



MAIO 2022

.BRIEFING

SUSTENTABILIDADE • EFICIÊNCIA • INOVAÇÃO • MOBILIDADE • PESSOAS



QUE

ENERGIA

PARA A EUROPA?

ASSISTA À TALK



CARLOS MOEDAS
“QUERO VER LISBOA A LIDERAR OS GRANDES TEMAS EUROPEUS”

Uma grande ambição para o

OCEANO

ANTÓNIO COSTA SILVA

SAINT-GOBAIN, LÍDER MUNDIAL
EM CONSTRUÇÃO SUSTENTÁVEL



A Lisboa de Carlos Moedas

Uma cidade participada e sustentável, inovadora e inspiradora. Uma cidade que marque pela positiva. E para as pessoas. É assim Lisboa nas palavras do presidente da câmara municipal, para ler em entrevista.

Índice

12 Marcas
pelo futuro

A Fidelidade, a LG, a Saint-Gobain e a Vodafone são quatro marcas que pensam a sustentabilidade. No ambiente e nas pessoas.

18 Transições
e comunicação

A LPM Intelligence assina uma análise sobre a “era das transições” e sobre o papel da comunicação na mobilização de pessoas, instituições e governos para os desafios da mudança.



23

Que energia?

É a pergunta do momento, atendendo aos alertas do conflito no leste europeu sobre a dependência energética de países como Portugal. A resposta passa pelas energias renováveis, como dão conta os intervenientes no debate gerado nestas páginas.

32

Ambição para os oceanos

É o que se espera da Conferência das Nações Unidas que Portugal recebe em junho. E que o ministro de Economia e do Mar, o conselheiro especial dos presidentes da cimeira e a coordenadora do Programa Oceanos e Pescas da ANP|WWF antecipam nesta edição.

2050 BRIEFING

2050.BRIEFING.PT

2050.BRIEFING é uma edição especial e parte integrante da revista Briefing.
DIRETORA-GERAL Sandra Silva | T. 967 088 124 | sandrasilva@newsengage.pt
DIRETORA Fátima de Sousa | fs@briefing.pt **DIREÇÃO DE ARTE/DESIGN** Ana Carvalheiro **PRODUÇÃO** Sara Sousa **PUBLISHER/PROPRIETÁRIO** Newsengage - Media, Conteúdos e Comunidades, S.A. **SEDE DO PROPRIETÁRIO, DA REDAÇÃO E DO EDITOR** Edifício Lisboa Oriente, Av. Infante D. Henrique, 333 H | 37, 1800-282 Lisboa T. 218 504 060 NIPC 50687171 **ADMINISTRADOR ÚNICO** João Paixão **DETENTOR DO CAPITAL SOCIAL** Mood Marketing - SGPS, S.A. (100%) **IMPRESSÃO** RPO - Produção Gráfica **DEPÓSITO LEGAL** 500502/22



www.saint-gobain.pt

#MakingTheWorldABetterHome



Queremos uma cidade para as pessoas

Carlos
Moedas

Carlos Moedas tem uma visão clara para a cidade cujos destinos conduz desde setembro de 2021. Porque acredita que a marca Lisboa é “fortíssima”, quer elevá-la à liderança dos grandes temas europeus, fazendo dela uma cidade participada e sustentável, inovadora e inspiradora

PRESIDENTE DA CÂMARA
MUNICIPAL DE LISBOA



**Transportes públicos • Centrais fotovoltaicas • Lâmpadas LED
Energia solar • Economia do mar • Pessoas**

Candidatou-se pela coligação “Novos Tempos” e teve como mensagem aglutinadora da sua campanha a promessa de uma “melhor Lisboa”. Se pudesse resumir a sua visão para a cidade numa única palavra, qual seria e porquê?

Queremos voltar a fazer de Lisboa a cidade das oportunidades, feita com as pessoas e para as pessoas. Uma cidade participada, sustentável, inovadora e com a cultura no centro da sua atividade.

Aprofundando essa ideia, qual é a sua visão de novos tempos para uma melhor Lisboa?

A marca Lisboa é fortíssima. É uma cidade com um potencial fantástico, mas não podemos perder tempo. Sabemos que é no espaço urbano que mais rapidamente se materializam os avanços e as melhorias da qualidade de vida dos nossos tempos, mas a competição é muito intensa à escala internacional. Queremos uma cidade aberta que ponha as pessoas primeiro, que permita a aplicação pragmática da ciência e da tecnologia ao serviço dos munícipes e que desenhe as soluções para o seu futuro alicerçadas nos nossos valores e modo de vida. Queremos uma Lisboa que marque as pessoas pela positiva.

Uma das suas ambições é tornar Lisboa mais sustentável. O que é prioritário neste domínio?

Os temas relativos às alterações climáticas são decisivos. Lisboa acaba de ser escolhida como uma das 100 cidades da Europa para a missão de ser neutral em carbono até 2030. Desde logo, isso é uma grande responsabilidade. É um dos nossos maiores objetivos, quase 40% do nosso orçamento está dedicado à neutralidade climática e às ações relativas ao clima e isso vai exigir um trabalho muito grande para conseguir concretizar medidas muito concretas.

Estão já definidas várias ações de curto e médio prazo, como aquela que resultou da aprovação de transportes públicos gratuitos para os residentes mais velhos e mais novos. Terá entrada em funcionamento durante o verão. Lisboa vai, assim, captar mais utilizadores para o transporte público e reduzir as emissões de gases com efeito de estufa nas deslocações quotidianas. Vamos triplicar o potencial de geração de eletricidade renovável através de centrais fotovoltaicas, fomentando a produção descentralizada em vários pontos da cidade. Estamos a promover a mudança gradual da iluminação

pública para lâmpadas LED em toda a cidade, com um aumento previsto de 22% já em 2022.

Com o programa Lisboa Solar iremos aproveitar as coberturas e telhados da cidade de Lisboa para produção descentralizada de energia solar em unidades de autoconsumo em comunidades habitacionais privadas, nos edifícios municipais e de serviços, incluindo escolas. Ao mesmo tempo, concretizamos um forte programa de reabilitação de fogos municipais e de construção de novos fogos com muito maior eficiência energética, reforçando o isolamento de paredes e coberturas e instalando janelas eficientes, bem como a produção de águas quentes sanitárias através de energia solar térmica, atenuando assim as situações de pobreza energética em muitas famílias de Lisboa. E iniciámos já no Parque do Tejo Norte um vasto programa a estender pela cidade de utilização de águas residuais tratadas não potáveis para rega de ruas e de jardins.

A mobilidade é indissociável da sustentabilidade. Como se propõe tirar Lisboa do top das cidades europeus com mais emissões de gases com efeito de estufa por habitante e, ao mesmo tempo, garantir a acessibilidade de circulação e estacionamento? Já referiu medidas de gratuitidade dos transportes públicos...

O primeiro passo serão, efetivamente, os transportes públicos gratuitos para

residentes maiores de 65 anos e para estudantes até aos 23 anos, exceto os de Arquitetura e Medicina, para os quais se estenderá até aos 24 anos. É um primeiro sinal muito claro do caminho que queremos seguir.

Apostamos na mobilidade suave (bicicletas, trotinetes), redesenhando a rede ciclável com enfoque na segurança, conforto e funcionalidade para ciclistas e peões e resolvendo alguns problemas como a da ciclovia da Avenida Almirante Reis.

Queremos avançar para uma maior segmentação e introdução do transporte a pedido e promover a mobilidade elétrica e a mobilidade partilhada, assegurando também melhores condições de estacionamento para os residentes.

A sua visão inclui também a aposta na inovação e no empreendedorismo. O que trará à cidade a projetada “fábrica de unicórnios”?

Lisboa tem todas as condições para ser uma capital da inovação. Já o é em certa medida, mas queremos

“
Lisboa acaba de ser escolhida como uma das 100 cidades da Europa para a missão de ser neutral em carbono até 2030. Desde logo, isso é uma grande responsabilidade



“
Sabemos que é no espaço urbano que mais rapidamente se materializam os avanços e as melhorias da qualidade de vida dos nossos tempos, mas a competição é muito intensa à escala internacional

Uma visão para 2050

Como olha Carlos Moedas para 2050, isto é, para lá do horizonte temporal enquanto autarca? “Olho para Lisboa com o potencial de vir a ser a grande referência das capitais europeias. Quero ver Lisboa a liderar os grandes temas europeus na área ambiental, cultural e de inovação. Lisboa pode mesmo ser uma capital europeia onde todos se venham a inspirar”, responde.

A visão do presidente da autarquia não se fica por aqui: “Vejo uma Lisboa aberta e para todos, participada e sustentável, que conseguiu responder aos principais desafios das alterações climáticas. Vejo uma capital em que a cultura tem um papel central na sua afirmação interna e externa e que continua a atrair jovens e todos os que querem lançar novos projetos e empresas à escala global e local.”

Vê ainda “uma cidade com uma mobilidade muito mais facilitada e que conseguiu criar um Hub do Mar como um dos seus eixos de progresso internacional”. Bem como “uma Lisboa cada vez mais orgulhosa da sua história e do futuro que está a construir”.

que seja uma verdadeira fábrica de empresas, de startups globais e empresas locais, de fins lucrativos, sociais e ecológicos, apoiando de forma ágil o talento, a criatividade e o empreendedorismo dos lisboetas. Aqui se insere a reorientação do Hub Criativo do Beato, tornando-o agregador de iniciativas privadas e públicas orientado para o apoio à criação e crescimento sustentado de empresas com elevado potencial. Estou também apostado em tornar Lisboa num Polo Mundial de inovação na Economia do Mar, fazendo da cidade um

Work in progress



Transportes públicos gratuitos para residentes maiores de 65 anos e para estudantes até aos 23 anos (até aos 24, para os de Arquitetura e Medicina);



Criar o **hub atlântico** de Lisboa, polo de inovação centrado na economia do mar;



Mudar a iluminação pública para **lâmpadas LED** em toda a cidade, com um aumento previsto de 22% já em 2022;



Redesenhar a **rede ciclável** e aumentar o transporte a pedido;



Promover a **mobilidade elétrica** e a mobilidade partilhada;



Aproveitar as coberturas e telhados para a produção de **energia solar**.

“
**Quase
40%**

do nosso orçamento está dedicado à neutralidade climática e às ações relativas ao clima e isso vai exigir um trabalho muito grande para conseguir concretizar medidas muito concretas



espaço de liderança na exploração sustentável do oceano. Para isso, será desenvolvida na área da Doca de Pedrouços uma verdadeira “cidade do mar”, criando condições para aí reunir empresas (startups ou empresas mais desenvolvidas) nas várias áreas da economia do mar. O objetivo é atrair para este “hub atlântico de Lisboa” empresas internacionais já estabelecidas que manufaturam e tenham capacidade de investigação e

desenvolvimento em bioeconomia azul. E deslocalizando para esta nova zona laboratórios de investigação de várias unidades de Lisboa que não têm acesso direto ao mar.

As pessoas são incontornáveis em todas as estratégias. Como se propõe fazer de Lisboa uma cidade mais atrativa para viver e trabalhar?

Colocando a câmara municipal ao serviço dos cidadãos e dando a voz aos munícipes. Construindo as

políticas para os lisboetas e com os lisboetas. Acabamos de criar o Conselho de Cidadãos, cuja primeira sessão foi dedicada precisamente às ações climáticas e que pretende dar voz direta aos lisboetas.

