,5 mld. lei. BRD investește în cultură, educație, tehnologie și sport, sprijinind proiecte care construiesc, dezvoltă, cresc o nouă generație și aduc valoare pe termen lung. Sub această viziune a fost creată Fundația9.

TECHBOLIDE este expertul în soluții IOT, software și hardware ce oferă soluții personalizate conform cerințelor clienților, pentru a utiliza la maxim resursele, respectând totodată principiile economiei circulare.

Compania **ELMAS** este prezentă în domeniul instalațiilor de ridicat din anul 1991, fiind creată și dezvoltată exclusiv pe baza capitalului privat românesc. ELMAS face pași în domeniul upcycling-ului, ce implică refabricarea stivuitoarelor prin refolosirea unor componente viabile, nedegradate și rezultate din dezmembrări.

Anul trecut a câștigat premiul de EXCELENȚĂ ÎN ECONOMIE CIRCULARĂ la Gala Green Report.

Asociația **Act For Tomorrow** este o asociație de mediu, voluntariat și sustenabilitate a cărei misiune este promovarea unei culturi

a responsabilității civice și sociale în rândul cetățenilor. A obținut premiul de EXCELENȚĂ ÎN CAMPANII DE MEDIU la Gala Green Report 2022.

Înființată în anul 1994, **Romstal** a devenit liderul pieței în domeniul instalațiilor. Romstal România oferă o gamă largă de produse și servicii, incluzând echipamente de încălzire, panouri solare, instalații sanitare și electrice, soluții de ventilație și aer condiționat, precum și servicii de proiectare, consultanță și mentenanță.

O atenție deosebită este acordată dezvoltării durabile și protecției mediului, astfel încât încurajează clienții să opteze pentru soluții ecologice și eficiente din punct de vedere energetic.

Flip.ro este un marketplace înființat la finalul anului 2019, de către trei tineri antreprenori. În prezent, Flip este liderul companiilor de tehnologie din România care cumpără și vând telefoane recondiționate.

La fel ca în cazul cumpărării unui telefon nou, produsele achiziționate de la Flip.ro includ o garanție de cel puțin 12 luni, 30 de zile drept de retur, livrare rapidă și suport permanent pentru clienți.

Filiala din România a Grupului AFV Beltrame, **Donalam SRL**, dispune de două unități de producție, în Călărași și în Târgoviște. În noiembrie 2022, Grupul AFV Beltrame a lansat Chalibria, oțel certificat neutru din punct de vedere al emisiilor de carbon, aliniindu-se cu directivele Pactului Verde European. Grupul este dedicat obiectivului privind atingerea neutralității climatice.

Zentiva România este parte a grupului european Zentiva, cu sediul central la Praga și peste 4.800 de angajați. Fabrica Zentiva

funcționează neîntrerupt de la inaugurarea sa din 1962, iar fabrica Labormed este una dintre cele mai moderne unități de producție a medicamentelor solide orale din România, rezultatul primei investiții greenfield din industria farmaceutică din țara noastră.

WALDEVAR Energy SRL, cea mai mare companie EPC / constructoare de centrale fotovoltaice din România, conduce în realizarea centralelor fotovoltaice. WALDEVAR acoperă proiectarea, construcția, operarea și întreținerea parcurilor solare, având flexibilitatea de a se adapta la nevoile clienților, indiferent de mărimea sau complexitatea lucrărilor.

Compania este angajată în a livra parcuri fotovoltaice sustenabile și competitive din punct de vedere economic.

JustNow este o aplicație mobilă și o platformă creată pentru a combate risipa de alimente prin conectarea consumatorilor cu restaurantele locale, cafenelele, brutăriile și magazinele alimentare care au produse alimentare surplus apropiate de data expirării. Aplicația le permite utilizatorilor să achiziționeze aceste produse la un preț redus, prevenind astfel risipa de alimente și contribuind la lupta globală împotriva acesteia.

Klarwin este lider european în domeniul aplicațiilor industriale destinate filtrării, separării și purificării. Klarwin furnizează servicii și produse inovative principalelor companii din domeniul farmaceutic, al apelor potabile și industriale, energetic, al industriei alimentare și a băuturilor, al filtrării și purificării aerului și al industriei constructoare de mașini.

Oberwood SRL restaurează case din satul Porumbacu de Sus, de la poalele Negoiului, Țara Făgărașului, pentru a le reda farmecul de

altădată. Căsuțele pensiunii Oberwood provin toate din satul Porumbacu de Sus. Acestea datează din 1830-1848 și au în componența lor materiale originale. Ele au fost dezmembrate, transportate la locația finală și apoi reasamblate și recondiționate pentru a păstra autenticitatea design-ului.

Asociația Climato Sfera implementează proiecte ce contribuie la conștientizarea schimbărilor climatice și acțiuni concrete pentru redefinirea societății actuale într-una sustenabilă pentru oameni și planetă.

Sc Imprim Center Total SRL studiază și cercetează imprimarea 3D, 3D Printing și produce jucării și decorațiuni din material biodegradabil (P.L.A) cu imprimanta 3D.

Prin atelierele realizate cu imprimanta 3D, își propune informarea cu privire la noile tehnologii, noile materiale și despre cea de a patra industrializare. Imprimanta 3D este o fabrică digitală sustenabilă, care nu consumă energie, nu face risipă de materii prime și folosește materiale inovative.

Adopt-A-Tree în Bucharest monitorizează, facilitează adoptarea și țintesc înzecirea numărului de arbori de București în următorii 3 ani.

Asociația **ENVIRON**, una dintre primele organizații colective de transfer responsabilitate din România, a gestionat în cei 16 ani de activitate peste circa 160.000 tone de DEEE.

ENVIRON își propune să contribuie la un mediu mai curat nu doar prin perfecționarea unui sistem de gestionare responsabilă a DEEE, ci și prin implementarea de proiecte și campanii care încurajează schimbarea obiceiurilor privind colectarea selectivă și adoptarea unui stil de viață sustenabil.

Între Vecini e o organizație care are ca scop refacerea spiritului comunitar în orașele din România, prin energie verde și activități în jurul celor 17 obiective de dezvoltare durabilă, creând deopotrivă comunități urbane sustenabile și lideri la nivel local.

Fundatia **Arctic** este o organizație non-profit care își dorește să aducă valoare în societatea românească și să construiască o cultură în sfera sustenabilității prin încurajarea și sprijinirea românilor în a contribui activ atât în domeniul social, cât și în cel al mediului.

Totodată, aceasta are drept misiune construirea unui cadru care promovează educația în zona sustenabilității, precum și dezvoltarea unor proiecte de impact, în vederea atingerii obiectivelor de dezvoltare durabilă.

Fondat în 1995, **Mega Image**, parte din Grupul Ahold-Delhaize, este unul dintre cele mai mari lanțuri de supermarketuri din România. Își propune să fie lider în eficiența energetică și sustenabilitate prin inițiative ambițioase și structurate.

Angajamentul strategic se articulează pe patru direcții principale: alimentație sănătoasă, prevenirea risipei alimentare, reducerea plasticului și minimizarea impactului asupra mediului. Mega Image este membra ale inițiativei Science Based Targets (SBTi), al cărei scop este de a determina membrii să-și reducă emisiile de carbon și să mențină nivelul de încălzire globală sub 1,5°C.

Cum arunc plastic este o companie care analizează și explică cum trebuie colectate deșeurile de ambalaje din viața de zi cu zi. Scopul este de a crește calitatea materialului reciclabil prin educarea oamenilor.

TotalEnergies Marketing România

este filiala locală a companiei TotalEnergies, o companie globală multi-energetica, care produce și comercializează: petrol și biocombustibili, gaze naturale și gaze verzi, surse regenerabile și energie electrică.

Cei 105.000 de angajați sunt dedicați unei energii tot mai curate, fiabile și accesibile pentru cât mai multe persoane.

ProCredit Bank România este parte a grupului ProCredit, grup bancar german, orientat spre dezvoltare, care este format din bănci comerciale pentru IMM-uri. Misiunea principală a băncii este să fie o sursă importantă de finanțare pentru IMM-uri, dar cu o abordare sustenabilă. Primele credite verzi au fost acordate de Grup încă din 2006.

Asociația Viitor Plus este o organizație ce derulează de 17 ani programe de educație pentru mediu, antreprenariat social, împăduriri, reutilizare și reciclare, voluntariat pentru mediu, amenajare eco-turistică, construcție de panouri solare, în proiecte precum: Adoptă un Copac, Atelierul de Pânză, Eco Provocarea, Recicleta, Harta Reciclării, Biroul Eco, Bine Primit.

Organizația Națională Cercetașii

României - ONCR este una dintre cele mai mari mișcări educaționale de tineret din România, derulând la nivel local, prin cele 100 de structuri locale, programe educaționale sustenabile pentru aproximativ 5000 de copii și tineri din România cu sprijinul a 1000 de voluntari adulți.

ONCR oferă alternative durabile provocărilor actuale, bazându-se pe valorile și principiile cercetășești și este susținută de o structură organizațională democratică, reprezentativă,

eficientă la toate nivelele, având resurse suficiente și un management de calitate.

Enel România este, prin companiile sale, unul dintre cele mai mari grupuri din domeniul energetic, cu operațiuni în sectorul distribuției și furnizării de electricitate, dar și al producției de energie electrică din surse regenerabile, și al soluțiilor energetice avansate. Companiile Enel oferă servicii unui număr de 3 milioane de clienți din toată țara.

Lidl România este prezent în țara noastră începând din 2011, rețeaua însumând în acest moment peste 300 de magazine și 6 centre logistice. Lidl România are, în prezent, aproximativ 11.000 de angajați în centrele logistice, rețeaua de magazine și în sediul central. Pentru Lidl, sustenabilitatea este metoda prin care își îndeplinește, zi de zi, promisiunea cu privire la calitate.

Nestlé Nespresso SA lucrează cu peste 140.000 de fermieri din 18 țări prin Programul său AAA Sustainable Quality™ pentru a integra practici de durabilitate în fermele și peisajele din jur. Lansat în 2003 în colaborare cu ONG-ul Rainforest Alliance, programul ajută la îmbunătățirea randamentului și a calității recoltelor, asigurând o aprovizionare durabilă cu cafea de înaltă calitate și îmbunătățind mijloacele de trai ale fermierilor și ale comunităților acestora.

Primăria Municipiului Brașov ținește titlul de Capitală Verde a Europei. A mapat elementele-cheie și face deja pași spre tranziția către un oraș neutru din punct de vedere al emisiilor până la finalul anului 2050, iar unul dintre proiectele cu care ne mândrim este Forumul Orașelor Verzi, cel mai mare eveniment dedicat sustenabilității de mediu din România.

SC GRAPHTEC DESIGN SRL, fabricant de mobilă pentru birouri și magazine, este o companie cu capital privat 100%. Viziunea companiei are în vedere promovarea unui antreprenariat responsabil și bune practici de lucru la nivelul companiei bazate pe principiile și acțiunile de responsabilitate socială corporativă, cod etic de bune practici în scopul dezvoltării afacerii, comunității și vieții în general.

PolyMore a fost fondată în 2021 cu misiunea de a revoluționa și digitaliza industria de reciclare și colectare din România. Scopul fundamental este de a crește semnificativ gradul de recuperare al deșeurilor reciclabile. Produsul oferit este o soluție integrată, formată din hardware și software, care este montată pe mașinile de colectare/salubritate.