Mas, queremos ir mais além. Queremos promover um estado social local mais forte que não se limite aos transportes públicos gratuitos para vários segmentos, mas, por exemplo, crie um seguro de saúde gratuito para os mais carenciados

acima dos 65 anos. Demos também um sinal claro de que em Lisboa queremos reduzir os impostos. Subimos já para 3% a devolução do IRS aos residentes para, como prometido, chegarmos até ao final do mandato com 5% devolvidos. Vamos igualmente reduzir o IMT para os jovens. E apostamos no combate à burocracia e no fomento da transparência. O digital permite-nos, por exemplo, dar a conhecer, em cada momento, onde está o seu processo, quem é o funcionário da câmara que o tem em mãos, a sua sequência. Isso é muito importante para acelerar os processos e para garantir a transparência. Dispondo apenas de maioria relativa na câmara municipal, temos feito um trabalho muito sério de consenso com as restantes forças políticas no sentido de conseguir fazer aprovar as propostas que foram validadas eleitoralmente pelos lisboetas. Essa é uma postura que não iremos mudar: trabalhar para obter consensos que visem concretizar o que os cidadãos sufragaram.

O primeiro passo do “hub do mar”



Transportes gratuitos



Vem aí a Carris Metropolitana



A Gira cresce



O que é o Conselho de Cidadãos?



Uma civilização vulnerável e resiliente

A convicção de que a civilização contemporânea global é muito vulnerável a choques inesperados devido à sua grande complexidade, mas é, simultaneamente, resiliente guia esta visão do autor que tem como horizonte 2050



FILIPE DUARTE SANTOS
Presidente do CNADS - Conselho Nacional do Ambiente e do Desenvolvimento Sustentável

A sustentabilidade é um conceito relativo à capacidade da civilização humana global de prosperar no longo prazo, enquanto o desenvolvimento sustentável é um programa de ação para a sustentabilidade, centrado no desenvolvimento a curto e médio prazo. Que visão podemos ter para 2050, tendo presente a pandemia da Covid-19 e a guerra dramática iniciada com a invasão da Ucrânia pela Rússia em fevereiro de 2022? A primeira conclusão é que a civilização contemporânea é muito vulnerável a choques inesperados devido à sua grande complexidade, mas é, simultaneamente, resiliente. Foi resiliente à pandemia porque a ciência, em tempo record, permitiu produzir um conjunto de vacinas de qualidade que protegeram centenas de milhões de pessoas. Porém, temos um problema que se agrava: as desigualdades socioeconómicas, de vencimentos e de riqueza são crescentes à escala global no seio dos países e entre países. Em paridade de poder de compra, os 10% dos adultos mais ricos da população mundial têm um rendimento anual médio de 87.200 euros, o que, no conjunto, representa 52% do rendimento global, e os 50% dos adultos mais pobres têm um rendimento anual médio de 2.800 euros, ou seja, 8,5% do total (Chancel et al., 2022). Os 10% com maior riqueza possuem 76% da riqueza global, enquanto os 50% com menor riqueza apenas 2%. Os mais duramente afetados pela crise de saúde, social e económica gerada pela pandemia foram os países mais pobres e frágeis, e muitos deles ainda não recuperaram. A guerra na Ucrânia veio revelar que o mundo vive nos limites da oferta de recursos naturais essenciais e que uma perturbação significativa e súbita cria problemas graves à escala global. As sanções impostas à Rússia vieram aumentar o preço do petróleo e do gás natural e forçar os países ocidentais a procurar outras fontes fósseis relegando o problema das alterações climáticas para segundo plano. O Presidente dos EUA, Joe Biden, deu o seu mais forte apoio ao petróleo e ao gás natural em 31 de março de 2022, ao

ordenar a libertação de um milhão de barris de petróleo por dia das reservas estratégicas dos EUA até um total de 180 milhões de barris e aumentando as exportações de gás natural proveniente do fracking – fraturamento hidráulico para a Europa. Os impactos da guerra estão a propagar-se muito para além da energia. A Rússia e a Ucrânia produzem em conjunto quase um terço do trigo comercializado no mundo, com cerca de 26 países a dependerem fortemente destas exportações para a sua segurança alimentar. Os preços dos cereais e dos fertilizantes estão a subir, o que poderá conduzir o mundo à maior crise alimentar desde a Segunda Guerra Mundial. Se não houver um maior empenhamento em atingir a sustentabilidade nas próximas décadas, chegaremos a 2050 numa situação em que a qualidade de vida, o bem-estar, a saúde e a prosperidade económica média global irão baixar, tal como já se verifica em algumas regiões do Médio Oriente, da África Subsaariana e da América Central. O aumento dos custos da energia, a escassez e a poluição da água, a sobre-exploração dos recursos naturais, a perda de biodiversidade, a insegurança alimentar e a pobreza conjugadas com os impactos adversos e crescentes das alterações climáticas irão provocar sublevações, migrações internas e externas, e conflitos intra-estaduais e interestaduais. Desde o início do século XXI observa-se uma erosão da democracia ou uma autocratização dos regimes políticos. A população que vive em regimes de democracia liberal ou eleitoral decresceu de 52,6% em 2000 para 29,3% em 2021 (V-dem, 2022). Estima-se que, atualmente, 70,7% da população mundial vive em diferentes formas de autocracia. Não é ainda possível identificar completamente as razões desta tendência, mas é possível que resultem das ansiedades sociais e económicas decorrentes das desigualdades crescentes e das crises sociais, económicas, financeiras, raciais e migratórias próprias da insustentabilidade.

Live

Entrada Livre

Jardins da Torre de Belém

FNACLIVE

05 JUN Live

Palco Principal

A GAROTA NÃO

16h30

ARTISTA CONVIDADO

17h40

SAMUEL ÚRIA 18h50

RUI VELOSO 20h00

BLAYA 21h10

CLASSE CRUA 22h20

Palco NTF

ENTREGA PRÉMIOS NTF
15h00 com atuação de **SREYA**

GANSO 17h20

FROM ATOMIC 18h30

MELQUIADES 19h40

BASILDA 20h50

CHINASKEE 22h00



Guardiã da sustentabilidade global

Cabe às seguradoras, enquanto pilares e guardiãs de uma sustentabilidade global, assumir um papel de drivers de mudança, com vista à proteção futura de todos e do planeta. É esta a visão da Fidelidade, nas palavras do diretor de Marketing e Clientes, Sérgio Carvalho



SÉRGIO CARVALHO
Diretor de Marketing
e Clientes da Fidelidade

“Embora não seja à partida entidade responsável pela emissão direta de uma pegada de carbono demasiado elevada, a atividade seguradora tem a possibilidade de contribuir para a adoção de boas práticas de desmaterialização e poupança de recursos ambientais, e, sobretudo, o dever de sensibilizar e promover atitudes responsáveis, ajudando a construir um caminho de maior sustentabilidade”, afirma o diretor de Marketing e Clientes da Fidelidade, Sérgio Carvalho. Na sua perspetiva, o ambiente tem, pois, de ser a prioridade máxima de todos e cada um, não sendo de ignorar, no entanto, outros desafios. A propósito, comenta: “Portugal é um dos países com maior esperança de vida do mundo, o que,

a par de uma taxa de natalidade decrescente implicará a necessidade de dar resposta a muitos e novos desafios. À medida que a idade avança, as doenças tenderão a aumentar e serão cada vez mais personalizadas, criando inportáveis exigências económicas para os sistemas de saúde e para a atividade seguradora”. É, assim, essencial atuar no imediato para uma maior promoção da prevenção e adoção de hábitos de vida saudáveis e, paralelamente, começar a privilegiar o risco e não o consumo imediato, no que respeita aos seguros de saúde, de modo a que no futuro seja possível continuar a proteger. Neste âmbito, considera ainda necessária a criação de soluções paralelas de assistência e cuidados para acompanhar uma população que viverá mais anos, mas sujeita a maior vulnerabilidade e dependência, e a promoção de literacia financeira que permita à população a prática consciente de hábitos de poupança e investimento que possibilitem uma acumulação e desacumulação sustentada ao longo da vida.

Sempre presente

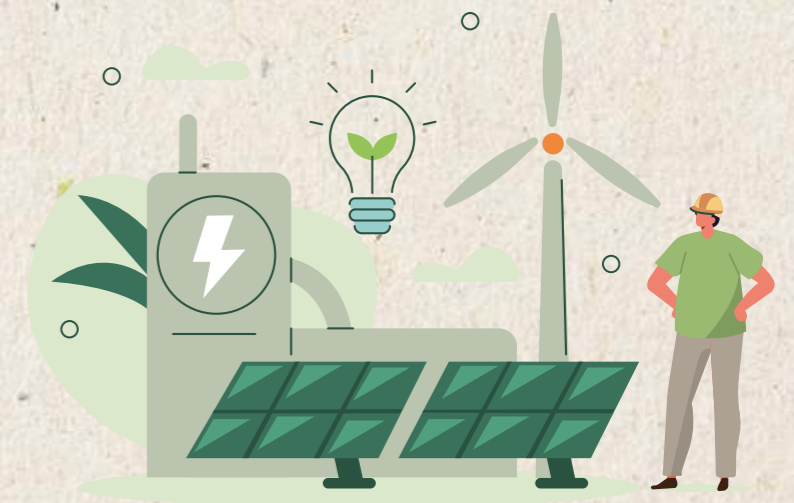
A seguradora lançou, em 2018, a campanha de comunicação “Quando um limite nos para, a Fidelidade continua”, tendo presentes as consequências das catástrofes que o país atravessou em 2017. “É nestas alturas, quando os clientes mais precisam de nós, que temos o dever de fazer a diferença e continuar para que a vida dos nossos clientes, apesar das adversidades, siga da melhor forma possível”, salienta Sérgio Carvalho. O que é válido tanto para o menor dos incidentes – como um pedido de assistência auto – como para o apoio necessário em caso de incêndio, tempestade ou perante uma pandemia que a todos apanhou de surpresa e que obrigou a Fidelidade a reagir de imediato, mesmo com as portas fechadas, para continuar a apoiar os seus 2,3 milhões de clientes.



A consciencialização coletiva para a necessidade de começar a preparar ontem o futuro é essencial e a Fidelidade está ciente desta realidade: “Na saúde, sabemos que a aposta na prevenção e nos cuidados de saúde primários é essencial para garantir no futuro uma vida com qualidade, permitindo a deteção e o tratamento precoce de doenças, nomeadamente graves. Para tal, temos de tornar a medicina acessível a todos, razão pela qual a Multicare disponibiliza a cobertura de Medicina Online, e o investimento tem sido contínuo para melhorar a proposta de valor desta cobertura que permite chegar a todos os clientes, em qualquer ponto do país, sendo um valor acrescentado em termos de cuidados médicos primários”. Acresce que tão ou mais importante é a cobertura de Medicina Preventiva, que disponibiliza check-ups, sem custos adicionais, aos clientes Multicare, reforçando a importância da prevenção e da deteção precoce e tratamento de doenças para uma maior longevidade com qualidade. A necessidade de adoção de uma vida saudável é obviamente essencial quando se pensa na maior longevidade. Ajudar a percecionar esta realidade e sobretudo levar a que as pessoas, de forma fácil, adotem rotinas que privilegiem mais exercício físico e uma alimentação equilibrada são fatores determinantes, especifica. “O Multicare Vitality, programa de saúde e bem-estar que recompensa os utilizadores pela prática de exercício físico e adoção de hábitos de vida saudáveis, representa a possibilidade acrescida de contribuirmos para uma maior qualidade de vida



Teremos de criar soluções que nos permitam acompanhar uma população que viverá mais anos, mas sujeita a maior vulnerabilidade e dependência



futura e até com menor incidência de doenças do foro mental”, adianta. Sérgio Carvalho recorda, neste contexto, que Portugal é o 5.º país da União Europeia com maior prevalência de doença mental (20%) e, por isso, a Multicare lançou, em novembro, a primeira cobertura abrangente de saúde mental no país. Mas, se a prevenção e a adoção de hábitos de vida saudáveis são essenciais para maior longevidade, a resposta às necessidades acrescidas no que respeita a doenças graves que tendem a acentuar-se com a idade e a requerer meios de diagnóstico cada vez mais avançados e tratamentos mais complexos e personalizados exige uma alteração de mentalidade e a aposta numa proteção mais robusta em termos de capitais, suscitando um novo paradigma de proteção com a alteração concertada de todos os players do setor. Contudo, Sérgio Carvalho frisa que a longevidade não se relaciona apenas com saúde. “Teremos também de criar soluções paralelas de assistência e cuidados que nos permitam acompanhar uma população que viverá mais anos, mas sujeita a maior vulnerabilidade e dependência, e promover o desenvolvimento de produtos que possibilitem aos nossos clientes uma acumulação e desacumulação sustentada ao longo da vida. E aqui temos um longo caminho a percorrer em termos, sobretudo, de literacia financeira. É essencial fomentar na população hábitos de poupança e ensinar a gerir o dinheiro de forma eficaz, o que implica criar soluções simples e eficazes, como a nossa App MySavings, que permitam a todos uma gestão autónoma das suas aplicações de forma fácil, mas garantindo solidez e credibilidade”, conclui.

Um compromisso global

A Vodafone Portugal está alinhada com o objetivo global do grupo de contribuir para o combate às alterações climáticas, como dá conta a Sustainability, Health & Safety, Culture and Inclusion, Foundation Manager na Vodafone Portugal, Ana Mesquita Veríssimo



ANA MESQUITA VERÍSSIMO
Sustainability, Health & Safety, Culture and Inclusion, Foundation Manager na Vodafone Portugal

Adianta, entretanto, que, em outubro de 2021, a Vodafone Group Foundation lançou um desafio com vista a encontrar um parceiro de investigação na área climática para integrar na aplicação DreamLab. “O perfil definido corresponde ao de um cientista que esteja a desenvolver um projeto de investigação na área das alterações climáticas, que envolva análise de dados complexa, obrigando a recorrer a um elevado poder de processamento”, especifica. Recorde-se que esta aplicação junta Inteligência Artificial e utiliza o poder de processamento coletivo dos smartphones para processar, analisar dados complexos e acelerar a investigação, enquanto os utilizadores dormem ou carregam os seus dispositivos. “O objetivo desta iniciativa é disponibilizar à comunidade científica o poder de processamento da DreamLab numa área, alterações climáticas, que a ONU classificou como a principal ameaça global que enfrentamos”, conclui.

Transformação

O relatório “Connected Consumer 2030”, apresentado em janeiro pela Vodafone Smart Tech, explora de que modo a conectividade e a tecnologia inteligente vão transformar a forma de viver na próxima década.

Pegada ecológica em tempo real: através da conectividade, os consumidores poderão monitorizar em tempo real o impacto ambiental das suas ações e otimizar os seus comportamentos para contribuir para um futuro mais sustentável;

Economia circular inteligente: a conectividade suportará a mudança de um consumo linear para um consumo mais circular, em que os recursos circularão num ciclo fechado de reciclagem, reutilização e partilha;

Biosfera digital: a inovação consistirá em conectar a própria Natureza. A tecnologia inteligente potenciará os esforços de regeneração dos ecossistemas, disponibilizando informação em tempo real sobre as condições do ambiente.

A rede europeia da Vodafone é alimentada com eletricidade adquirida com origem em fontes 100% renováveis, afirma a Sustainability, Health & Safety, Culture and Inclusion, Foundation Manager na Vodafone Portugal, Ana Mesquita Veríssimo. Transpondo esta realidade para o País, significa que as emissões diretas e indiretas que a empresa controla passaram de cerca de 47 mil toneladas de CO₂ para 3 mil no último ano. Sublinhando o papel ativo que a Vodafone tem tido neste contexto, Ana Mesquita Veríssimo relembra que o grupo assumiu o compromisso de eliminar todas as emissões diretas de carbono decorrentes das suas atividades e da energia que adquire e utiliza (Scope 1 e 2) até 2030, e de eliminar por completo as emissões indiretas de outras fontes emissoras (Scope 3), até 2040. “Há cada vez mais estudos a alertarem para o facto de as alterações climáticas colocarem em perigo a saúde humana, mas também a saúde económica”, declara, acrescentando que há também cada vez mais empresas a assumirem publicamente os seus compromissos de preservação do planeta. “Deixou de ser ‘moda’, passou a ser uma ‘emergência’. É, talvez, um dos maiores desafios que todos temos em mãos, e que conseguiremos ultrapassar se atuarmos global e coletivamente dando vida a iniciativas concretas”, destaca.

Inovar para um planeta melhor


“Inovação para um Planeta Melhor” é o lema que orienta a LG a nível global. E Portugal não é exceção, com o Marketing Director, Hugo Jorge, a assegurar: “A sustentabilidade está presente em tudo o que fazemos e é um dos eixos orientadores no desenvolvimento dos nossos produtos”

A sustentabilidade é uma prioridade para a LG, tanto a nível internacional como local, há mais de 25 anos, garante o Marketing Director em Portugal, Hugo Jorge, que salienta, a título de exemplo, a implementação de sistemas de gestão ambiental ao longo do ciclo de vida dos produtos, desde o desenvolvimento até ao fim da sua utilização, de forma a reduzir a pegada ambiental da empresa e, assim, criar um sistema de gestão e um portefólio que assegurem um ambiente melhor.


“Atualmente, contamos com uma filosofia renovada adaptada aos desafios do presente e do futuro. Falo, concretamente, da Gestão ESG, que passou, por exemplo, pela criação de uma equipa dedicada e estabelecimento de objetivos efetivos de médio e longo prazo”, refere. Neste âmbito, frisa que, no compromisso da LG para com a sustentabilidade expresso no desígnio “pensar global, agir local”, se destaca a inovação, característica presente em todos os processos desenvolvidos pela empresa, passando a dar dois exemplos práticos. Sobre o primeiro, diz que uma das maiores inovações da marca surge no momento da produção dos equipamentos eletrónicos, com uma forte política de eco design a nível mundial, o qual pressupõe um


processo de montagem executado de modo a que o desmantelamento permita a reciclagem de grande parte dos componentes, bem como às embalagens. Paralelamente, em Portugal, a LG tem vindo a desafiar a sociedade a repensar a sua atitude perante o lixo eletrónico. “Este é um tema fundamental, já que o consumo desenfreado de tecnologia é totalmente proporcional ao lixo eletrónico produzido e apenas 15 a 20% deste é reciclado a nível mundial”, sublinha. Recorde-se que, após a iniciativa Zero Carbon 2030, a empresa anunciou a transição completa para energia renovável até 2050, sendo que as instalações fabris da LG fora da Coreia do Sul deverão converter 50% das suas necessidades energéticas em energia renovável nos próximos três anos, assim como proceder à redução efetiva das emissões de gases com efeito de estufa na fase de utilização da maior parte dos seus produtos até 2030. “Alcançar estes objetivos a nível global tem exigido uma estratégia diversificada, incluindo a instalação de eficientes módulos solares, estabelecer contratos de compra de energia que permitem às empresas adquirir eletricidade diretamente aos fornecedores, utilizar Renewable Energy Credit e participar no programa Green Premium na Coreia do Sul para comprar energia limpa”, esclarece. No mercado nacional, a empresa estabeleceu uma parceria, já de vários anos, com a ERP Portugal, que se estende a diversos projetos de alerta para a problemática do lixo eletrónico, como a Geração Depositário e o Reciclar É Um Festival, e que deu origem às duas edições do e-Waste Summit, o primeiro encontro de análise do panorama português de gestão dos Resíduos de Equipamentos Elétricos e Eletrónicos, do e-Waste Open Innovation junto das start-ups e dos podcasts e-Waste Talks, entre muitos outros projetos de sensibilização.




Apenas **15 a 20%** do lixo eletrónico é reciclado a nível mundial


Compromisso até 2050: transição completa para energia renovável


Objetivo fora da Coreia do Sul: converter **50%** das necessidades energéticas em energia renovável no prazo de três anos


Missão: sensibilizar. Com a Geração Depositário, o Reciclar É Um Festival, o e-Waste Summit, o e-Waste Open Innovation e as e-Waste Talks

HUGO JORGE
Marketing Director da LG Portugal

A construir um mundo melhor

A política de sustentabilidade seguida pelo Grupo Saint-Gobain tem-lhe permitido responder às metas atuais através da melhoria da sua performance e produtos. A convicção é do CEO em Portugal, José Martos

“Apesar de todos os desafios, em 2021 conseguimos alcançar um ótimo resultado, e é evidente que a nossa política de sustentabilidade contribuiu para esses números”. São palavras do CEO da Saint-Gobain em Portugal, José Martos, sobre o caminho sustentável da empresa, a propósito do que sustenta: “A prova disso é que 72% dos nossos materiais são considerados sustentáveis; ou que melhoram a eficiência energética dos edifícios, o que, de alguma forma, contribui para reduzir as emissões carbónicas.”

Questionado sobre se a preocupação da empresa no que concerne à sustentabilidade é um fator diferenciador nos mercados em que atua, José Martos afirma que o é indubitavelmente: “A Saint-Gobain está a trabalhar num plano de sustentabilidade para reduzir as emissões carbónicas e estão a ser implementadas medidas em todas as nossas sociedades, quer ao nível das políticas de RH e impacto dos edifícios, e no que diz respeito aos nossos produtos e processos industriais.” Considerando que atua predominantemente em mercados como o da construção, e sabendo que 40% das emissões de CO₂ na Europa estão relacionadas com a habitação, seja durante a construção, seja durante a utilização dos edifícios, não há dúvida de qual será o caminho da Saint-Gobain na sustentabilidade, frisa. Nesse sentido, trabalha num plano de sustentabilidade para reduzir 33% das emissões carbónicas nas atividades até 2030, não perdendo o foco no desenvolvi-



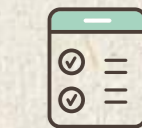
JOSÉ MARTOS
CEO do Grupo Saint-Gobain em Portugal

mento de soluções que promovam o aumento da eficiência energética dos edifícios. José Martos destaca que a empresa reconhece Portugal como um país com uma incrível qualidade no seu capital humano, com elevado know-how e competências especializadas muito bem desenvolvidas. “A multiculturalidade das nossas equipas, promovida pela mobilidade interna que se fomenta no grupo e pelo trabalho transversal entre equipas de várias sociedades a nível mundial, proporciona um conhecimento e experiência bastante ricos nas nossas pessoas, o que, como é expectável, se reflete nos nossos resultados e conquistas globais”, conclui.