Energy Policy Group (EPG) este un think-tank independent, non-profit, cu sediul în București, specializat în politici energetice și climatice, analiză de piață și strategie energetică. EPG promovează un sistem energetic avansat din punct de vedere tehnologic, sigur, ecologic și acceptabil din punct de vedere social.

Bluana Foods este o companie dedicată revoluționării industriei alimentare prin inovații bazate pe plante, pentru un viitor sustenabil.

Rețeta secretă se bazează pe tehnologia patentată „HIGH MOISTURE HIGH NUTRIENTS INJECTION” (HMHNI), pentru a produce sashimi bazat pe plante.

e-Mobility Rentals a creat primul ecosistem complet de închirieri de vehicule electrice cu baterii interschimbabile și propria rețea de Swap Stations (stații de încărcare și înlocuire baterii descărcate), din Europa și, implicit, din România.

Ambițiile companiei sunt ca în următorii ani să reducă numărul de mașini poluante din mediul urban, să contribuie la o mai bună calitate a aerului, să ajute la optimizarea spațiilor de parcare.

Maspex Romania este unul dintre cei mai cunoscuți producători de sucuri, nectaruri și băuturi răcoritoare, produse instant, snacksuri sărate, apă minerală naturală. Acordă o atenție deosebită principiilor sănătoase și implementează proiecte sociale care au scopul de a îmbunătăți calitatea vieții prin educație, nutriție echilibrată, sport și mișcare, având grijă de mediul înconjurător.

TenarisSilcotub - parte a Grupului Tenaris - este principalul producător român de conducte fără sudură de diametru mic, folosite în diverse aplicații în industria energetică, mecanică și automotive. Cu o echipă de peste 1.900 de persoane în România, TenarisSilcotub operează un sistem industrial integrat, transformând fierul reciclat în produse tubulare și componente cu valoare adăugată ridicată, exportate pe cinci continente.

CANPACK ROMANIA SRL este singura companie din România care fabrică ambalaje ușoare din metal pentru îmbutelierea băuturilor carbogazoase (sucuri, energizante, apă minerală, bere, etc.) și care funcționează din 2022.

Institutul Bancar Român (IBR) este leader în furnizarea programelor de pregătire în domeniul financiar-bancar, acoperind cu succes și arii de mare interes pentru companii. Are ca principal obiectiv perfecționarea profesională, pregătirea și specializarea personalului din sectorul financiar-bancar. În portofoliul IBR se regăsesc cursuri, programe și evenimente care acoperă peste 170 de teme de actualitate, iar

în fiecare an circa 20 – 30 de teme noi intră în oferta de training IBR.

Asociația Pachamama România are ca misiune crearea unei lumi sustenabile, echitabile și aducătoare de împlinire sufletească.

Proiectele noastre contribuie la schimbarea viziunii lumii moderne axată pe consumism prin conștientizarea interconectivității dintre om și natură.

Asociația Sărbatoarea Gustului a inițiat Ziua Gustului 2020/2030, un proiect esențial de educație alimentară inclusivă pentru agricultură, bunăstarea cetățenilor și resursele planetei. Achizițiile lor alimentare zilnice favorizează economia și au un impact asupra încălzirii globale, biodiversității și vieții în general.

MECAGE este un producător de materiale pentru construcții, confecționate 100% din produse naturale și organice. Gama include biocărămizi, panouri termoizolante, tencuieli, biobeton, amorse și lavabile.

iot4nature srl este o companie care folosește tehnologia pentru a monitoriza calitatea aerului, calitatea apelor de suprafață, detecția de incendii de vegetației sau de inundații, monitorizarea defibrilatoarelor (AED) sau nivelul deșeurilor.

Monitorizarea și colectarea de date este primul pas pentru a înțelege unde este problema și pentru a ști ce soluții trebuie aplicate pentru o lume mai bună și mai sustenabilă.

SENEX SIGAD SRL oferă platforma SIGAD care ajută companiile să digitalizeze și să automatizeze procesele de gestiune, calcul și raportare corectă a datelor către toate agențiile de mediu din România și nu numai.

Experții SIGAD vin cu o vastă experiență acumulată în urma proiectelor complexe avute într-o multitudine de industrii cheie din România, astfel, garanția calității fiind asigurată.

Societatea Salubris SA are ca misiune asigurarea unor servicii moderne și performante de salubritate a localităților, care să contribuie la eforturile comunității de dezvoltare economico-socială durabilă și de protejare a mediului.

Este câștigătoarea premiului de EXCELENȚĂ ÎN INOVAȚIE DE MEDIU al Galei Green Report 2022.

Asociația Nature Talks este un ONG care dezvoltă programe naționale de educație de mediu pentru elevii din România. Trainerii Nature Talks ajung în diferite zone din țară și susțin ateliere de mediu interactive, cu ajutorul unor machete, jocuri și experimente - un ansamblu numit „Școala mobilă de mediu”.

TRANSAVIA este liderul pieței locale de carne de pui, fiind una dintre cele mai importante afaceri de familie. Inclusă în topul celor mai valoroase portofolii din România,

TRANSAVIA operează sustenabil cu un model de business integrat vertical, bazat pe cele mai bune practici și cele mai stricte protocoale în întreg lanțul de producție și distribuție, de la bob la furculiță.

Agenția pentru Dezvoltare Regională Sud Muntenia este o instituție guvernamentală, non profit, de utilitate publică, cu personalitate juridică, care funcționează în domeniul dezvoltării regionale.

Agenția este principala organizație de nivel regional care are responsabilitatea și autoritatea

elaborării strategiei și implementării politicilor de dezvoltare regională.

Stațiunea de Cercetare Dezvoltare Agricolă Brăila este o instituție de interes public, subordonată Academiei de Științe Agricole și Silvicultură „Gheorghe Ionescu Șişești” București.

În prezent, SCDA Brăila implementează două proiecte de cercetare finanțate de Ministerul Agriculturii, respectiv: „Înființarea de perdele agroforestiere și studiul influenței acestora asupra protecției antierozionale și a evapotranspirației culturilor agricole” și „Măsuri și recomandări pentru reducerea riscului la salinizarea și eroziunea solului sub influența schimbărilor climatice”.

Stațiunea a reușit să câștige premiul la categoria EXCELENȚĂ ÎN AGRI-FOOD la Gala Green Report 2022.

renova^oatio e-charge



locații
în creștere cu 47% față de 2022

tone
de CO2 evitate*

18126

280

puncte de încărcare
în creștere cu 52% față de 2022

401 AC

766

365 DC

kWh
încărcați în rețea*

18554031

*detalii pe www.echarge.ro



Stații ultra-fast (150-350 kW DC)
instalate



Stații ultra-fast (150-350 kW DC)
în dezvoltare 2022-2025



Co-funded by
the European Union



CÂȘTIGĂTORII GALEI GREEN REPORT 2023

CÂȘTIGĂTOR	CATEGORIE	PUNCTAJ
TRANSAVIA	Excelență în agri-food	8,6 puncte
ÎNTRE VECINI	Excelență în campanii de mediu	8,9 puncte
LIDL ROMÂNIA	Excelență în campanii de mediu	8,9 puncte
TECHBOLIDE	Excelență în dezvoltarea de aplicații mobile	9,05 puncte
ELMAS SRL	Excelență în economie circulară	8,5 puncte
FLIP	Excelență în economie circulară	8,5 puncte
VIITOR PLUS. ASOCIAȚIA PENTRU DEZVOLTARE DURABILĂ	Excelență în educație de mediu	8,08 puncte
MEGA IMAGE	Excelență în eficiență energetică	8,6 puncte
BRD GROUPE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE	Excelență în finanțarea proiectelor de mediu	8,2 puncte
TRANSAVIA	Excelență în gestionarea consumului de apă	8,8 puncte
COCA-COLA HBC ROMÂNIA	Excelență în inovație de mediu	8,6 puncte
STATIUNEA DE CERCETARE DEZVOLTARE AGRICOLA BRAILA	Excelență în proiecte de conservare a patrimoniului natural	5,5 puncte
AUTONOM SERVICES SA	Excelență în transport sustenabil	9,3 puncte

DESPRE PROIECTELE CÂȘTIGĂTOARE

TRANSAVIA a reușit să obțină premiul de EXCELENȚĂ ÎN AGRI-FOOD datorită sistemului avansat de trasabilitate care a fost implementat pentru a asigura transparența și calitatea în întregul lanț de procesare a cărnii de pasăre. Politicile companiei acoperă bunăstarea puilor broiler și se concentrează pe asigurarea unui mediu optim în halele de creștere, cu impact minim asupra mediului înconjurător.

ÎNTRE VECINI și **LIDL ROMÂNIA** au primit premiul pentru EXCELENȚĂ ÎN CAMPANII DE MEDIU, poziționându-se la egalitate cu 8.9 puncte.

ÎNTRE VECINI e o organizație care are ca scop refacerea spiritului comunitar în orașele din România, prin energie verde și activități în jurul celor 17 obiective de dezvoltare durabilă, creând deopotrivă comunități urbane sustenabile și lideri la nivel local. Prin abordarea bidirecțională, oferă comunităților șansa de a accesa granturi de 15.000 EUR pentru a deveni prosumatori de energie electrică și îi implică în activități și ateliere legate de cele 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă ale ONU. Prin proiectul Între Vecini, prima comunitate de prosumatori, din cartierul Apusului din București, a demonstrat succesul programului.

România Limpede este umbrela sub care **LIDL ROMÂNIA** a implementat River Cleanup Collective @Dunăre, un program de colectare a plasticului din Dunăre.

» În perioada 1-8 septembrie, cu ajutorul organizațiilor partenere și peste 230 de voluntari, au fost colectate 4,3 tone de deșeuri, dintre care 3 tone de plastic.

TECHBOLIDE s-a clasat pe prima poziție la categoria EXCELENȚĂ ÎN DEZVOLTAREA DE APLICAȚII MOBILE cu 9.05 puncte. TECHBOLIDE este expertul în soluții IOT, software și hardware ce oferă soluții personalizate. Proiectul câștigător este aplicația ECO VILLE, destinată managementului colectării deșeurilor, aduce beneficii autorităților, cetățenilor și operatorilor de salubritate. Dezvoltată în colaborare cu CJ Bihor și disponibilă sub numele Bihor Curat pe platformele iOS și Android, aplicația se distinge prin eficiența sa.

ECO VILLE utilizează surse de energie regenerabilă și se aliniază obiectivelor economiei circulare. La 214 zile de la lansare, ECO VILLE a adunat 6019 conturi înregistrate, 108 raportări privind deșeurile abandonate și 42 de sesizări în curs de soluționare, demonstrând un impact semnificativ în promovarea practicilor sustenabile.

ELMAS SRL și **FLIP** au obținut premiul pentru EXCELENȚĂ ÎN ECONOMIE CIRCULARĂ, fiecare cu câte 8,5 puncte.

ELMAS SRL a fost premiată la aceeași categorie și anul trecut. Compania ELMAS este prezentă în domeniul instalațiilor de ridicat din anul 1991, fiind creată și dezvoltată exclusiv pe baza capitalului privat românesc. ELMAS face pași în domeniul upcycling-ului. Proiectul depus în acest an se referă la oferirea de ascensoare de mărfuri și de persoane în regim de închiriere pe termen lung, acoperind integral responsabilitatea de la proiectare și fabricație până la mentenanță și reparații. Această schimbare de paradigmă aduce beneficii tuturor părților implicate.

Producătorul gestionează eficient echipamentul și costurile aferente, în timp ce utilizatorii beneficiază de funcționare ireproșabilă și costuri previzibile. În plus, mediul înconjurător este eliberat de reciclări repetate, iar piesele de schimb sunt integrate înapoi în procesul de fabricație.

Primul contract de închiriere a fost semnat pentru un ascensor în Brașov, cu economii semnificative în exploatare și utilizarea durabilă a echipamentului.

La rândul său, **FLIP.RO** este un marketplace înființat la finalul anului 2019, de către trei tineri antreprenori. În prezent, Flip este liderul companiilor de tehnologie din România care cumpără și vând telefoane recondiționate.

La fel ca în cazul cumpărării unui telefon nou, produsele achiziționate de la Flip.ro includ o garanție de cel puțin 12 luni, 30 de zile drept de retur, livrare rapidă și suport permanent pentru clienți. Aproximativ 9000 de companii au colaborat cu Flip prin programul de buyback.

» Flip.ro a devenit platforma de alegere pentru peste 300.000 de clienți în doar 3 ani și jumătate. Economia circulară promovată de Flip.ro a dus la economii semnificative de CO2 și la extinderea serviciilor sale către Bulgaria, Ungaria și Grecia.

VIITOR PLUS - ASOCIAȚIA PENTRU DEZVOLTARE DURABILĂ este

organizația la care merge, în acest an, premiul de EXCELENȚĂ ÎN EDUCAȚIE DE MEDIU pentru care au obținut 8.08 puncte. Proiectul câștigător al Asociației Viitor Plus este Eco Provocarea, un program extracurricular de protecție a mediului și dezvoltare personală, ajuns la cea de-a XIII-a ediție.

» Programul se adresează școlilor gimnaziale și liceelor din întreaga țară. Tinerii participă la voluntariat, muncă în echipă, educație non-formală și activități practice, dezvoltându-și astfel abilități pentru viitor și devenind cetățeni activi și utili societății în domeniul protecției mediului.

Impactul Programului Eco Provocarea depășește sfera sa directă de influență și are un efect pozitiv asupra comunităților locale. Elevii devin factori activi în comunitățile lor, colaborând cu instituții publice, alte școli, ONG-uri și producători locali. În plus, prin Tabăra de Leadership pentru Mediu, programul oferă șanse pentru aprofundarea și experimentarea tehnicii de dezvoltare personală în armonie cu natura.

MEGA IMAGE a reușit să se facă remarcată pentru strategia în EXCELENȚĂ ÎN EFICIENȚĂ ENERGETICĂ, unde a obținut cele mai multe puncte 8.7. Fondat în 1995, Mega Image, parte din Grupul Ahold-Delhaize, este unul dintre cele mai mari lanțuri de supermarketuri din România. Un proiect inovativ cu impact considerabil este Smart Metering - Sistemul inteligent de monitorizare și control automat al consumatorilor de energie electrică din magazine.

Sistemul monitorizează consumatorii de energie electrică și de apă și transmite în timp real alarme către firmele de service în caz de depășire a pragurilor critice. De asemenea, controlează automat funcționarea principalilor consumatori electrici și interpretează datele colectate printr-o aplicație bazată pe Inteligența Artificială. Aceasta furnizează rapoarte și alarme, iar în funcție de acestea, ia măsuri pentru optimizarea consumului de utilități din magazine și funcționarea echipamentelor frigorifice.

» Potențialul de economii era de 9% din consumul de energie electrică anual per magazin, dar la finalul implementării s-a înregistrat o scădere a consumului cu 14%, depășind astfel targetul stabilit.

BRD GROUPE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

Încă din 2021, BRD a adoptat în cadrul planului strategic global Horizons 2025 o serie de indicatori care vizează zona de sustenabilitate, respectiv atingerea unui volum de tranzacții de finanțare sustenabilă în suma totală de 1 miliard EURO și ambiția de a fi unul din leaderii acestei piețe de finanțare sustenabilă.

» În prezent, banca a ajuns la un nivel de aprox 780 milioane EUR finanțare sustenabilă și analizează posibilitatea revizuirii acestei ținte.

TRANSAVIA a atins EXCELENȚA ÎN GESTIONAREA CONSUMULUI DE APĂ, categorie unde a primit 8.8 de puncte. Este al doilea premiu pentru compania ce deține locul de lider al pieței locale de carne de pui.

Compania controlează aportul de apă potabilă în procesele tehnologice desfășurate, de la cultivarea cerealelor până la activitățile administrative. În toate locațiile sunt instalate, verificate și întreținute apometre pentru monitorizarea cantităților de apă utilizate.

Furnizorii de apă verifică datele și facturează lunar consumul. Compania utilizează echipamente de alimentare cu apă cu sisteme de recuperare sau consum redus, senzori la chiuvetele din punctele cheie, și monitorizează atent consumul lunar pentru depistarea pierderilor.

» Pentru 2022, se observă o reducere a consumului de apă în creșterea păsărilor cu aproximativ 13% față de anul de referință și o scădere cu 11% la fabrica de procesare.

COCA-COLA HBC ROMÂNIA este câștigătoarea la categoria EXCELENȚĂ ÎN INOVAȚIE DE MEDIU, pentru care a obținut 8.6 de puncte.

Coca-Cola HBC România a câștigat și anul trecut un premiu pentru gestionarea consumului de apă. Prin proiectul depus la această ediție a Galei Green Report, Coca-Cola HBC România

și-a asumat responsabilitatea de a contribui la rezolvarea provocării globale a deșeurilor de ambalaje, angajându-se să producă o schimbare pozitivă în ceea ce privește fabricarea băuturilor, designul ambalajelor și gestionarea acestora după consum.

În această direcție, compania a instalat o unitate de decontaminare a fulgilor de PET la fabrica din Ploiești, devenind astfel capabilă să producă intern PET reciclat (rPET).

» Această investiție sprijină tranziția întregului portofoliu de ambalaje rPET al Sistemului Coca-Cola către 100% PET reciclat (rPET), contribuind la crearea unei economii circulare cu emisii reduse de carbon. Unitatea de producție PET a fost dezvoltată într-o strategie mai amplă de investiții, care, în ultimii 5 ani, a totalizat aproximativ 1 miliard de lei.

Prin trecerea la 100% PET reciclat în întregul portofoliu, Coca-Cola HBC România își propune să evite introducerea pe piață a unei cantități semnificative de plastic nou, contribuind astfel la reducerea emisiilor de CO₂.

Unitatea de producție rPET a fost inaugurată pe 4 octombrie 2023, la fabrica din Ploiești.

STAȚIUNEA DE CERCETARE-DEZVOLTARE AGRICOLĂ BRĂILA a obținut și în acest an un premiu în cadrul Galei Green Report, după ce și anul trecut a fost laureată, de această data pentru EXCELENȚĂ ÎN PROIECTE DE CONSERVARE A PATRIMONIULUI NATURAL, unde a obținut 5.5 puncte.

Stațiunea de Cercetare Dezvoltare Agricolă Brăila este o instituție de interes public, subordonată Academiei de Științe Agricole și Silvicultură „Gheorghe Ionescu Șişești” București.

Stațiunea a reușit să câștige premiul la categoria EXCELENȚĂ ÎN AGRI-FOOD la Gala Green Report 2022. Proiectul depus în acest an se referă la proiectele inovatoare de conservare a patrimoniului natural, ce includ perdele agroforestiere cu beneficii antierozionale și economice, având specii fructifere și energetice.

Monitorizarea digitalizată permite intervenții tehnologice pentru reducerea dozelor de tratamente fitosanitare și menținerea unui mediu curat.

AUTONOM SERVICES SA a fost distinsă cu premiul de EXCELENȚĂ ÎN TRANSPORTUL SUSTENABIL, categorie la care a primit 9.3 puncte.

Autonom Service SA este o companie cu capital 100% românesc, pornită în 2006, în Piatra Neamț. Ca lider în leasing operațional și închirieri auto, compania gestionează o flotă de peste 14 mii de autovehicule și are o abordare proactivă: și-a propus să își reducă emisiile medii ale flotei cu 25% până în 2025 și cu 51% până în 2030.

Compania a introdus servicii dedicate pentru clienți, inclusiv calculul amprente de carbon și serviciul de leasing operațional Business Green, care oferă soluții de mobilitate durabilă și beneficii financiare.

» În 2022, Banca Europeană de Investiții a devenit partener de finanțare, iar în 2023, compania a comandat 200 de mașini Tesla pentru a-și extinde flota de mașini electrice și hibride.

EXCELENȚĂ ÎN INOVAȚIE DE MEDIU



► **Raluca Popa,**
Partener taxe, EY România

2,2 miliarde de tone de deșeuri sunt generate în UE în fiecare an. Mai mult de un sfert dintre acestea (27%) sunt deșeuri municipale.

<https://www.europarl.europa.eu/news/ro/headlines/society/20180328STO00751/gestionarea-deeurilor-in-ue-in-date-si-cifre-infografic>

» Obiectivul de refolosire și reciclare a deșeurilor municipale la nivel European pentru 2030 este de 60%. În 2021, acest procent era de 11.3% în România, conform datelor publicate de Parlamentul European.

Managementul deșeurilor este un aspect primordial în societatea modernă, iar evitarea generării și diminuarea volumului mare de deșeuri reprezintă o parte foarte importantă a gestionării deșeurilor. Este de la sine înțeles că o creștere a populației și a consumului atrage o sporire a volumului de deșeuri, care impune nevoia unui sistem eficient și optim de gestionare.

Planul Național de Reziliență vine cu ținte foarte ambițioase în acest sens atât pentru autorități, cât și pentru entitățile din mediul privat și public implicate în acest proces: reducerea la 10% a cantităților de deșeuri municipale până în 2035, dar și de creșterea gradului de reciclare până în 2025 la 55%.

Metodele tradiționale de eliminare nu mai reușesc să facă față cantităților foarte mari de deșeuri generate, astfel că pentru a progresa în acest domeniu este necesară atât educarea populației, dar mai ales investirea în sisteme de reciclare și colectare.

Una dintre companiile care au investit deja în acest domeniu este compania **Coca Cola HBC**, care obține premiul pentru EXCELENȚĂ ÎN INOVAȚIE DE MEDIU pentru unitatea de decontaminare a fulgilor de PET instalată în fabrica din Ploiești, a doua cea mai mare fabrică din cadrul Grupului Coca-Cola HBC, dobândind astfel capacități unice de a produce PET reciclat intern.

Investiția susține tranziția întregului portofoliu de ambalaje PET al Sistemului Coca-Cola la 100% PET reciclat, prin posibilitatea aprovizionării constante cu plastic reciclat la standard alimentar.

Transformând recipiente vechi în unele noi, investiția contribuie la crearea unei economii circulare pentru ambalaje, cu mai puține emisii de carbon generate.

Investiția în unitatea proprie de producție PET reciclat este o inițiativă de pionierat pe piața locală și situează România drept a doua țară din cadrul grupului Coca-Cola HBC care utilizează o astfel de tehnologie inovatoare prin intermediul căreia se poate obține material reciclat.

Proiectul este dezvoltat în linie cu obiectivele companiei de a reduce emisiile de carbon până la zero net, pe întregul lanț de valoare, până în 2040.

CONCLUZII

Atât consumatorii, cât și investitorii sunt din ce în ce mai atenți la impactul pe care organizațiile îl au asupra societății și iau decizii bazându-se pe aceste rezultate. Astfel, la rândul lor, pentru a rămâne competitive, companiile trebuie să își adapteze strategiile prin integrarea obiectivelor de mediu, sociale și de guvernanță (ESG).