Construção sustentável

A Saint-Gobain pretende ser líder mundial em construção sustentável e para atingir este desígnio está a desenvolver uma estratégia que não só potencia o crescimento da empresa como impacta todo o setor, afirma José Martos. “Alinhados com o nosso propósito Making The World A Better Home, acreditamos que a construção sustentável é essencial para alcançar uma economia de neutralidade carbónica, meta que temos até 2050, e que, através do nosso Plano Estratégico Grow & Impact, acreditamos conseguir atingir”, refere.

Em Portugal



Portefólio: Glassdrive® e Norton®, para os profissionais da Indústria, CLIMALIT®, ISOVER, LECA®, PAM, Placo® ou Weber, para os profissionais da construção



Mais de **600** colaboradores



13 empresas



8 fábricas

Dezenas de centros de reparação de vidro automóvel



Um centro de I-D

A era das transições

As voltas de 180 graus são sempre exigentes. Envolvem o reconhecimento da existência de uma situação que precisa de mudança, visão, liderança, projeção de cenários alternativos, agilidade para alterar a trajetória, coragem de tomar decisões e capacidade de mobilização. Que o digamos, nós, profissionais de comunicação ao lado das organizações na gestão diária de projetos e da mudança. Imagine-se agora quando a transição necessária é à escala planetária.

O planeta está em rutura. Quatro das nove fronteiras essenciais à vida humana na Terra estão para lá da linha vermelha há muito tempo, com as alterações climáticas cada vez mais no topo das preocupações. Os últimos sete anos foram os mais quentes alguma vez registados. As concentrações de gases com efeito de estufa, o aumento do nível do mar, a temperatura e a acidificação dos oceanos voltaram a atingir novos recordes em 2021, de acordo com o mais recente relatório do estado do clima da Organização Meteorológica Mundial (OMM), divulgado pelas Nações Unidas em abril deste ano.

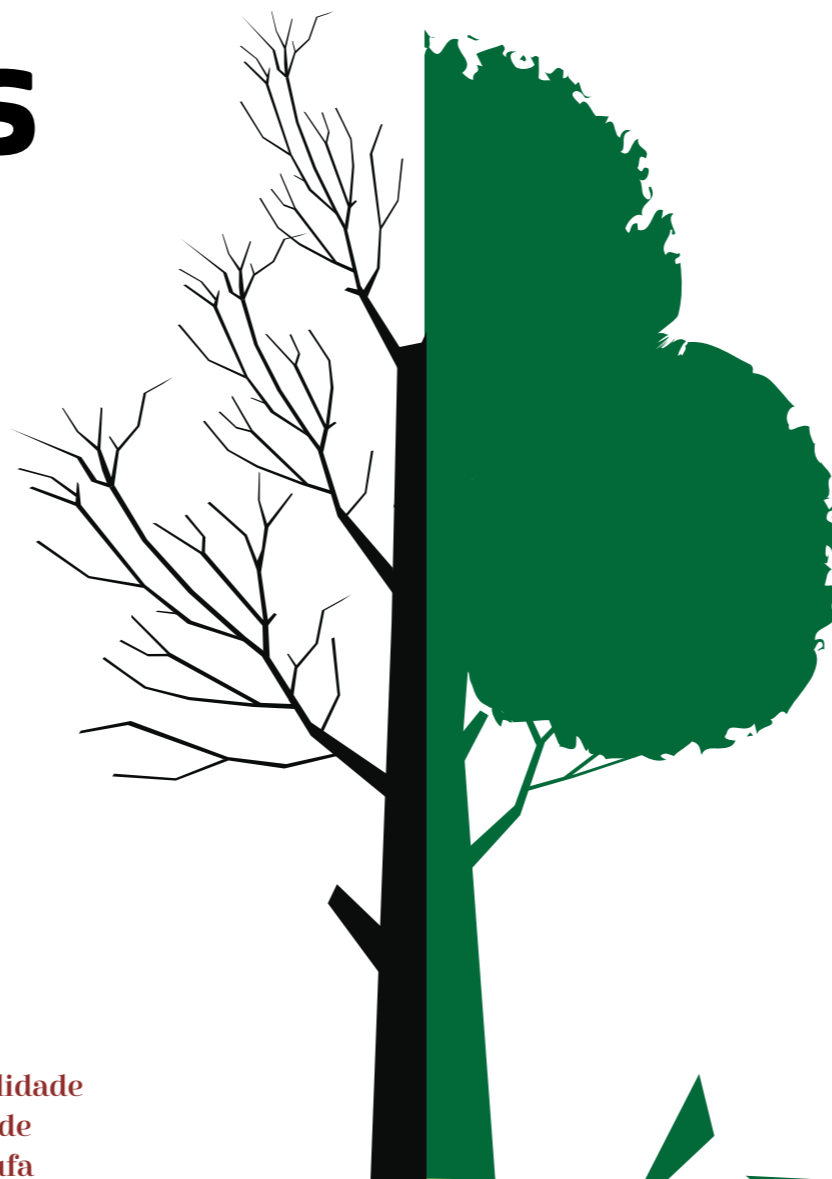
A transição para um modelo de desenvolvimento sustentável, assente em princípios ambientais, sociais e de governança justa e transparen-

te (ESG), é urgente para restabelecer o equilíbrio do nosso ecossistema, que, com quase oito milhões de pessoas a precisar dele como fonte de energia, vida e alimentos, e uns quantos séculos de uma lógica de recursos naturais inesgotáveis, se encontra em perigo.

A segunda edição do relatório Global Land Outlook (GLO), da Convenção de Combate à Desertificação das Nações Unidas (UNCCD), relembra que a ação do ser humano conseguiu já alterar mais de 70% da área terrestre da Terra do seu estado natural. Resultado? Uma degradação ambiental que contribui significativamente para o aquecimento global e que coloca em causa 44 biliões de dólares, superior a metade do PIB anual global, direta ou moderadamente dependentes deste capital natural.



A trajetória definida pelo governo português no Roteiro para a Neutralidade Carbónica 2050 passa pela redução de emissões de gases com efeito de estufa entre 85% e 90% até 2050



Do futuro que era dado como adquirido há algumas décadas, passou-se para um tempo em que nos questionamos sobre o amanhã que vamos construir para garantirmos a sobrevivência, em 2050, de cerca de 10 mil milhões de pessoas no planeta, sem eliminar, entre outras coisas, a biodiversidade na Terra.

Uma coisa sabemos: continuar no “business as usual não é um caminho viável para a sobrevivência e prosperidade”. Os alertas neste sentido têm sido muitos ao longo das últimas décadas e é o que a análise de cenários científicos feita para 2050 e apresentada neste GLO volta a evidenciar, demonstrando que a rota precisa de alterar o sentido, rumo a uma economia regenerativa (baseada na restauração e redução da degradação da terra, das emissões de gases com efeito de estufa e da perda de biodiversidade). Uma aposta que poderá dar origem a ganhos na ordem dos 125 a 140 triliões de dólares por ano – até 50% mais do que os 93 triliões de dólares do PIB global em 2021.

Agora, é o tempo de, coletivamente, empenharmos esforços, competências e conhecimentos para dar a volta de 180 graus necessária se queremos garantir o futuro comum. “Nunca como antes tivemos tanta consciência do que estamos a fazer ao planeta e nunca como antes tivemos tanto poder para fazer algo”, recorrendo às palavras de Sir David Attenborough, referência incontornável no mundo da comunicação e da defesa pela natureza. Chegámos à era das inevitáveis transições. Transição verde, digital, justa e inclusiva. E “a transformação das energias renováveis pode ser o projeto de paz do século 21”, diz-nos o secretário-geral das Nações Unidas, António Guterres.

Uma volta de 180 graus altamente desafiante? Sem dúvida. É por isso que todos os atores da sociedade, dos estados às empresas, até aos indivíduos, e disciplinas do conhecimento – inclusive a comunicação – são chamados à equação que temos como uma única hipótese para dar lugar a cenários mais positivos.

A era é de transições. 2050 é a meta em mente.

Portugal e a transição climática

A transição climática é uma das dimensões do Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) atualmente em execução. De acordo com o site do PRR, “na dimensão de transição climática foram consideradas seis componentes com intervenção em áreas estratégicas, como sejam o mar, a mobilidade sustentável, a descarbonização da indústria, a bioeconomia, a eficiência energética em edifícios e as energias renováveis”.

Em 2019, ainda antes da pandemia, o governo português entregou nas Nações Unidas a sua proposta de Roteiro para a Neutralidade Carbónica 2050. A trajetória definida pelo executivo da altura passava pela redução de emissões de gases com efeito de estufa entre 85% e 90% até 2050 e a compensação das restantes emissões através do uso do solo e florestas, a alcançar através de uma trajetória de redução de emissões entre 45% e 55% até 2030, e entre 65% e 75% até 2040, em relação a 2005.



Empresas a impulsionar as mudanças

Em 2003, John Micketwaith e Adrian Wooldridge lançaram "A Empresa: breve história de uma ideia revolucionária", em que descrevem o papel das empresas na criação de prosperidade, riqueza e desenvolvimento e quais os seus desafios para o novo século. Vinte anos depois da publicação deste livro, escrito por reconhecidos jornalistas na área da Economia, as empresas continuam a ser um baluarte de experiências, criação de riqueza e conhecimento e estão a assumir-se como principais protagonistas da "keyword" mais relevante dos nossos tempos: a sustentabilidade. Das "green bonds" às embalagens, das baterias de lítio aos carros elétricos, dos fundos de investimento que privilegiam as empresas da "economia

verde" à reconversão de indústrias outrora poluentes, a dinâmica das empresas é indispensável para o sucesso da era das transições. A sustentabilidade implica uma visão global e um compromisso que envolve produtores, fornecedores e distribuidores. Trata-se de uma tarefa coletiva que pretende valorizar recursos, promover a reutilização, evitar o desperdício alimentar, dinamizar a economia circular e obriga a uma procura constante de inovação. A sustentabilidade e os serviços necessários para responder às suas exigências contribuirão, ainda, para criar novos negócios. O último ranking do Financial Times sobre as empresas que mais crescem na Europa, de março, é um bom exemplo desta evolução. A lista é liderada pela finlandesa Swappie, que recupera e revende telemóveis, se-

guida da Kilo Health, da Lituânia, uma empresa digital de saúde e bem-estar. As práticas ESG (Environmental, Social, Governance) estão a ganhar terreno e envolvem um compromisso entre todos os stakeholders. Num artigo de junho do ano passado, a McKinsey refere que o investimento em ESG chega aos 20 bilhões de dólares, dez vezes mais do que em 2004 e uma subida de 68% em relação a 2014. De acordo com o artigo, esta evolução tem sido estimulada, por um lado, pela atenção que governos e consumidores dão ao impacto da atividade das empresas e, por outro, pelo facto de "investidores e executivos perceberem que uma proposta de ESG mais sólida pode ajudar a garantir o sucesso da empresa no longo prazo". Paris e Glasgow reforçaram os sinais de alerta para as consequências das alterações climáticas. Os resultados do 17.º Global Risks Report, desenvolvido pelo Fórum Económico Mundial, com a colaboração da Marsh McLennan, SK Group e Zurich e divulgado em janeiro, confirmam que o clima é a preocupação número um dos decisores, com os riscos climáticos a dominarem as preocupações a nível global.