Din ce în ce mai mult, cifrele și rezultatele financiare nu mai sunt suficiente pentru a convinge investitorii. Modul în care companiile își desfășoară activitatea, impactul asupra mediului și măsurile de sustenabilitate integrate în activitatea de zi cu zi devin tot mai importante.

Spre deosebire de formele tradiționale de risc de afaceri, riscurile sociale și de mediu se manifestă pe termen mai lung, afectează adesea afacerea pe mai multe dimensiuni și sunt în mare parte în afara controlului organizației.

Prin urmare, gestionarea acestor riscuri necesită luarea de decizii de investiții pentru dezvoltarea pe termen lung. Companiile durabile redefinesc ecosistemul corporativ prin proiectarea modelelor care creează valoare pentru toate părțile interesate, inclusiv pentru angajați, acționari, lanțuri de aprovizionare, societate civilă și planetă.

Cea mai importantă concluzie când ne uităm la unele dintre cele mai performante companii (așa cum este și Coca Cola HBC) este cât de mult acestea accelerează ritmul de creștere în domeniul economiei verzi. În această eră a constrângerilor în ceea ce privește impactul asupra mediului aceste companii sunt poziționate să reușească.

La nivel global, investițiile “verzi” au ajuns la peste 30 de trilioane de dolari, conform unui studiu Science Direct. Potrivit aceluiași studiu, companiile cu proporții mai mari de “venituri verzi” obțin profituri mai mari decât cele cu proporții scăzute de “venituri verzi”.

Astfel, ratingurile ESG sunt acum utilizate pe scară largă pentru a identifica companiile eficiente, iar numărul agențiilor de rating ESG a crescut semnificativ în ultimul deceniu.

» Importanța tot mai mare a rapoartelor de sustenabilitate este susținută de faptul că investitorii și alte părți interesate solicită companiilor să dezvăluie mai multe despre sustenabilitate și strategiile lor de mediu, sociale și de guvernanță.

În acest context, raportarea ESG nu mai reprezintă doar o obligație de conformare, iar calitatea raportărilor este esențială.



EXCELENȚĂ ÎN TRANSPORT SUSTENABIL



► **Raluca Popa,**
Partener taxe, EY România

» Potrivit unui studiu publicat de Parlamentul European, România se află în 2019 pe locul 10 la nivel european în ceea ce privește emisiile de gaze cu efect de seră, clasându-se astfel în eșalonul superior alături de țări cu economii dezvoltate (e.g. Germania, Franța) și mult în fața altor țări vecine (de ex. Ungaria sau Bulgaria care raportează valori mult mai mici).

Strategia pe Termen Lung a României pentru Reducerea Emisiilor de Gaze cu Efect de Seră vizează atingerea neutralității climatice a României în 2050. România a început deja procesul de decarbonare prin reducerea emisiilor cu 62% în 2019 față de nivelul din 1990.

Cu toate acestea, sunt necesare eforturi suplimentare pentru atingerea acestui obiectiv. Mai mult, în cazul unora dintre sectoare, este nevoie mai întâi de oprirea tendinței de creștere a emisiilor, urmată de inițierea și derularea procesului de scădere a acestora.

De exemplu, în sectorul transporturilor, în perioada 1990-2019, emisiile din au crescut cu 41% astfel că, într-o primă etapă, va fi necesară oprirea tendinței de creștere a emisiilor.

Cea mai mare pondere (aproximativ 96% în 2019) a emisiilor din sectorul transport provin din transportul rutier. Toate acestea arată că ponderea tipurilor de autoturisme, inclusive flota de autovehicule transport persoane necesită o reformare radicală. Premiul anului 2022 din categoria “Excelență în transport sustenabil” merge către compania **Autonom**, pentru care sustenabilitatea nu este un obiectiv în plus, ci un mod fundamental de a face afaceri, cu un orizont pe termen lung.

Această abordare rezultă din multitudinea inițiativelor coordonate și orientate către dezvoltarea sustenabilă: măsurarea și monitorizarea anuală a ampretei de carbon a companiei; sistem de colectare și monitorizare emisii lunar, cu raportare trimestrială către bord; emisiunea de obligațiuni corelate cu obiective de sustenabilitate pentru finanțarea flotei operaționale; servicii dedicate pentru clienți, cum ar fi calculul ampretei de carbon pentru flota în utilizare sau serviciul de leasing operațional Business Green; achiziționarea unei flote semnificative de autoturisme electrice; utilizarea aproape exclusiv de autoturisme electrice de către personalul companiei.

În 2023, **Autonom** a lansat proiectul **Blue Romania** – serviciu de ride-sharing format doar din autovehicule electrice. De asemenea, compania organizează test drives cu auto electrice cu partenerii de afaceri, pentru a facilita tranziția către vehicule electrice și s-a alăturat,

ca partener de mobilitate, la multe evenimente, competiții și organizații non-guvernamentale care promovează principiile sustenabilității.

Prin toate aceste măsuri, Autonom nu contribuie numai la reducerea amprente de carbon/poluării din orașe, ci și la schimbarea mentalităților și promovarea unei culturi sustenabile.

CONCLUZII

Aplicarea tehnologiei și a inovației este crucială în realizarea unui transport durabil. De exemplu, sistemele inteligente de management al traficului pot reduce aglomerația și timpul de călătorie, vehiculele electrice și hibrizii pot reduce sau elimina emisiile, iar programele de partajare a bicicletelor pot oferi opțiuni de transport cu impact redus.

Vehiculele electrice au nevoie în primul rând de o infrastructură robustă de încărcare. Acestea includ punctele de încărcare de acasă și de la locul de muncă, precum și stațiile publice de încărcare cu opțiuni de încărcare rapidă pentru călătorii mai lungi.

Disponibilitatea, accesibilitatea și fiabilitatea acestei infrastructuri sunt cheia pentru o flotă de mașini electrice de succes.

Nu în ultimul rând, e important de menționat că transformarea către transport durabil va implica nu doar schimbări tehnologice, ci și societale și de reglementare, iar succesul acestora va depinde de modul în care aceste schimbări sunt gestionate și acceptate de către public.



2024

UNDĂ VERDE PENTRU PROTECȚIA MEDIULUI

Fii parte din **Conferințele Green Report**, alături de cei mai relevanți oameni din business, politică și administrație, conferințe unde dezbatem cele mai importante subiecte cu impact asupra mediului.



GESTIONAREA
DEȘEURILOR



EFICIENȚĂ
ENERGETICĂ



EAT
SMART



ECONOMIE
CIRCULARĂ



TRANSPORT
SUSTENABIL



POLITICI
DE MEDIU



CSR



BIODIVERSITATE

i'velò
by GreenRevolution



i'Velo Urban – soluția la cheie de mobilitate sustenabilă pentru angajații tăi, 100% românească.

Alege i'Velo Urban, primul și cel mai mare sistem de bike-sharing din România.

ivelo@greenrevolution.ro | www.ivelo.ro

Powered by



EXCELENȚĂ ÎN ECONOMIE CIRCULARĂ



► **Marius Brînzea,**
Director Strategie Reciclad'OR

» La nivel național avem la ora actuală adoptată Strategia Națională pentru o Economie Circulară și un Plan de Acțiune pe termen lung.

Din punct de vedere strategic am identificat 8 obiective majore care adresează 9 sectoare prioritare. Din perspectiva tactica Planul de Acțiune prezintă 52 de acțiuni dintre care:

- 49% dintre acțiuni adresează acțiuni politice și legale, reglementări precum și suport guvernamental pentru sectorul privat;
- 31% dintre acțiuni adresează dezvoltarea infrastructurii și inovație/cercetare
- 19% dintre acțiuni adresează consientizarea și educarea populației.

În mod explicabil marea majoritate a acțiunilor adresează cadrul legal și politic. Asta deoarece politicile guvernamentale sunt cele care trebuie să creeze oportunități de economie circulară și să furnizeze stimulente financiare pentru sustenabilitate, să permită dezvoltarea unor parteneriate public-private cu focus pe proiecte de economie circulară.

Surprinzător însă este numărul extrem de redus de acțiuni (doar 6%) care adresează furnizarea de suport guvernamental pentru sectorul privat în dezvoltarea unor model de afaceri circulare.

Totodată trebuie remarcat orizontul lung de timp în care se vor aplica aceste acțiuni, doar 31 dintre acestea fiind prevăzute pentru intervalul de timp 2024-2027.

În acest set de circumstanțe sectorul privat va trebui să își assume anticipat proiecte de economie circulare și strategii de tipul „first mover”. Se omite des faptul că și în economia circulară competiția va fi la fel de acerbă că în ceea liniară. Mai mult de atât identificarea din timp a barierelor în implementarea unor modele economice circulare poate scuti companiile de o serie de surprize de natură economică și operațională și le poate oferi avantaje competitive greu de anihilat.

Cele două proiecte câștigătoare reprezintă două modele economice circulare diferite și complexe.

Flip a dezvoltat un model circular de „extindere a duratei de viață a produselor” iar **Elmas SRL**, companie deja cunoscută pentru orientarea strategică către circularitate, a dezvoltat un model circular de „vânzare a produselor ca și servicii”.

Flip a dezvoltat un model de business care vinde smartphone-uri recondiționate și este în prezent cel mai mare furnizor de buyback de pe piața din România, precum și cel mai mare retailer de cumpărare și vânzare de smartphone-uri și tablete recondiționate din țară. Provocare

cheie a acestui model este aceea de a asigura resursele și competențele necesare companiei pentru a colecta, recondiționa și revinde produse care au ajuns uzate sau care s-au defectat.

Luând în considerare rezultatele prezentate, în mod evident Flip a rezolvat cu succes barierele specifice unui asemenea model circular. Și așa menționa: accesul la piese de schimb, design-ul din ce în ce mai minimalist și încapsulat al telefoanelor, costul de reparare, producție greu de planificat, lipsa unui cadru legal stimulat, marginalizarea culturală, specialiști și tehnicieni, rețea națională, etc.

Rezultatele modelului Flip sunt impresionante:

- **peste 9000 de companii au colaborat cu Flip fie prin programul lor de buyback, cumpărând telefoane recondiționate pentru angajații lor, fie închirind smartphone-uri recondiționate (serviciu);**
- **parteneriate cu mari retaileri (Emag și Flanco);**
- **performanța economică - smartphone-urile reintră pe piețe la fel de bune că noi, cu beneficii similare, la prețuri mai mici cu până la 40%;**
- **peste 100 de tehnicieni, ingineri și dezvoltatori cu înaltă calificare și un total de 2000 de angajați;**
- **300.000 de clienți;**
- **accesarea rapidă și ușoară a serviciului de evaluare prin aplicația dedicată Flip Buyback**
- **extinderea pe trei piețe externe - Bulgaria, Ungaria și Grecia.**

Cifrele sunt absolut impresionante și vorbesc de la sine despre oportunitățile pe care le aduce cu sine economia circulară cât și despre beneficiile strategiilor de tip „first mover”.

Elmas SRL nu încetează să surprindă piața în care activează. Dar și pe noi pe cei din juru. Dacă anul trecut a câștigat detașat cu un model circular de „extindere a duratei de viață”, anul acesta compania a înscris un model mult mai complex: „vânzarea produsului ca și serviciu”.

Elmas SRL vine în premieră cu schimbarea modelului de achiziție și utilizare a ascensorului: trecerea de la vânzarea ascensorului și servicii de mentenanță la furnizarea de servicii complete de utilizare prin închirierea ascensorului pe termen lung de către utilizatori.

„Echipamentul fabricat/instalat rămâne în proprietatea producătorului care îi asigură mentenanță, reparațiile iar înlocuirile de piese nu sunt facturate suplimentar utilizatorului, piesele/componentele înlocuite se întorc în procesul de fabricație și sunt refolosite la alte intervenții minimalizând astfel deșeurile.

Producătorul ascensorului deține controlul asupra echipamentului produs și instalat care rămâne în proprietatea sa pe întreaga perioadă a închirierii și poartă întreaga responsabilitate în exploatarea lui, gestionează costurile de mentenanță, reparații și piese de schimb.

Producătorul își planifică pentru un timp îndelungat lucrările de mentenanță și implicit costurile și forță de muncă necesară. Utilizatorii beneficiază de o funcționare ireproșabilă a ascensorului și de menținerea în bună stare a condițiilor de transport. Investitorul achită o chirie lunară stabilită în contractul de închiriere fără a avea alte costuri suplimentare (excepție pagubele soldate din vandalism).” au declarat reprezentanții Elmas SRL

Deși modelul se afla în faza incipientă (lansarea primului proiect pilot la Brașov pentru un bloc de 10 etaje), juriul a apreciat potențialul imens al modelului de afaceri circular, complexitatea și valoarea beneficiilor generate pe termen lung, luând în considerare:

- *crearea unui serviciu cu o propoziție de valoare unică.*
- *crearea unor surse de venit recurente și previzibile din abonamente la serviciul de utilizare a ascensorului.*
- *utilizarea eficientă a resurselor și prevenirea generării de deșeuri prin livrarea produsului ca și serviciu.*
- *reducerea costurilor operaționale, creșterea capacității de gestionare a serviciului respectiv și recuperarea valorii reziduale la sfârșitul ciclului de viață.*
- *creșterea profitabilității deoarece sunt mai puține investiții în producție.*

Provocarea implementării acestui model constă în faptul că necesită de obicei o schimbare substanțială a propoziției de valoare și domenii suplimentare de expertiză.

Modelul este atractiv pentru companiile care au costuri operaționale ridicate, capacitatea de a gestiona servicii și de a recupera valoarea reziduală a produsului la sfârșitul ciclului de viață.

Probabil că implementarea unui asemenea model va fi din ce în ce mai vizibilă mai ales în zona utilajelor grele.



**THERE IS ONLY
ONE WAY**

SIXT



sixtgroup.ro
021 9400

**Rent a Car ● Operational Leasing
Car Service ● SH & New Cars**

EXCELENȚĂ ÎN CAMPANII DE MEDIU

► **Marius Brînzea,**
Director Strategie Reciclad'OR



» Directiva CSDR precum și Directiva „Green Claims” (în progres) vor schimba modul în care companiile abordează sustenabilitatea dar și percepția consumatorului cu privire la ceea ce este cu adevărat sustenabil.

Cetățenii devin din ce în ce mai preocupați de poluarea mediului înconjurător și schimbările climatice. Studiile publice (numeroase și elocvente) și situațiile reale cu care cetățenii se confruntă în viața de zi cu zi, le permit să facă o evaluare mult mai clară între propriul comportament, propria contribuție și modul în care companiile își asumă în mod real responsabilitățile ce le revin în protejarea mediului înconjurător.

Companiile vor trebui să construiască un nivel ridicat de încredere în ceea ce privește sustenabilitatea printr-o derulare a unor acțiuni consecvente și evitarea oricăror situații de greenwashing. Consumatorul are astăzi acces la informație și le va sancționa imediat.

Prin campaniile de mediu, companiile contribuie la creșterea gradului de conștientizare a cetățenilor cu privire la necesitatea protejării mediului înconjurător, la modificarea comportamentului consumatorilor dar și la creșterea gradului de loializare al consumatorilor față de branduri.

Analizând piața națională identificăm o serie de companii care excelează de ani de zile în această direcție și cu rezultate impresionante. Recent însă numărul campaniilor de mediu au început să crească în mod semnificativ diversificându-se și tipul entităților care le inițiază.

Lidl România și **Între Vecini**, proiectele câștigătoare din acest an, sunt diferite nu doar din perspectiva inițiatorilor cât și din perspectiva anvergurii și modului în care sunt concepute.

Opinia publică este deja familiarizată cu eforturile constante și susținute pe care Lidl România le depune în programe de prevenire și reducere a poluării mediului înconjurător și în programe de educare și conștientizare a consumatorilor.

„România Limpede” este umbrela sub care Lidl România a implementat proiectul „River Cleanup Collective @Dunăre”, un program de colectare a plasticului din Dunăre al grupului Schwarz, grup din care Lidl România face parte. Prin acest program Lidl a contribuit la o serie de acțiuni de ecologizare pe malurile Dunării. Vorbim de o acțiune locală care face parte din gândirea globală a grupului Schwarz: strategia REset Plastic, strategid în domeniul plasticului care cuprinde cinci zone de acțiune:

- **REduce** - *reducerea și evitarea folosirii plasticului*
- **REdesign** - *regândirea utilității plasticului după ce a fost folosit*

- **REcycle** - reciclarea plasticului, din mediul înconjurător, magazine și depozite
- **REmove** - colectarea plasticului din mediul înconjurător prin acțiuni de ecologizare
- **REsearch** - inovarea și educarea în domeniu.

Concret, Lidl România a reunit 3 ONG-uri, în cadrul programului, ASAP (Armata Selectării Atente a Plasticului), Mai Mult Verde și WWF România. Prin intermediul celor 3 ONG-uri, retailerul a organizat o serie de acțiuni concentrate de ecologizare, mobilizând într-un timp scurt mai multe comunități și grupuri partenere.

Continuitatea și performanțele programului sunt semnificative și edificatoare:

- *în perioada 1-7 septembrie 2022, Lidl România, alături de asociațiile Mai Mult Verde, ASAP și WWF, a coordonat acțiuni de curățare în 10 localități riverane Dunării (Baziaș, Orșova, Turnu Măgurele, Giurgiu, Oltenița, Călărași, Cernavodă, Brăila, Galați și Mahmudia), acțiuni la care au participat peste 330 de voluntari și au fost colectate în total 8,3 tone de deșeuri, dintre care 5,4 tone de plastic.*
- *în perioada 1-8 septembrie 2023, cu ajutorul a peste 230 de voluntari, au fost colectate 4,3 tone de deșeuri, dintre care 3 tone de plastic.*
- *în cele două ediții ale programului au fost colectate în total peste 12,6 tone de deșeuri, dintre care 8,4 tone de plastic.*

De apreciat faptul că rezultatele proiectului au fost comunicate transparent de către companie, înainte și după încheierea acțiunilor de ecologizare, și s-au bucurat de o vizibilitate extraordinară, pe rețelele sociale și online, pe site-urile partenerilor implicați și canalele massmedia.

Cel de-al doilea proiect câștigător este al unui ONG românesc, **Între Vecini**, care își propune să regenereze spiritul comunitar în orașe și să încurajeze viața sustenabilă în cartierele de blocuri din România.

Proiectul derulat de Între Vecini are o abordare bidirecțională:

- **Oferirea comunităților de la bloc șansa de a accesa granturi de 15.000 EUR din finanțare privată, astfel încât fiecare comunitate să devină un mic producător de energie electrică (un prosumator).**
- **Implicarea grupurilor de vecini în diverse activități și ateliere în jurul celor 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă ale ONU.**

Conceput ca un sistem de operare pentru schimbare, ÎntreVecini își propune să aibă impact asupra a 1.000.000 de locuitori la bloc până în 2027. În faza incipientă proiectul s-a lansat cu „Sâmbăta ÎntreVecini” evenimentul care a ghidat toate activitățile într-un cartier din București.

Evenimentul s-a bucura de participarea a peste 250 de vecini și a avut parte de o acoperire media de excepție:

- **11 difuzări la posturile TV naționale**
- **3 știri radio cu o audiență de peste 360.000 de oameni**
- **45 de apariții în presa scrisă cu o audiență de peste 156.000 de oameni**
- **15 postări în rețelele sociale, cu un reach de 42.000 de oameni**
- **8 macro-influencers cu o acoperire de peste 355.000 oameni**



RECICLAD'OR

Recycling For Your Future

**PARTENERIAT
PENTRU UN VIITOR
SUSTENABIL**

Ani de Performanță

Making our world more productive



Connecting the world of hydrogen –

From source to service



The hydrogen future is here now. And Linde can deliver it. The company covers every link in the hydrogen value chain from source to service – whether it be used as a zero-emissions source of fuel for trains, buses and cars; a feedstock gas for industries such as steel and refining.

And the best bit: Hydrogen can be generated at scale with a zero carbon footprint by using renewable energy such as wind power to separate water. Regardless of your target application, we have the technologies and expertise to support your project.

Think hydrogen. Think Linde.
www.linde.ro

EXCELENȚĂ ÎN EFICIENȚĂ ENERGETICĂ



► **Ramona Jurubiță,**
Country Managing Partner, KPMG Romania &
Vicepreședinte, Foreign Investors Council

» În timp ce reprezentanți din toate colțurile lumii participau la sfârșitul lunii noiembrie - începutul lunii decembrie la cea de-a 28-a Conferința UN pentru Climă, la o scară mai mică, membrii juriului Galei Green Report jurizau cele 12 proiecte intrate în competiție la categoria "Excelență în eficiență energetică".

Totuși, ambele întruniri aveau cumva și un punct de plecare comun: Serviciul European pentru Schimbări Climatice Copernicus, tocmai anunța că anul 2023 va intra în istorie ca cel mai cald an al Europei de când se fac înregistrări oficiale, cu un noiembrie având o temperatură zilnică medie de 14,22°C, mai mare cu 0,32°C față de vechiul record din 2020.

» Așadar, limitarea încălzirii globale la 1,5°C devine tot mai urgentă, în condițiile în care am depășit deja 1,2°C, iar schimbările climatice continuă în direcția încălzirii globale.

Pentru a răspunde acestor provocări, toți actorii din societate vor trebui să fie proactivi

și să se angajeze cât mai curând în inițiative de sustenabilitate, pentru a-și putea asigura sustenabilitatea propriilor modele de afaceri.

Există atât vești cât și proiecte excelente, și pe acestea Gala Green Report dorește să le identifice și să le răsplătească. Spre exemplu, numărul prosumatorilor români a crescut, emisiile UE din sectorul energiei au fost cele mai scăzute din istorie, numeroase companii private au anunțat proiecte de decarbonare, programele de educație pentru eficiență energetică sunt tot mai răspândite și suntem încrezători că rezultatele vor începe să apară.

La această ediție a Galei Green Report, în categoria mai sus menționată au intrat în competiție proiecte propuse de către organizații reprezentând diverse sectoare economice: producători de energie, organizații non-guvernamentale, reprezentanți din retail, producători agricoli locali etc.

Această diversitate reflectă preocuparea tot mai largă a mediului de afaceri pentru găsirea celor mai potrivite soluții de eficiență energetică și de decarbonare a afacerilor. Totodată, nu putem să nu remarcăm că, spre deosebire de cei doi ani precedenți, au lipsit din competiția de la această categorie proiectele propuse de către autoritățile locale.