Pacto Ecológico Europeu

Apresentado em dezembro de 2019

MISSÃO
Posicionar a Europa na liderança do combate às alterações climáticas

AMBIÇÃO
Alcançar uma redução das emissões líquidas de gases com efeito de estufa de, pelo menos, **55%** até 2030

META
Alcançar o impacto neutro no clima até 2050

Financiado por um terço dos 1,8 bilhões de euros de investimentos do Plano de Recuperação do NextGenerationEU e pelo orçamento da UE para sete anos



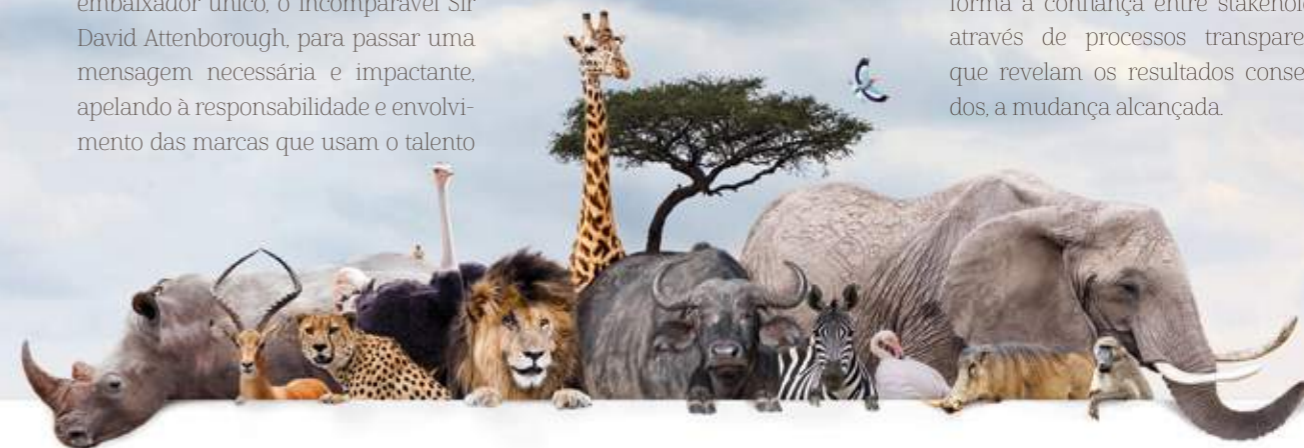
THE LION'S SHARE criatividade e transparência



A ideia que está por trás da criação do Fundo Lion's Share é um maravilhoso exemplo de comunicação e criatividade. A iniciativa, liderada pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), pede às marcas que usam animais nos seus anúncios que doem 0,5% do que gastam em publicidade para a conservação da vida selvagem e do bem-estar animal. Uma aliança poderosa que une a criatividade do mundo da publicidade e das produtoras à credibilidade de um embaixador único, o incomparável Sir David Attenborough, para passar uma mensagem necessária e impactante, apelando à responsabilidade e envolvimento das marcas que usam o talento

animal para obter lucro, seja na sua identidade corporativa, seja nos seus anúncios. Dirigida ao mundo corporativo, esta campanha acaba por fazer eco em cada um de nós, na sociedade no seu todo. Esta campanha foi galardoada, em 2019, no Lions Festival de Cannes com o Grande Prémio e reconhecida na categoria Objetivos de Desenvolvimento Sustentável pelo uso da criatividade para ajudar a enfrentar um dos maiores desafios ambientais do mundo.

Também nos D&AD Awards, os prémios de maior prestígio do mundo por excelência criativa em design e publicidade, recebeu o Lápis Branco, categoria de iniciativa de impacto no Meio Ambiente e Sustentabilidade. Até hoje, o Fundo Lion's Share continua o seu trabalho e é possível saber para onde está a ser encaminhado o valor angariado, através do site do PNUD, em que conseguimos ver as empresas que doaram ou os projetos nos quais foi investido esse valor, fomentando desta forma a confiança entre stakeholders através de processos transparentes que revelam os resultados conseguidos, a mudança alcançada.



O papel da comunicação

Mobilizar pessoas, instituições e governos em torno de temas muitas vezes complexos é um desafio. A comunicação emerge assim, como nunca antes, como ferramenta essencial para sensibilizar e levar à transição e alteração de comportamentos individuais e coletivos que nos coloquem num cenário mais positivo em 2050. Comunicar a sustentabilidade assume-se, cada vez mais, como um imperativo para as organizações. Os consumidores estão mais atentos e exigentes, e dar a conhecer o que se faz no sentido da criação de valor económico, social e económico é sinónimo

de construção de reputação e, a longo prazo, de sobrevivência das organizações. Os stakeholders precisam desta informação, seja do ponto de vista dos acionistas, seja dos colaboradores. Se dúvidas houvesse, a pandemia global que assolou o mundo em 2020 veio dissipá-las. O mundo mudou. Os consumidores mudaram. E as organizações acompanham esta mudança, que resulta no emergir de uma maior consciência ambiental e social no seio de uma sociedade mais ativa e menos permeável à ausência de transparência. Este imperativo traz consigo desafios. Partindo de um lugar em que as práticas de responsabilidade social e

corporativa não eram comunicadas, ou, sendo-o, resvalam no sentimento agridoce de compensação por comportamentos menos éticos, para um lugar de urgência onde todos passam a querer comunicar tudo, a dificuldade em criar mensagens simples, claras, diferenciadoras, atrativas e eficazes na sensibilização para assuntos complexos é grande. Há muito que a criatividade é um instrumento poderoso na comunicação, desde os primórdios da publicidade. Agora, a sua aplicação é requerida no que à comunicação da sustentabilidade diz respeito, revelando-se, uma vez mais, como um aliado no apoio à mudança comportamental.

Em 2050, a nossa boa Natureza está de volta

Quantos passos na direção certa teremos dado para chegar (bem) a 2050? Esta dúvida é expressa pelo autor desta reflexão, em que deixa quatro recomendações para se chegar longe, com um planeta mais vivo e uma sociedade mais próspera



**NUNO GASPAR
DE OLIVEIRA**
CEO da NBI
- Natural Business
Intelligence

Não sei se em 2050 ainda vão existir muitas das marcas de referência de 2022, mas é possível que uma das 'sobreviventes' seja a Patagonia, uma marca de equipamentos desportivos que, desde a sua fundação, aposta em sustentabilidade – na prática. O seu fundador, Yvon Chouinard, terá dito que “um regresso a uma vida mais simples não é um passo atrás”. Resta saber quantos passos na direção certa teremos dado para chegar (bem) a 2050. Na minha opinião, iremos chegar longe, com um planeta mais vivo e uma sociedade mais próspera se:

► Resolvermos as 'crises gémeas', a climática e a ecológica. Temos de ligar os objetivos das COP Biodiversidade e COP Clima: é virtualmente impossível resolver problemas complexos sem compreender a sua real dimensão e interligação. A gestão de ecossistemas emerge como a possível grande “nature-based solutions” para os mega “human-made-problems”;

► Reformarmos a economia no sentido de criar/recuperar/transformar empresas e empregos através da bioeconomia circular. Existe um potencial enorme na valorização do capital natural, quer marinho como terrestre, para vias tão diversas como os bio-based products para transformar e fazer o ‘green detox’ nos sistemas agrícolas, assim como na área das novel foods, cosmética e wellness e, claro, novos biocompostos para a indústria farmacêutica e espacial (‘ground control to Major Tom’);

► Promovermos a descentralização política, social e económica dos territórios do interior de Portugal continental e ilhas, pois se há algo que as crises sanitárias, humanitárias e financeiras recorrentes que caracterizaram os ‘loucos anos 20’ do século 21 mostraram é que vão ser necessários novos e reais incentivos à descentralização para promover territórios com



Somos os nossos maiores inimigos se continuarmos a valorar em zero (ou abaixo disso) todos os bens e serviços que os ecossistemas nos dão, pois isso só irá acelerar e agravar o colapso ecológico e a desregulação climática

excelentes condições potenciais, valiosos em capital natural, mas que se arrastam penosamente num limbo por ainda acreditarem numa economia do século 20;

► Apostarmos no real valor natural na economia: chega de olhar para o investimento em ambiente e Natureza como custos só porque somos demasiado limitados a fazer contas, faz zero sentido assumir que ‘é só despesa’ colocar dinheiro em restauro de ecossistemas, recuperação da biodiversidade, de estruturas ecológicas ou conversão de áreas florestais e agrícolas estoiradíssimas por más práticas de gestão e escolhas discutíveis (das quais nunca deduzimos os custos ambientais reais). Os (bons) analistas sabem que existe uma grave falha técnica na maioria dos instrumentos de análise económica e financeira. Somos os nossos maiores inimigos se continuarmos a valorar em zero (ou abaixo disso) todos os bens e serviços que os ecossistemas nos dão ‘de borla’, pois isso só irá acelerar e agravar o colapso ecológico e a desregulação climática. Como alegadamente terá sido dito por Bill Gates, há tanto ou mais dinheiro a ganhar a restaurar e recuperar o planeta como a consumir até ao limite aquilo que ainda temos; é mesmo tudo uma questão de escola política, social e ética. Duvido que Bill Gates ainda esteja por cá em 2050, mas espero que esta ideia se tenha tornado ética presente para todos os que aí chegarem.

Transição energética que desafios?

O conflito no leste europeu reacendeu as preocupações relativas à dependência energética de países como Portugal. E, em simultâneo, colocou com mais intensidade os holofotes sobre os desafios da transição energética, deixando evidente a sua imperatividade. Já não é uma alternativa, é um caminho que empresas e famílias têm, inevitavelmente, de percorrer. Que passos estão a ser dados nesse sentido? Nesta edição, duas empresas do setor energético partilham a sua estratégia. Sobre este futuro, refletem igualmente quatro especialistas portugueses

Investimento privado decisivo

A EDP encara a transição energética como um dos maiores desafios da atualidade. Um desafio que – acredita – terá de ser vencido com o apoio do investimento privado, sendo fundamental que empresas e famílias façam também parte deste movimento

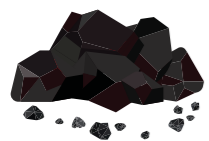
O conflito na Ucrânia veio “reforçar claramente” a importância de aumentar o peso das energias renováveis, em paralelo com uma redução acelerada do uso de combustíveis fósseis na produção de energia. É esta a visão da EDP para o atual cenário vivido na Europa. Fonte da empresa sustenta, a propósito, que cada MWh produzido a partir da água, do sol ou do vento reduz a dependência do sistema elétrico do gás ou carvão, sublinhando que “este é um processo em que a EDP está fortemente empenhada”. “E, neste campo, o investimento privado será um motor decisivo para alcançar os objetivos das energias renováveis e assegurar preços estáveis e competitivos no mercado”, argumenta. Olhando para a transição energética como um dos maiores desafios da atua-

ENERGIA QUE FUTURO?



Que energia para uma Europa em guerra, que expectativas face a um futuro incerto? Este foi o tema da primeira talk 2050.Briefing e que reuniu os contributos da presidente do GRACE, Margarida Couto; da professora auxiliar convidada do ISEG Carolina Afonso; e do CEO da Saint-Gobain Portugal, José Martos.