Premiul pentru "Exelență în Eficiență Energetică" a fost acordat în acest an proiectului propus de către **Mega Image România**, parte a Grupului Ahold-Delhaize. Proiectul a urmărit îndeplinirea obiectivelor strategice ale companiei de reducere a emisiile de carbon din operațiunile proprii.

Astfel, Mega Image și-a concentrat eforturile pe trei direcții care pot fi urmărite și aplicate cu ușurință de către oricine:

• CONSUMĂ MAI PUȚINĂ ENERGIE ȘI CREȘTE EFICIENȚA ENERGETICĂ!

Pentru că ceea ce este măsurat este mai bine controlat, pentru a economisi energia, primii pași ai proiectului Mega Image s-au concentrat pe instalarea de contoare inteligente care monitorizează în timp real consumul de energie al magazinelor, temperaturile spațiilor frigorifice, temperatura din sala de vânzare și totodată este controlată funcționarea optimă a consumatorilor.

Comparativ cu anul de referință, ca urmare a măsurilor de eficientizare luate pe baza datelor de consum, pentru anul 2022, consumul de energie a fost cu 15% mai mic pentru același contur energetic. Reducerile au fost obținute și ca urmare a unor măsuri tehnice de înlocuire a marilor consumatori cu echipamente mai performante.

• PRODU-ȚI PROPRIA ENERGIE!

Instalarea centralelor fotovoltaice pe acoperișul magazinelor reprezintă o formă foarte simplă de a produce energie electrică local, cu zero emisii, folosind în mod optim spațiile construite deja.

Mergând în această direcție, Mega Image are în prezent 41 de astfel de centrale fotovoltaice cu o capacitate totală instalată de 4,5Mw

• ACHIZIȚIONĂM ENERGIE DIN SURSE REGENERABILE!

» Mega Image s-a concentrat pe achiziționarea de energie verde astfel că, în 2022, cantitatea totală de energie verde utilizată a fost de 47,5% iar în 2023, acest procent a crescut la 80%.

Utilizând un indicator specific de consum definit ca kWh/mp sală de vânzare pe an, ca urmare a tuturor eforturilor prezentate mai sus, Mega Image a reușit să scadă consumul de la 940 kWh/mp/an în 2018 la 743 kWh/mp/an în 2022.

Ca o bună practică, Mega Image își propune ca propriile operațiuni să fie NetZero până în 2040, obiectivele climatice ale companiei, fiind în conformitate cu cele ale ONU pentru a menține încălzirea globală sub 1,5°C.

În procesul de jurizare s-au avut în vedere toate cele șase cerințe publicate la momentul lansării competiției, notându-se pozitiv proiectele care au avut o abordare sistemică și inovativă.

Nu în ultimul rând, proiectul Mega Image a primit punctaj și pentru potențialul de replicare la nivel național și chiar regional.





Aducem gazul și electricitatea în casele a peste 3,4 milioane de români



Gestionăm peste 100.000 km de rețea gaze naturale
și energie electrică



Deservim 3.600 de localități din 20 de județe



Suntem companie membră a Grupului E.ON România

EXCELENȚĂ ÎN FINANȚAREA PROIECTELOR DE MEDIU

» În iunie 2023, Comisia Europeană a prezentat un nou pachet de măsuri destinat companiilor private și sectorului financiar, măsuri gândite să consolideze cadrulul UE pentru finanțare durabilă.

Finanțarea durabilă este definită ca procesul de luare în considerare a aspectelor de mediu, sociale și de guvernanță (ESG) atunci când se iau decizii investiționale. Aspectele de mediu ar putea include atenuarea și adaptarea la schimbările climatice, sau aspecte precum conservarea biodiversității, protejarea resurselor de apă sau solului, prevenirea poluării aerului sau economia circulară.

Aspectele sociale ar putea acoperi probleme de inegalitate, incluziune, relații de muncă, investiții în oameni și comunități sau drepturile omului.

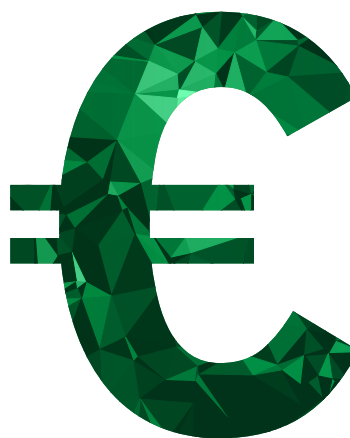
Mai departe, guvernarea instituțiilor publice și private – inclusiv organizarea structurilor de management, relațiile cu angajații și remunerarea executivilor – joacă un rol fundamental atunci când vorbim de finanțare sustenabilă.

În Uniunea Europeană, finanțarea durabilă este înțeleasă ca acea finanțare care sprijină creșterea economică, reducând în același timp presiunile asupra mediului pentru a ajuta la atingerea obiectivelor de mediu și climatice ale Pactului Ecologic European, ținând cont în același timp de aspectele sociale și de guvernanță.

Astfel, prin promovarea și încurajarea acestui tip de finanțare, UE sprijină ferm tranziția către o economie cu emisii scăzute de carbon. Sunt urmărite cu precădere, proiecte de reducere a emisiilor de gaze cu efect de seră pentru a atinge neutralitatea climatică a continentului până în 2050.

În trecut, finanțarea proiectelor de mediu era mai ales apanajul fundațiilor și asociațiilor care reușeau să mobilizeze fonduri publice și private pentru diverse cauze. Mai recent, atât mediul privat cât și instituțiile financiare sunt în mod direct implicate în proiecte de finanțare durabilă.

Urmărind cumva această tendință, dacă anul trecut câștigătorul premiului pentru "Finanțare de Mediu" a fost Fundația Comunitară București cu un portofoliu de proiecte finanțate pentru îmbunătățirea condițiilor de mediu din capitală, în acest an a venit rândul unei instituții financiare – BRD - Groupe Societe Generale – să revendice premiul Galei la această categorie.



Pe baza criteriilor de selecție comunicate la începutul competiției, juriul a apreciat abordarea holistică a BRD care încorporează sustenabilitatea atât în produsele și serviciile financiare furnizate clienților săi cât și în zona operațiunilor proprii.

» Astfel, încă din 2021, prin strategia de sustenabilitate "Horizons 2025", BRD și-a stabilit o serie de indicatori care vizează zona de sustenabilitate, respectiv atingerea unui volum de tranzacții de finanțare sustenabilă de 1 miliard de euro.

Progresul față de țintă este monitorizat permanent și comunicat tuturor părților interesate, în mod transparent. Pentru atingerea țintei, BRD a acordat sau instrumentat o serie de tranzacții de pionerat în domeniul finanțării sustenabile, cum ar fi:

- Suport local pentru primele emisiuni obligatare verzi pentru clienți din sectorul imobiliar (900 milioane euro, pentru NEPI Rockcastle și Globalworth), pentru care Grupul a jucat și rol de structurare verde;
- Cea mai mare finanțare verde sub forma unui credit bilateral (Hidroelectrica, 270 milioane euro);
- Intermedierea primei emisiuni obligatare de finanțare corelată cu obiective de sustenabilitate (Autonom, 48 milioane euro în cadrul unui program MTM de circa 200 milioane euro), în care a jucat și rol de redactare a cadrului privind finanțarea corelată cu obiective de sustenabilitate;
- Primele credite verzi aliniate cu criteriile de Taxonomia Verde (NEPI Rockcastle, 60 milioane euro și Grupul Speedwell, 23,5 milioane euro) și lista ar putea continua.

- Totodată, în linie cu obiectivele climatice ale UE, BRD are ca obiectiv reducerea propriei amprente de carbon cu 50% în 2030 comparativ cu 2019, lansând o serie de proiecte interne ce vizează acest lucru prin reducerea consumului de energie și apă, instalarea de panouri solare pe clădirile proprii, înlocuirea echipamentelor vechi cu echipamente eficiente energetic pentru răcire și încălzire, instalarea de sisteme de iluminat cu LED, optimizarea temperaturii interioare, achiziționarea de echipamente IT de generație nouă, robinete inteligente pentru baie în proiectele de modernizare, etc.
- Dincolo de finanțare și amprenta proprie, BRD se implică în viața comunităților urbane și rurale, prin implicarea în proiectul Între Vecini sau parteneriatul cu Rețeaua pentru Natură Urbană și Rețeaua Geoparcurilor din România.
- Așadar, toate aceste elemente vin să justifice de ce BRD este câștigător pentru a doua oară a unui premiu în competiția Green Report.



EXCELENȚĂ ÎN AGRI FOOD

► **Sorin Elisei,**
Director, Lider al practicilor de sustenabilitate
și energie, Deloitte România



» Sustenabilitatea în sectorul agroalimentar reprezintă o temă vitală și imperativă în contextul actual al schimbărilor climatice și presiunilor asupra resurselor naturale.

Agricultura și industria alimentară sunt intrinsec legate de mediul înconjurător și au un impact semnificativ asupra sănătății ecosistemelor. În acest context, adoptarea practicilor sustenabile în agricultură devine esențială pentru a asigura securitatea alimentară și protejarea mediului. O agricultură durabilă implică utilizarea judicioasă a resurselor, reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră și promovarea biodiversității în cadrul ecosistemelor agricole.

În plus, sectorul agroalimentar are responsabilitatea de a oferi produse sănătoase și nutritive consumatorilor, iar sustenabilitatea joacă un rol crucial în atingerea acestui obiectiv. Agricultura durabilă contribuie la menținerea calității solurilor și a apei, la reducerea utilizării pesticidelor și a altor substanțe chimice nocive, având astfel un impact pozitiv asupra sănătății umane.

Un alt aspect important al sustenabilității în sectorul agroalimentar este legat de aspectele sociale și economice. Promovarea practicilor sustenabile poate sprijini comunitățile locale, oferind locuri de muncă durabile și îmbunătățind condițiile de trai

pentru fermieri. În același timp, dezvoltarea lanțurilor de aprovizionare responsabile și transparente poate consolida încrederea consumatorilor în produsele agroalimentare.

» Transavia, liderul pieței de carne de pui din România, a publicat la sfârșitul anului 2023 cel de-al patrulea Raport de Sustenabilitate, ilustrând angajamentul ferm al companiei de a contribui la un viitor mai durabil și prezintă ambițiile pentru continuarea dezvoltării durabile.



Activitățile în relație cu aspectele cheie ale sustenabilității, precum, oameni, mediu, animale și comunități și analizează impactul în toate etapele lanțului valoric, conform modelului 100% integrat al afacerii Transavia au permis, printre altele, atingerea următoarelor obiective demne de excelență în domeniu:

- *100% din producția TRANSAVIA de carne de pasăre este certificată BRCGS Food Safety (British Retail Consortium Global Standards) și FSSC 22000 (Food Safety Sistem Certification)*
- *100% din fermele de creștere a puilor, din stațiile de incubație și din fermele de reproducție și 100% din producția de furaje combinate sunt certificate ISO 22000:2018*
- *TRANSAVIA este singurul producător de carne de pasăre din România care a obținut certificarea Global G.A.P vers. 5.2*
- *100 % din produse sunt supuse auditurilor de certificare de terță parte care atestă calitatea și siguranța atât a produselor cât și a operațiunilor întreprinse în vederea obținerii unor produse sigure pentru consumatori*

» Transavia a avut de asemenea până la 99,45% grad de valorificare a deșeurilor, facilitând o scădere a emisiilor de carbon de 659,845 tone CO₂ prin reciclarea deșeurilor de ambalaje și 8,644 tone CO₂ prin reutilizare prin închiriere a ambalajelor de lemn-paleți. Mai mult de atât, compania a înregistrat 4120,4 KWp putere instalată prin panouri fotovoltaice în 2022.

În concluzie, sustenabilitatea în sectorul agro-alimentar nu reprezintă doar un obiectiv, ci o necesitate imperioasă pentru a asigura un viitor durabil atât pentru mediul înconjurător, cât și pentru societate, componente la care Transavia a contribuit deosebit de mult.



EXCELENȚĂ ÎN EDUCAȚIE DE MEDIU

Educația de mediu este probabil una dintre cele mai importante aspecte când vine vorba de sustenabilitate.

Oamenii au început să devină tot mai conștienți de faptul că fiecare gest contează și că sunt și ei direct responsabili de protejarea mediului înconjurător. Totuși, au în continuare mai multe așteptări de la companii și organizații publice să ia atitudine în direcția aceasta.

Companiile la rândul lor au înțeles că trebuie să se implice mult mai mult și că este nevoie de acțiuni constante, care să se deruleze pe o perioadă mai lungă de timp, ideal să fie integrate în modelul de business, pentru a avea impact și a fi cu adevărat relevante. Cu atât mai mult cu cât 60% dintre consumatori nu au încredere că de fapt comunicarea companiilor reflectă realitatea, conform studiilor realizate de Uniunea Europeană.

Anul acesta Categoria “Exelență în educație de mediu” a avut cele mai multe proiecte înscrise în competiție, atât din partea companiilor, cât și a ONG-urilor și asociațiilor.

Asociația pentru Dezvoltare Durabilă – Viitor Plus a fost însă cea care a adunat cele mai multe puncte din partea juraților cu proiectul EcoProvocarea, un program extracurricular de protecția mediului și dezvoltare personală.

Aflat deja la cea de-a XIII-a ediție, Eco Provocarea reprezintă un exemplu de abordare sistematică în domeniul educației de mediu ce oferă o experiență educativă pe tot parcursul

unui an școlar, adresându-se școlilor gimnaziale și liceelor din întreaga țară. Prin voluntariat, muncă în echipă, educație non-formală și activități practice, tinerii câștigă experiență de viață, își dezvoltă abilități pentru viitor și devin cetățeni activi, utili societății, în domeniul esențial al protecției mediului.

Astfel, Eco Provocarea contribuie la realizarea celui de-al IV-lea obiectiv al dezvoltării durabile stabilit de Națiunile Unite (SDG 4): educație de calitate.

Rezultatele pe care ei le-au obținut de-a lungul celor 12 ediții sunt îmbucurătoare și merită toată încurajarea și susținerea noastră:

- **Unități de învățământ participante: peste 150 de școli gimnaziale și licee/ ediție**
- **Elevi ecoambasadori implicați în cele 12 ediții: 11.959**
- **Ore de voluntariat: 187.661**
- **Kg de deseuri colectate: 1.064.559 kg**
- **Nr. puieți plantați: 326.479**
- **Nr. saci deșeuri adunate din areale naturale: 12.073**
- **Nr. beneficiari de ore de educație pe teme de mediu (atelieri non-formale și campanii de conștientizare): peste 26.000**
- **Ediții de Tabără de Leadership pentru Mediu: 10 (cu participarea a peste 700 de elevi și profesori din întreaga țară, membrii ai echipelor câștigătoare ale Concursului Eco Provocarea)**

Eco Provocarea nu se limitează la o singură componentă a protecției mediului, ci abordează mai multe tematici cheie, precum reciclarea, igienizarea, plantarea de arbori și inițiativele de cetățenie activă. Pe lângă activitățile practice planificate, organizate și desfășurate de elevii ecoambasadori și voluntari lor (elevi, profesori, părinți, prieteni), Eco Provocarea încurajează educația teoretică privind mediul înconjurător.

Pentru acesta, Viitor Plus a dezvoltat materiale educaționale cu ajutorul cărora, în cadrul Concursului Eco Provocarea, Săptămâna Verde propusă de Ministerul Educației, se poate desfășura pe parcursul întregului an școlar.

Aceste materiale educaționale sunt concepute de experți educaționali ai Viitor Plus și sunt puse la dispoziție gratuit, tuturor cadrelor didactice din învățământul primar, gimnazial și liceal.

Anual obiectivele și rezultatele proiectelor, dar și povestea fiecărui proiect în parte, sunt detaliate în Raportul anual al organizației, disponibil tuturor celor interesați <https://www.viitorplus.ro/despre-noi/rapoarte-anuale-2/>

Toate detaliile referitoare la Programul Educațional Eco Provocarea (Concursul anual și Tabăra de Leadership pentru Mediu) se află pe site-ul www.ecoprovocarea.ro și pe https://www.facebook.com/EcoProvocarea?fref=nf&ref=embed_page



**GREEN
REPORT
PODCAST**

VORBIM VERDE ÎN FAȚĂ.

CU RALUCA FIȘER

www.green-report.ro/podcast

Le MANOIR

gastronomie · vinuri · cadouri



www.lemanoir.ro

EXCELENȚĂ ÎN GESTIONAREA CONSUMULUI DE APĂ

► **Andreea Mitiriță,**
Partener PwC România



» Apa se află în centrul dezvoltării sustenabile și adaptării la schimbările climatice, fiind esențială pentru dezvoltarea socio-economică, pentru producția de energie și de alimente, pentru sănătatea ecosistemelor și pentru supraviețuirea înșăși.

Pe măsură ce lumea se confruntă cu creșterea consumului și, în același timp, cu o penurie tot mai mare de apă potabilă, companiile conștientizează adevărata valoare a apei și dezvoltă proiecte de reducere a consumului, utilizare eficientă, tratare adecvată a apelor uzate și reutilizare a acestora.

Gestionarea proactivă a riscurilor legate de apă ajută companiile să prevină situații cu potențial perturbator precum întreruperi de activitate, costuri ridicate și chiar închiderea activității în zone care se confruntă cu penurie. Iar sectoarele care implică volume mari de utilizare a apei sunt dintre cele esențiale pentru populație, cum sunt agricultura sau producerea de energie electrică.

Mai mult, așteptările tot mai mari din partea investitorilor, a clienților și a organizațiilor neguvernamentale determină companiile să îmbunătățească modul în care își comunică riscurile, impactul și oportunitățile legate de apă. Dezvăluirea informațiilor despre eficiența consumului a devenit un aspect esențial al

comunicării corporative în sectoarele cu utilizare intensivă a apei sau pentru cele care își desfășoară activitatea în zone afectate de lipsa apei.

România a făcut progrese în ultimii ani în domeniul managementului apei, prin sume importante investite în infrastructura de apă. Cu toate acestea, există încă probleme care trebuie rezolvate: utilizarea inefficientă și poluarea apei.

În acest sens la nivelul Uniunii Europene, există mai multe inițiative, precum „Zero poluare” până în 2050, care își propune ca poluarea aerului, a apei și a solului să fie redusă la niveluri care nu mai sunt considerate dăunătoare pentru sănătatea oamenilor și a ecosistemele naturale, care respectă limitele la care planeta noastră poate face față, creând astfel un mediu fără substanțe toxice. Asta înseamnă îmbunătățirea calității apei prin reducerea poluării, a deșeurilor de plastic în mare (cu 50%) și a microplasticelor eliberate în mediu (cu 30%).

Pentru a asigura un management sustenabil al apei este necesară continuarea investițiilor în infrastructura de apă, promovarea utilizării eficiente a apei și implicarea în procesul de luare a deciziilor a tuturor părților interesate: autorități, companii și societate.

Implicarea face diferența:

PROGRESUL NOSTRU PENTRU UN RETAIL SUSTENABIL

PORTOFOLIU

>1.180

produse certificate

1.500

produse pentru diete speciale

FURNIZORI

>2.600

furnizori locali

3 mld. €,

reprezentând >80% din cheltuielile noastre cu furnizorii, au fost direcționate către furnizorii din România

SPONSORIZĂRI

8,85 mil.€

valoarea totală a donațiilor și sponsorizărilor

112

ONG-uri
partenere

132

proiecte
implementate

ANGAJAȚI

Titlul Angajator de Top pentru al 8-lea an consecutiv în România

Titlul Angajator de Top pentru al 5-lea an în Europa

>16.600

de angajați fac parte din echipa noastră

73,2%

dintre angajații noștri sunt femei

31,8%

poziții de management (Executive și Top Management) ocupate de femei

580

de angajați cu dizabilități

28,3 mil. €

beneficii pentru angajați, o creștere de 50% față de 2021

MEDIU

~2,6 mil.€

investiții în stații de încărcare electrice

>4,84 mil.€

investiți în infrastructura de colectare (extindere și întreținere)

15 mil.€

investiții în instalarea de panouri fotovoltaice

>15,7 mil.

de recipiente au fost colectate prin infrastructura noastră

98,8%

consum de energie electrică din surse regenerabile

Am primit certificatul de sustenabilitate din partea CHEP, pentru reutilizarea prin închiriere a paletelor pentru transportul produselor

Scăderea emisiilor din Scopul 1 și Scopul 2 cu >18% față de 2021

Vezi aici raportul nostru de sustenabilitate pentru anul 2022

INTERVIU

► **Valer Hancaș,**
Director Comunicare și Corporate Affairs,
Kaufland România



1. Care sunt motivele pentru care Kaufland a decis să fie unul dintre partenerii Galei Green Report în acest an și cum se aliniază această inițiativă cu valorile și angajamentul companiei în domeniul sustenabilității?

La Kaufland, recunoaștem importanța sustenabilității și a responsabilității sociale. Mai mult, ne-am angajat să contribuim la protejarea mediului și la construirea unei societăți mai sustenabile. Parteneriatul nostru cu Green Report, încă de la prima ediție a Galei, reprezintă una dintre modalitățile prin care susținem acest angajament.

Gala Green Report este un eveniment important care promovează practicile durabile și conștientizează importanța protejării mediului.

Prin implicarea noastră, dorim să evidențiem necesitatea colaborării și a responsabilității comune în abordarea provocărilor de mediu și a schimbărilor climatice. Credem că fiecare dintre noi are un rol esențial în protejarea mediului, iar evenimentele precum acesta sunt un mijloc important pentru discuții, schimburi de idei și bune practici pentru un viitor mai bun.

2. Care sunt principalele inițiative în domeniul sustenabilității și responsabilității sociale în care Kaufland s-a implicat în ultimul an?

Kaufland România a continuat să își consolideze angajamentul față de sustenabilitate și

responsabilitate socială în ultimul an, prin implementarea unor inițiative concrete ce au vizat atât reducerea impactului negativ al companiei asupra mediului, cât și bunăstarea și dezvoltarea sustenabilă a comunității.

În domeniul mediului, Kaufland a investit în infrastructura de reciclare din magazine, susținând producătorii locali și extinzând portofoliul de produse sustenabile.

Am făcut progrese semnificative în reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră, prin investiții în energie regenerabilă și eficiența energetică.

De asemenea, compania a continuat să lucreze pentru a crea un mediu de lucru echitabil și incluziv, cu beneficii competitive pentru angajații săi. Doar în anul financiar, 2022, compania a oferit beneficii angajaților de peste 28 de milioane de euro și a fost recunoscută ca Top Employer pentru al 8-lea an consecutiv în România.