Eliminar a produção a carvão até 2025 e ser 100% verde até ao final da década



Até 2025, instalar 2GW de energia solar em clientes residenciais e empresas



Mais de 40 mil carregadores em espaço público e privado instalados até 2025 em Portugal, Espanha e Brasil

Até 2025, mais de 100 milhões de euros investidos em empresas cujo modelo de negócio já esteja comprovado e que possam aportar valor ao trabalho da EDP



Alcançar 50% da estrutura de financiamento a partir de fontes sustentáveis até 2025



Não tenhamos dúvidas: a transição energética tem de acontecer, está a acontecer. E a sustentabilidade há muito que começou a marcar a agenda de todos os que estão envolvidos neste processo de mudança

lidade, bem como parte da solução no combate às alterações climáticas, a EDP entende que o caminho para a descarbonização total implica um esforço alargado de expansão de fontes de energia limpa suportado pela aceleração de investimento, e as decisões tomadas nesta década serão críticas para atingir os objetivos. “No setor elétrico, a instalação de capacidade eólica e solar terá de escalar quatro vezes para 1000 GW/ano em 2030 em comparação com os 250 GW/ano em 2020 – em 2040, a geração de eletricidade a nível global já deverá ter por base uma matriz totalmente descarbonizada.”

Para a empresa, uma das vias mais importantes é a instalação de painéis solares nos telhados e coberturas de casas e empresas, de forma a democratizar o acesso à energia solar e a garantir uma independência crescente da energia da rede e dos preços do mercado. Aliás, “o solar distribuído é um dos eixos de crescimento do plano de negócios da EDP até 2025, tendo como objetivo a instalação de 2GW de energia solar em clientes residenciais e empresas. No primeiro ano deste plano de estratégico, a EDP duplicou a capacidade solar instalada face a tudo o que já tinha feito antes, para 500 MW, em projetos em Portugal, Espanha, Itália, Polónia, Brasil e Estados Unidos”.

No último plano estratégico para 2021-2025, “a EDP reforçou os seus compromissos, assegurando metas que visam a proteção do ambiente, um impacto positivo na sociedade e uma governança robusta, em total alinhamento com as boas práticas de ESG (Environment, Social e Governance)”. Destaca, neste âmbito, a decisão de abandonar totalmente a produção a carvão até 2025 e de ser 100% verde e atingir a neutralidade carbónica até 2030.

O caminho da EDP passa também pela aposta em tecnologias inovadoras, como o hidrogénio renovável e armazenamento de energia. Há ainda um investimento em produtos e serviços de eficiência energética, como o solar descentralizado, mobilidade elétrica e oportunidades impulsionadas pela digitalização, que também contribuem para o processo de descarbonização da economia e da sociedade.

A empresa considera que o financiamento sustentável é igualmente “decisivo” para acelerar a transição para sociedades neutras em carbono, havendo o compromisso de alcançar 50% da estrutura de financiamento a partir de fontes sustentáveis até 2025, comparando com 39% em 2021.

“Este tema do desenvolvimento sustentável não é novo para a EDP – tem sido, aliás, um dos eixos centrais da sua estratégia e da expansão do negócio. Liderar a transição energética sempre foi um objetivo e foi nesse sentido que o negócio se foi construindo e desenvolvendo, sendo hoje reconhecidamente um exemplo entre as companhias de maior dimensão a nível global”, enfatiza a fonte.

Mudar o futuro agora

A EDP encara a próxima década como decisiva: “Assumimos com ambição e sentido de urgência a necessidade de liderar esta transição, que seja ao mesmo tempo justa e inclusiva. Por isso, depois de apresentarmos um plano estratégico ambicioso, procurámos que a nossa marca comunicasse o mesmo propósito”, destaca a fonte oficial. Nesse contexto, lançou, o ano passado, o programa Changing Tomorrow Now, “um statement que representa a estratégia de ser 100% verde até 2030, produzindo energia apenas a partir da água, do vento e do sol”. “Este programa começou com projetos que simbolizavam cada uma destas energias, mas transformou-se no ADN da empresa e da sua estratégia”, conclui.

Um imperativo categórico

A Repsol olha para a transição energética como um imperativo categórico e é nesse sentido que orienta a sua estratégia de sustentabilidade. Com aumento de investimento e um posicionamento como uma empresa multienergética

A transição energética é um imperativo categórico de toda a sociedade, sendo que as empresas têm a responsabilidade de liderar pelo exemplo e assumir um papel ativo na redução de emissões e na consciencialização da necessidade de alterar comportamentos. São palavras do diretor de Comunicação e Relações Externas da Repsol, António Martins Victor, que enquadra, assim, o posicionamento da empresa nesta matéria. A propósito, dá conta de que a Repsol foi “a primeira empresa do setor” a apoiar o Protocolo de Quioto, a emitir obrigações verdes e, em 2019, “pródiga a assumir” o desígnio de neutralidade car-



Está bem claro que faremos sempre parte da solução e nunca do problema. Queremos ajudar a transformar o futuro da energia, e o nosso slogan é mesmo “Inventemos o futuro”, um convite direto a todas as pessoas que querem contribuir nesta jornada multienergética a que nos propusemos



Estamos a inventar o futuro todos os dias e, por isso, 35% dos nossos investimentos, durante o Plano Estratégico 2021-2025, serão alocados a iniciativas de baixo carbono

bónica até 2050, em alinhamento com o Acordo de Paris e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentado das Nações Unidas. “O tempo urge e, por isso, tão importante e desafiante como atingir a meta traçada é diminuir, gradualmente, a intensidade de carbono. Em 2020, diminuímos em 5% o nosso indicador de Intensidade Carbónica em relação a 2016, claramente acima do objetivo de 3% previamente estabelecido para este parâmetro. Desde 2016, já reduzimos 5,5 milhões de toneladas de CO₂”, destaca.

No ano passado, a empresa lançou um quadro de financiamento, “abrangente e sustentável”, para acompanhar o processo de transição energética em curso: “Também aqui, fomos pioneiros no setor, a nível mundial, a apresentar um quadro global que incorpora instrumentos destinados a financiar projetos específicos de transição energética. O Quadro de Financiamento da Repsol foi verificado e certificado pela agência de rating ISS, em conformidade com princípios de transparência e boas práticas.”

A aposta é na multienergia, numa transição energética gradual, inclusiva e que não negligencie nenhuma fonte de energia. “Fomos os primeiros a apregoar a meta, mas acreditamos que as diferentes tecnologias têm de fazer o seu caminho e complementar-se entre elas. Esta nossa abordagem versátil permite-nos estar impenitentes em relação às metas traçadas”, comenta.

No que concerne a descarbonização, recorda que a empresa anunciou um reforço no investimento do Plano Estratégico de 2021-2025, para 19,3 mil milhões de euros, com a atribuição de mais mil milhões de euros para reforçar a capacidade de produção de eletricidade renovável e de hidrogénio renovável, bem como outras iniciativas de baixo carbono. E especifica que, atualmente, possui mais de 3.700 MW de capacidade total instalada de geração de baixas emissões e que, na geração de energia elétrica renovável, o objetivo é alcançar os 20 GW em 2030.

As metas estendem-se à Química, com o objetivo de reciclar o equivalente a 20% da produção de poliolefinas até 2030: a circularidade está no centro desta estratégia, através de projetos de reciclagem mecânica e química de poliolefinas, reciclagem de poliuretano, e a produção de metanol a partir de resíduos para os incorporar na produção de materiais.



Reduzir a intensidade de carbono de 12% até 2025; 25% até 2030; e 50% até 2040

Diminuir a redução de 55% das emissões dos ativos explorados (scope 1 e 2) e 30% das emissões líquidas (scope 1, 2, e 3) até 2030



Produzir dois milhões de toneladas de combustíveis com baixo teor de carbono até 2030



Na geração de eletricidade renovável, alcançar uma capacidade instalada de 20 GW em 2030



Em 2021, em Portugal, incorporou 95.000 m³ de biocombustíveis nos combustíveis líquidos rodoviários, o que permitiu reduzir 260 quilotoneladas de CO₂ no setor dos transportes

“Em Sines, anunciamos o maior investimento industrial dos últimos 10 anos em Portugal, para a construção de duas fábricas de materiais poliméricos de alto valor acrescentado, que produzirão produtos 100% recicláveis para as indústrias farmacêutica, automóvel, alimentar, entre outras”, reforça. Quanto à mobilidade, o investimento faz-se na eletricidade, mas também em combustíveis de baixo carbono, vistos como uma solução tecnológica essencial e de longo prazo. A meta é produzir dois milhões de toneladas de combustíveis com baixo teor de carbono até 2030, sendo que a fábrica de biocombustíveis avançados em Cartagena deverá arrancar no primeiro trimestre de 2023, evitando a emissão de 900.000 toneladas de CO₂ para a atmosfera todos os anos.

Na ótica da Repsol, todas as tecnologias e cadeias de valor que tenham potencial para contribuir para a neutralidade climática devem ser consideradas em pé de igualdade, como é o caso dos biocombustíveis e dos combustíveis sintéticos. “O setor dos transportes desempenha um papel preponderante na transição energética e nos objetivos climáticos, sendo os combustíveis líquidos renováveis parte integrante. Têm um papel particularmente importante neste âmbito dada a sua superior densidade energética, facilidade de armazenamento e transporte, e a ampla disponibilidade de infraestruturas e veículos já existentes para distribuição e utilização destes combustíveis”, elabora o porta-voz.

António Martins Victor olha para o futuro destas fontes de energia como “auspicioso”.

“A nossa refinaria da Corunha processou, pela primeira vez, óleo de fritar para fabricar hidrobiodiesel. O nosso objetivo é utilizar três milhões de toneladas de resíduos por ano e mitigar, anualmente, mais de sete milhões de toneladas de CO₂ em 2030. Fixamos o objetivo de produzir dois milhões de toneladas de combustíveis baixos em carbono.”



Ligada à tomada

A mobilidade elétrica é outro dos negócios em que a Repsol aposta. “Continuamos focados na satisfação de todas as necessidades energéticas e de mobilidade dos nossos clientes, e por isso, queremos continuar a criar soluções para aumentar a oferta e salvaguardar todas as necessidades energéticas deles”, comenta o diretor de Comunicação e Relações Externas.

Assim, no final de 2021, a empresa anunciou um investimento de 42,5 milhões de euros na instalação de 610 pontos de carregamento elétricos na Península Ibérica. E está a trabalhar num “ambicioso” plano de lançamento de infraestruturas públicas de carregamento, que implica dispor de mais de 1.000 pontos de carregamento rápido e ultrarrápido, no final de 2022.

O ano passado instalou o primeiro ponto de carregamento ultrarrápido no norte do país, e desenvolveu um primeiro e-hub, com a DPD Portugal, que permitirá descarbonizar todas as entregas na cidade de Lisboa. O objetivo é terminar o ano com 100 pontos de carregamento elétricos na rede pública.

...
O nosso futuro é multienergético. Queremos continuar a providenciar a energia, de uma forma eficiente e sustentável, à sociedade

O que uma guerra pode ensinar-nos sobre dependência energética

Neste artigo, o autor elenca as vantagens de apostar nas energias renováveis, a nível ambiental, económico e social, mas também enquanto garante de soberania

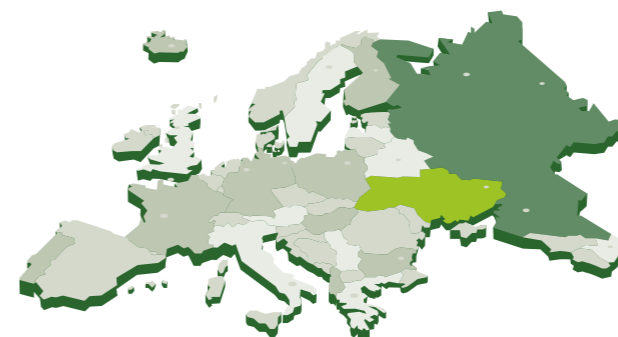


PEDRO AMARAL JORGE
CEO da APREN – Associação Portuguesa de Energias Renováveis

A guerra que se abriu no coração da Europa veio mostrar como pode ser pernicioso abdicar da soberania e independência energética, ficando à mercê de um país que tem na sua mão, entre outras armas, uma das principais torneiras do gás natural, um combustível de que as economias necessitam transitoriamente para operar a transição energética.

A situação não é tão dramática no caso português. A dependência de Portugal do gás natural fornecido pela Rússia não excedeu os 10% em 2021. Mas na Alemanha, por exemplo, a dependência do gás russo ronda os 55% e, por isso, Berlim já negociou o fornecimento de gás natural liquefeito com o Qatar.

Se há algum ensinamento que esta guerra veio deixar-nos é o de que vale a pena apostar em força nos recursos energéticos endógenos que abundam em cada país, nomeadamente o vento, o sol e a água, usando cada vez menos o gás natural, seja para produzir eletricidade ou como combustível, embora o gás natural seja a ainda necessário para assegurar o equilíbrio entre oferta e procura no mercado de eletricidade. Paralelamente, importa acelerar a produção de hidrogénio verde (H2) e apostar no armazenamento de eletricidade com hídrica de bombagem, baterias e hidrogénio verde. Isso permitirá assegurar a independência energética e, consequentemente, a segurança de abastecimento de energia, acautelando situações como a que estamos hoje a viver.



A guerra veio lembrar-nos também de que é necessário diversificar geograficamente e politicamente os fornecedores de produtos energéticos, de modo a evitar cair novamente na armadilha da dependência excessiva de um único país. Apostar nas renováveis permite ainda garantir eletricidade a custos mais baixos para as famílias e para as empresas. Apostar nas renováveis é apostar num modelo de sustentabilidade que defende o cidadão, mas também o tecido empresarial.

Ter uma visão global não deve impedir-nos de agir localmente. A eletricidade pode ser um caso paradigmático a este nível. Até porque há também soluções nas quais a produção e o consumo estão no mesmo espaço como alternativa à produção em grandes centrais ligadas à rede pública.

Esta estratégia é compatível com o aumento de capacidade das interligações elétricas e de gás natural que permitam o fluir da energia no espaço europeu concorrendo para um verdadeiro mercado único. A Península Ibérica ainda continua a funcionar como uma ilha em termos energéticos e esta é uma das mudanças que pode agora vir a ser implementada, sendo que o espaço ibérico apresenta uma trajetória de redução dos custos de energia renovável quando comparado com outras regiões europeias.

Como forma de conter a escalada dos preços da energia, em consequência desta guerra, foi anunciado pelo governo um conjunto de medidas que incluem a simplificação dos procedimentos de licenciamento e autorização para produção de eletricidade a partir de fontes renováveis. As medidas de emergência, na área do ambiente e ação climática, conhecidas a 11 de abril, preveem, por exemplo, a injeção na rede de toda a produção de centros electroprodutores eólicos existentes sem limitações administrativas, de modo a aproveitar toda a produção possível.

A aposta nas renováveis é uma estratégia com benefícios ambientais, económicos e sociais. A guerra veio mostrar que esta é também a opção mais segura enquanto garante de soberania, independência e progressiva autonomia energética, garantindo a segurança de abastecimento.

A guerra não parou o aquecimento global

O autor analisa os impactos da guerra russo-ucraniana na energia e política climática, considerando que as respetivas análises têm pecado por olhar apenas para a árvore e não ver a floresta



NUNO MIGUEL BENTO

Investigador no DINÂMIA'CET-IUL – Centro de Estudos sobre a Mudança Socioeconómica e o Território

As análises sobre os impactos da guerra russo-ucraniana na energia e política climática, cá dentro como lá fora, têm pecado por olhar apenas para a árvore e não ver a floresta. No último mês, fomos assistindo a uma convergência surpreendente das opiniões sobre os impactos da guerra na energia e possíveis soluções. O preço do crude e do gás passou a ser a única “bússola” a seguir. Já se admite o aumento do consumo de petróleo e a reactivação do carvão. A energia nuclear passou a ser novamente considerada como alternativa desejada. Praticamente todas as opiniões publicadas concordam com a necessidade de acelerar a instalação de energias renováveis. Mas, na prática, aquilo que os países europeus começaram a fazer foi pedir aos cidadãos para baixar a temperatura do aquecimento dos edifícios e reduzir a velocidade nas deslocações de automóvel. Por que razão os governos não seguiram todos aqueles conselhos?

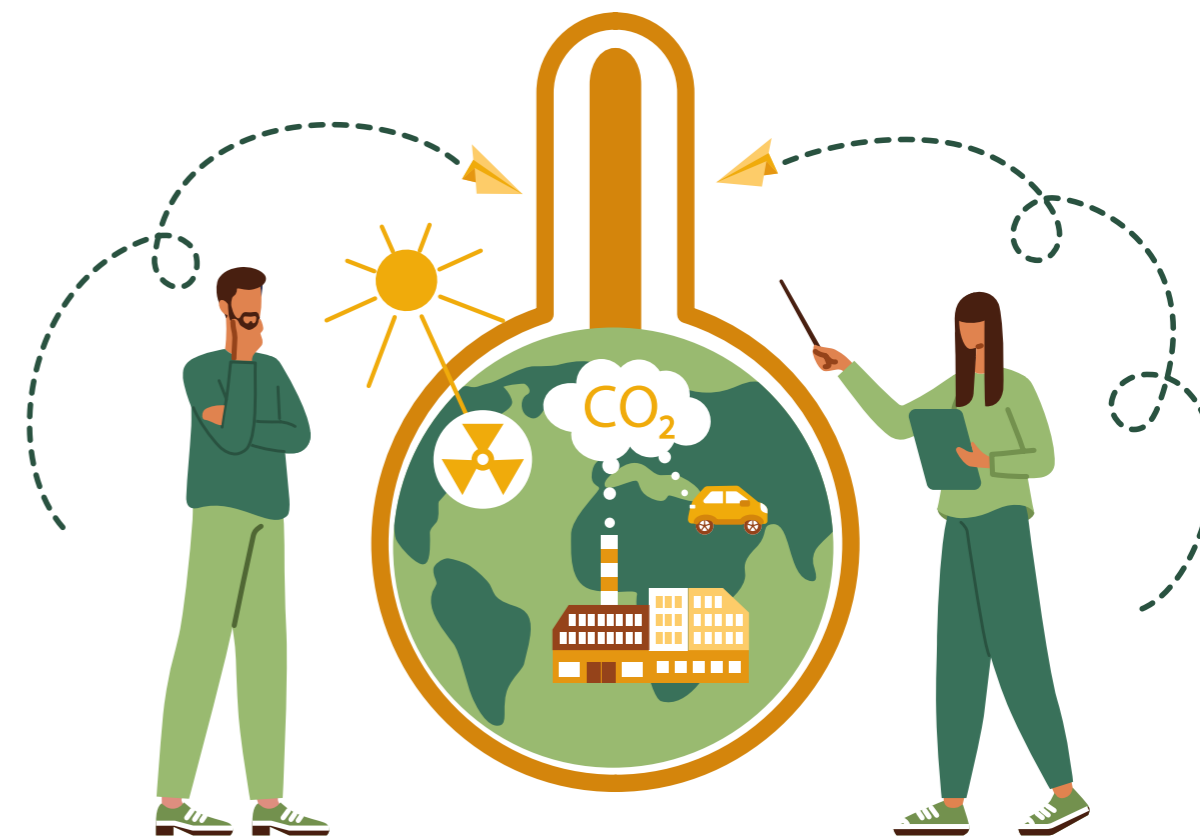
Os países europeus têm de fazer face a um problema de abastecimento imediato, que, por funcionamento do mecanismo de mercado, ou por especulação, levou ao descontrolo dos preços da energia e, consequentemente, à subida da inflação. Alterar as regras de mercado (algo que merece uma outra reflexão) não é fácil, nem rápido, à luz das instituições internacionais a que pertencemos. Por isso, vários governos europeus emitiram alertas para baixar a temperatura dos edifícios ou conduzir mais devagar como medidas de curto-prazo para aliviar a tensão no mercado. Isto não é novidade, a eficiência energética é uma das principais lições dos choques petrolíferos dos anos 70. A redução do con-



Os que defendem o aumento do uso de petróleo, gás ou carvão estão na prática a sugerir que se recorra a países pouco democráticos e se esqueça o problema ambiental

sumo energético permitiu às famílias manter o poder de compra quando os preços estavam altos, mas assim que as tensões aliviaram baixaram os esforços.

É curioso constatar que as análises, nomeadamente em Portugal, despromovem a intervenção no lado da procura de energia para resolver a crise energética. Os que defendem o aumento do uso de petróleo, gás ou carvão estão na prática a sugerir que se recorra a países pouco democráticos e se esqueça o problema ambiental. Aqueles que advogam pelo investimento na energia nuclear não mencionam que a construção das últimas centrais (p. ex. em França ou na Finlândia) demorou décadas e custou mais de cinco vezes o orçamento inicial. Acresce que o principal fornecedor de urânio é o Cazaquistão, num “top10” que inclui vários países da antiga URSS, incluindo a própria Rússia. Já no que toca às energias renováveis, é verdade que são cruciais para a transição energética. Mas, no caso de Portugal, ainda representam apenas 30% do consumo final de energia e será necessário tempo para que essa percentagem atinja os 90%, 95% ou eventualmente 100%. Alguns aludem a tecnologias de emissão negativas, tais como de captura e sequestração de carbono, como solução (quase milagrosa) para a redução das emissões. Mas, estas tecnologias estão ainda em desenvolvimento, são caras e o seu potencial é incerto, não



respondendo à crise energética actual. Finalmente, a eficiência energética tem tido um papel fundamental no controlo da procura de energia no curto-prazo. Apesar de isso ser largamente reconhecido, o seu papel é frequentemente secundarizado em favor de outras opções.

Existe uma série de exemplos que mostram que é possível reduzir o consumo de energia, de modo económico, sem afectar o acesso a bens e serviços. A existência de transportes públicos de qualidade protege a população face aos riscos de crises nos combustíveis. Para deslocações mais longas, um serviço ferroviário de qualidade pode substituir tráfego rodoviário e aeroviário com maior eficiência. Dentro das localidades, a micro-mobilidade, a mobilidade partilhada e activa (pedestre ou ciclística) podem complementar os transportes públicos e constituir alternativas viáveis ao uso da viatura individual com ganhos de tempo e de dinheiro. Por outro lado, a reconstrução dos edifícios reduz a factura e a pobreza energética. A reorganização

dos equipamentos (p. ex. aquecimento e arrefecimento) ao nível dos edifícios pode melhorar a eficiência e reduzir os custos para as famílias. Na indústria, refira-se o redesenho dos bens, tais como produtos electrónicos, de modo a torná-los mais duradouros e menos intensivos em energia e materiais. Produtos esses que, inclusivamente, possam permitir usos novos, como a utilização partilhada. Ainda é dada pouca atenção em Portugal a tendências transversais, como a economia da partilha ou a digitalização, que podem melhorar a eficiência e a competitividade de diferentes sectores.