» În plus, ne-am implicat în comunitate, direcționând aproape 9 milioane de euro către 130 de proiecte sociale, educaționale, de mediu, culturale, sportive și de sănătate.

3. Cum contribuie Kaufland la dezvoltarea durabilă, având în vedere analiza portofoliului de produse și servicii dezvoltat cu responsabilitate? Există inițiative specifice care vizează reducerea impactului asupra mediului în cadrul lanțului de aprovizionare?

Oferim clienților noștri un portofoliu vast de produse sustenabile. Aproximativ 1200 de produse din oferta Kaufland dețin certificări de sustenabilitate, fiind o abordare concentrată la nivel de grup. În plus, oferim un portofoliu divers, cu 1500 de produse adaptate diferitelor restricții alimentare și stiluri de viață, inclusiv opțiuni fără lactoză, fără gluten, vegane sau bio, facilitând astfel clienților noștri accesul la alternative mai sănătoase și mai prietenoase cu mediul.

La nivelul segmentului de produse proaspete, dar nu numai, încercăm în permanență să colaborăm cu producători locali în vederea reducerii traseului lanțului de aprovizionare.

4. Ce măsuri a luat Kaufland pentru a sprijini producătorii locali și pentru a promova practicile sustenabile în lanțul de aprovizionare?

Avem o viziune ce promovează sustenabilitatea ca parte integrantă a business-ului, iar susținerea producătorilor și fermierilor locali a fost de la început una dintre direcțiile principale pe care ne-am construit strategia de business.

Vrem să demonstrăm că se poate să avem produse românești, de calitate, pe rafturile hipermarketurilor și că putem lega parteneriate cu fermierii locali – fie ei mari sau mici, asociați în Cooperative Agricole.

Misiunea aceasta e parte din strategia companiei Kaufland în toate țările în care activează.

Localizarea producției este o colaborare de tip win-win: noi ne respectăm promisiunile față de clienții noștri, oferindu-le prospețime, calitate și

preț avantajos, iar producătorii beneficiază de acces la o piață de desfacere sigură.

În plus, discutăm despre un lanț de aprovizionare scurt, adică mai puține ambalaje, mai puțin combustibil, deci un impact mai mic asupra mediului. Susținerea locală din punct de vedere economic, ecologic, social este o abordare la care ținem foarte mult. Noi am înțeles asta de la început.

Am mizat pe produse românești și am fost transparent, am comunicat mereu chiar și ponderea acestora, care la noi este în prezent de peste 80%, atât pentru produse și cât și pentru servicii.

În anul financiar 2022, am colaborat cu peste 2.600 furnizori din România, dintr-un total de 3.300. Aceste numere cresc de la an la an. Mai mult, în 2022, am făcut plăți către furnizorii locali în valoare de 3 mld. euro. Conceptul de „farm to fork” este una dintre tendințele majore actuale, la nivel european. Noi l-am integrat treptat în strategia noastră încă din 2015, când am deja ponderea de produse locale era de peste 50%.

În 2020, am mers mai departe și am lansat programul „Porc născut și crescut în România”, o premieră în retail, Kaufland fiind singurul lanț în care carnea de porc are origine 100% românească, de la porci născuți în România.

» În prezent, în toate magazinele Kaufland este livrată săptămânal carne proaspătă de porc ce provine de la peste 5.000 de porci născuți și crescuți în România. În plus, toată carnea de pui comercializată în magazinele noastre este din România.

Mai mult, 100% din produsele de panificație, peste 90% din categoriile de ouă și peste 60% din produsele pe bază de miere vin de la producătorii români. De asemenea, în ultimii 4 ani am crescut cu 25-30% numărul de produse lactate de proveniență locală. Pe zona de lactate și mezeluri, avem parteneriate cu producători regionali, care aprovizionează magazinele Kaufland din proximitate.

Din 2021, avem în desfășurare și un proiect de promovare regională a producătorilor autohtoni, în revista săptămânală și pe platformele digitale Kaufland. Scopul nostru să aducem în atenția clienților produsele românești.

Conform celui mai recent studiu de impact socio-economic, realizat în colaborare cu KMPG, practic, din fiecare 1 leu cheltuit la casă la Kaufland, 67 de bani merg la furnizori români. În continuare, obiectivul nostru este acela de a avea un sortiment diversificat de produse locale, pentru a răspunde oricăror nevoi și tendințe de consum, de la cele de bază, până la cele mai rafinate.

În ultimul an, am listat produse noi atât pe segmentul de brand, unde am adus în magazinele Kaufland inclusiv producători locali de lactate BIO și tradiționale, cât și pe categoria de marcă proprie. Iar când spun „marcă proprie” și „produs românesc” în aceeași frază, spun automat „K-Vreau din România” – prima noastră gamă produsă exclusiv local, după rețete tradiționale.

Am lansat acest brand în 2017 și am continuat să îl dezvoltăm și promovăm de-a lungul timpului. În prezent, avem peste 270 de produse în sortiment.

5. Ce măsuri a luat Kaufland pentru reducerea deșeurilor atât pe lanțul de aprovizionare, cât și deșeurile provenite de la clienții finali?

Pentru a reduce impactul generat pe lanțul de aprovizionare, colaborăm cu CHEP, un

furnizor de paleți albaștri reutilizabili, într-un sistem de pooling.

» Aceasta înseamnă că paleții sunt împărțiți și reutilizați în cadrul lanțului de aprovizionare, reducând astfel necesarul de resurse noi și minimizând generarea de deșeuri. În 2022, acest serviciu ne-a permis să reducem emisiile de carbon cu 1.450 de tone și să evităm producerea a 116.000 kg de deșeuri operaționale. De asemenea, pentru transportul de legume și fructe, am înlocuit o bună parte din ambalajele de unică folosință din carton cu lădițele reutilizabile Euro Pool System. Astfel, am reușit să ne reducem amprenta de carbon cu 3.500 de tone în 2022.

Pentru clienți, Kaufland oferă două infrastructuri de colectare separată a ambalajelor: una pentru PET, plastic și aluminiu și cealaltă pentru recipientele din plastic ale produselor de igienă personală și a locuinței, care necesită un proces diferit, mai complex, de reciclare.

6. Cum a implementat Kaufland Romania Sistemul de Garanție-Returnare (SGR) și care au fost principalele ajustări necesare în procesul de gestionare a ambalajelor?

Pentru noi, colectarea separată a deșeurilor este una dintre principalele direcții ale strategiei de sustenabilitate. De altfel, Kaufland este primul retailer din țară care a implementat o infrastructură națională de recuperare a ambalajelor, în vederea reciclării.

Am început în 2018, prin amenajarea de spații speciale pentru preluarea deșeurilor în trei magazine, și am reușit ca în 2021 să avem astfel

de aparate în fiecare magazin Kaufland din România.

Pentru a educa publicul în acest sens, am demarat nenumărate campanii de conștientizare, în care am explicat care este importanța și rolul reciclării pentru a trăi într-un mediu mai curat și, implicit, mai sănătos.

Mai mult, pentru a ne impulsiona clienții să aducă deșeurile reciclabile, am creat și un sistem de recompensare. Astfel, cei care depun ambalajele în aparatele amplasate în magazinele Kaufland primesc cupoane de reducere pentru diferite game de produse.

Ne-am bucurat că, de la an la an, românii au devenit din ce mai responsabili și pentru tot mai mulți reciclarea a devenit un comportament firesc. Îmi sprijin afirmațiile pe cifre, pe ceea ce vedem în magazinele noastre.

» În 2022, am colectat peste 15 milioane de ambalaje. În perioada ianuarie - octombrie 2023, alte 29 milioane de ambalaje au fost depuse de clienții noștri pentru reciclare.

Investițiile în automatele de colectare au depășit suma de 16,5 milioane de euro în ultimii trei ani. Rețeaua națională cuprinde 173 de hipermarketuri echipate cu 360 de automate, unde clienții pot returna ambalajele din PET, sticlă și aluminiu. Cel mai mare echipament de colectare separată a deșeurilor din România se află în parcare magazinului Kaufland Barbu Văcărescu din București.

Acesta are șase guri de colectare și o capacitate de stocare temporară de 60.000 de ambalaje, de trei ori mai mare decât a celorlalte echipamente. Pentru perioada următoare,

avem planificate investiții de peste 7 milioane de euro, prin care dorim să dublăm capacitatea de colectare și stocare a deșeurilor pentru cel puțin alte 30 de magazine.

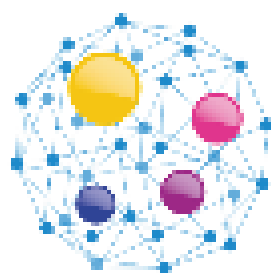
7. Care au fost experiențele și feedback-ul clienților Kaufland în privința SGR, și cum a influențat acest sistem comportamentul de cumpărare în magazinele Kaufland până la acest moment?

Este prematur să ne pronunțăm, momentan. Ne aflăm încă în perioada de tranziție, încă nu sunt suficiente ambalaje eligibile SGR, cu sigla „Ambalaj cu garanție” pe piață.

» Dar rezultatele înregistrate în cadrul inițiativei „Săptămâna Reciclării”, derulată la finalul lunii septembrie, sunt promițătoare. Kaufland a setat un record de reciclare: 11.200.000 de recipiente colectate la nivel național, demonstrând capacitatea infrastructurii de a gestiona un volum mare de ambalaje.

Anticipăm că noua legislație va sensibiliza și va crește conștientizarea românilor cu privire la importanța reciclării și la impactul pe care deșeurile îl au asupra mediului. Acest lucru ar putea duce la o schimbare în obiceiurile de cumpărare și o creștere a interesului pentru produse cu ambalaje reciclabile sau mai puține ambalaje, în general.

De asemenea, odată cu familiarizarea cu SGR, s-ar putea ca românii să devină mai responsabili și să adopte un comportament mai ecologic, optând pentru a returna ambalajele în loc să le arunce. Cu timpul, sperăm ca reciclarea să devină o rutină integrată în viața cotidiană a fiecărui cetățean.



MagnaPharm
One Team. One Solution.

#ÎmpreunăProtejămPlaneta

#WeHaveThePowerToChangeThings

EAU THERMALE
Avène
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

LABO
LABO COSPROPHAR

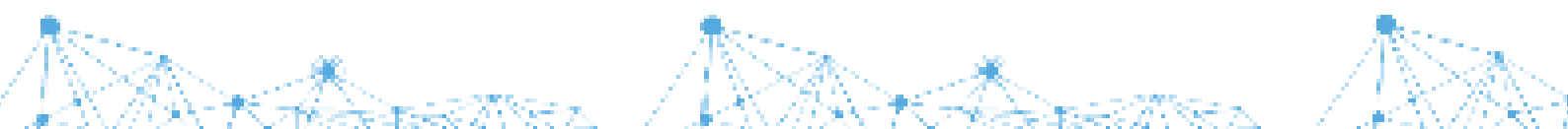
FORCAPIL®

MANIFEST PENTRU UN PĂR PUTERNIC



Bio-Oil

ACM
LABORATOIRE
DERMATOLOGIQUE



green-report.ro

**DE 17 ANI, SURSA ZILNICĂ DE INFORMAȚII
PENTRU CITITORI RESPONSABILI!**

Publicația online este lider de piață în furnizarea de informații
privind protecția mediului și sustenabilitatea în business.

021 3106 397 | office@green-report.ro
www.green-report.ro



ÎMPREUNĂ
DĂM VOCE
MEDIULUI