Os próximos meses serão fundamentais para se perceber como as crises sanitárias e a guerra despoletam mudanças duradouras que permitem proteger os níveis de bem-estar, ao mesmo tempo que respondem ao desafio climático. O último relatório do painel intergovernamental sobre mudanças climáticas, apresentado no início de Abril, evidencia que é possível reduzir 40 a 70% das emissões até 2050 agindo do lado da procura da



A eficiência energética tem tido um papel fundamental no controlo da procura de energia no curto-prazo. Apesar de isso ser largamente reconhecido, o seu papel é frequentemente secundarizado em favor de outras opções

energia. Estas medidas são variadas (algumas delas não foram aqui abordadas, como a mudança das dietas) e estão ao alcance de todos os países. Assim como, no final do século XIX, os problemas económicos e ambientais levantados pela utilização massiva de cavalos para transporte nas cidades não foram resolvidos pelas melhorias no feno, a resposta à crise energética e climática exigirá repensar a organização do modo de aprovisionamento dos principais bens e serviços.



Resiliência do setor energético contra eventos extremos: monetização e planeamento

A pretexto do conflito no leste europeu, o autor apresenta a sua visão sobre a estratégia para garantir a resiliência do setor energético contra eventos extremos, considerando necessário promover a monetização e o planeamento



RICARDO BESSA
Investigador sénior e coordenador do Centro de Sistemas de Energia do INESC TEC

A invasão militar da Ucrânia pela Federação Russa foi um evento de baixa probabilidade e elevado impacto, com os setores energéticos da grande maioria dos países ocidentais a demonstrar uma reduzida resiliência, fundamentalmente devido à elevada dependência do petróleo e gás natural russo. No caso português, a dependência do gás natural russo é marginal (mas tem vindo a aumentar, 2% em 2019, 10% em 2021), no entanto, estamos expostos ao aumento generalizado dos preços do gás natural e combustíveis derivados do petróleo.

Para esta tipologia de eventos é cada vez mais importante um planeamento a médio e longo-prazo do setor energético, considerando o efeito das alterações climáticas, ataques terroristas, ciberataques. Neste contexto, um conjunto de transformações tecnológicas, regulatórias e culturais deverão ser promovidas, nomeadamente: (1) definir medidas/políticas preventivas com base na quantificação numérica do risco (probabilidade e impacto) associado a um conjunto de eventos, evitando definições erróneas ou políticas do conceito de risco; (2) monetizar a resiliência do setor energético, nomeadamente avaliar quantitativamente quanto os consumidores estão dispostos a pagar por um reforço da resiliência a eventos de baixa probabilidade e elevado impacto. É neste segundo ponto que reside a necessidade de uma alteração cultural no sentido de perceber que estes eventos serão cada vez mais frequentes (por razões naturais e/ou humanas) e, por essa razão, os cidadãos devem estar preparados para suportar os custos de uma maior resiliência energética, e contribuir para uma maior flexibili-

dade e racionamento do consumo de energia. Um aumento da resiliência obriga necessariamente a custos mais elevados para os consumidores, mas reduz a exposição a cenários extremos como estamos a viver atualmente.

A título de exemplo, nesta década é inevitável a presença de centrais a gás natural de ciclo combinado e o seu des-comissionamento deverá considerar o impacto das alterações climáticas que irão influenciar, de forma não-marginal, a produção de base renovável (eólica, solar e essencialmente a hídrica), como aconteceu com o fenómeno El Niño. A aposta em recursos endógenos, como a produção de energia elétrica de base renovável ou gases renováveis (hidrogénio, bio metano), é o caminho natural. No entanto, é necessário compreender que estes recursos endógenos apresentam uma natureza sazonal e podem sofrer alterações geográficas significativas, tornando-se necessário aumentar a elasticidade do consumo de energia elétrica a sinais ecológicos e/ou económicos de forma a reduzir o custo económico-ambiental de manter tecnologias de produção de energia elétrica com emissões de CO₂. Em suma, não existem soluções milagrosas, nem a tecnologia é unicamente a solução. Será necessária uma combinação de novas tecnologias, regulação e políticas públicas, e a criação de indutores para aumento da flexibilidade do consumo de energia elétrica. A elasticidade do consumo a fatores socioeconómicos e demográficos será a nossa maior garantia para eventos extremos cada vez mais frequentes.



É cada vez mais importante um planeamento a médio e longo-prazo do setor energético, considerando o efeito das alterações climáticas, ataques terroristas, ciberataques

O tempo da energia barata está no passado

A partir da sua experiência enquanto advogado especialista em oil & gas, o autor reflete sobre a dependência energética da Europa, defendendo a necessidade de revisitar as opções de investimento em produção de energia



RUI MAYER
Advogado

Não é novidade para ninguém que os recursos energéticos de que a Europa dispõe não são suficientes para satisfazer as suas necessidades, pelo que é necessário colmatar esta deficiência através de importações. Tendo esta constatação como ponto de partida, as decisões tomadas para resolver o problema, baseadas num misto de premissas económicas e ambientais, resultaram na criação de uma dependência face a determinados produtores, sobretudo da Rússia. Com efeito, a enorme dimensão das reservas russas de gás natural e de petróleo, que estão acessíveis por pipeline, que é um modo relativamente fácil, seguro e barato de transportar estes produtos para os centros consumidores, criou condições para que a Rússia se tornasse o fornecedor preferencial de vários países do centro da Europa. O problema é que as premissas usadas para sustentar estas decisões assentavam num pressuposto básico, que malevolamente poderíamos qualificar como tipicamente neo-liberal, de que a estabilidade e a apetência pelo crescimento económico seriam suficientes para assegurar o equilíbrio geopolítico necessário para que esta solução fosse sustentável a longo prazo. Infelizmente, o actual conflito entre a Rússia e a Ucrânia veio demonstrar que essas premissas estavam erradas, o que já vinha a ser apontado sobretudo pelos Estados Unidos. Mas discutir sobre as razões que levaram a que a actual crise se desencadeasse será, sem dúvida, um exercício interessante para outro local e momento.

A Europa parece estar a ganhar consciência de que terá de rever o quadro fundamental em que assentaram as suas orientações em termos de abastecimento e produção de energia. Parece claro que será necessário diversificar as fontes de abastecimento de hidrocarbonetos, para evitar a re-



A Europa parece estar a ganhar consciência de que terá de rever o quadro fundamental em que assentaram as suas orientações em termos de abastecimento e produção de energia

petição de situações de dependência exagerada. Em simultâneo, será necessário revisitar todo o conjunto de pressupostos estratégicos que têm condicionado as opções de investimento em produção de energia. Assistiremos a um reforço das opções relativas a fontes renováveis, sobretudo a produção eólica e solar, mas também a geotérmica, onde tal seja possível. A produção hídrica deverá ser incrementada, apesar de até há pouco tempo ser considerada uma opção a não considerar tendo em atenção os custos ambientais. Iremos certamente repensar o nuclear, desde que sejam salvaguardadas as evidentes questões de segurança relacionadas com a operação e com a custódia e conservação de resíduos. Possivelmente vamos também assistir a uma reanálise dos calendários de implementação de alguns objectivos de transição energética, para permitir a distribuição do esforço de investimento que será necessário efectuar e reduzir o ritmo de descontinuação da produção com base em carvão. Serão incrementados os esforços de investigação sobre soluções alternativas, sobretudo a melhoria da eficiência e a recirculação das baterias de lítio, e o hidrogénio.

Uma coisa é certa: o tempo da energia barata está definitivamente no passado, e será necessário um esforço muito grande de reconversão dos sistemas produtivos da Europa.

Um novo capítulo para os oceanos



Os oceanos desempenham um papel vital na proteção da saúde do planeta Terra. Fornecem oxigénio e alimentos, regulam o clima, absorvem o excesso das emissões de carbono e ajudam a mitigar os impactos das alterações climáticas. Milhões de pessoas tiram o seu sustento dos mares e até atividades económicas importantes, como o turismo e o comércio, dependem de um oceano saudável.

Mas eles estão em apuros, uma vez que se encontram a aquecer, a subir e a acidificar. Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), estas mudanças limitam drasticamente a sua capacidade de sustentar a vida debaixo de água e em terra: “A resistência e a resiliência dos oceanos não são infinitas. Não devemos continuar a assumir que os mesmos podem perpetuar a absorção dos efeitos da atividade humana, indefinidamente, ao mesmo tempo que continuam a providenciar os seus benefícios vitais.”

As soluções para um oceano gerido de forma sustentável envolvem tecnologia verde e o uso inovador dos recursos marinhos. Incluem ainda as ameaças à saúde, ecologia, economia e governação dos oceanos – acidificação; lixo marinho e poluição; pesca ilegal, não declarada e não regulamentada; e perda de habitats e de biodiversidade.

A primeira Conferência dos Oceanos das Nações Unidas (UNOC), que teve lugar em Nova Iorque, em junho de 2017, mostrou a situação dos oceanos e o impacto das atividades humanas. A próxima vai realizar-se em Lisboa, entre 27 de junho e 1 de julho, e desempenhará um papel importante na implementação de um novo capítulo sobre a ação para os oceanos – impulsionada pela ciência, tecnologia e inovação.

Adiado desde 2020 devido à pandemia, o evento, que conta com o apoio dos governos de Portugal e do Quênia, fará um apelo à ação dos líderes mundiais e dos decisores, para que aumentem a ambição e o investimento em abordagens científicas e inovadoras, mobilizem parcerias e empreguem soluções baseadas na natureza, de forma a reverter o declínio da saúde dos mares. Também as empresas e os indivíduos vão ser convidados a desempenharem o seu papel na contenção da poluição marinha e a comprometerem-se com o consumo responsável dos recursos oceânicos.

Serão oito diálogos que incidem sobre as temáticas poluição marinha, acidificação dos oceanos, desoxigenação e aquecimento, pesca sustentável e outras economias oceânicas, conhecimento científico e tecnologia marinha. O objetivo é analisar as oportunidades e os desafios com a ambição de promover compromissos e ações acerca das questões relacionadas com os oceanos.

Nas próximas páginas, stakeholders e membros da organização fazem a antevisão da conferência e dos progressos que esperam que advenham da mesma, para a implementação do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) número 14, o qual diz respeito à proteção da vida marinha.

“Sabemos que há mudanças generalizadas a acontecerem debaixo da água. Também sabemos que não é uma situação sem retorno, existem soluções para reverter os danos e permitir que os oceanos se curem

ONU



Da discussão à ação

A propósito da Conferência das Nações Unidas sobre os Oceanos, o ministro da Economia e do Mar, António Costa Silva, partilha o seu olhar sobre esta iniciativa que Lisboa acolhe, considerando-a o palco perfeito para passar da discussão à ação



ANTÓNIO COSTA SILVA
Ministro da Economia e do Mar

Devido à natureza indivisível do oceano, as ameaças que este enfrenta e as suas vulnerabilidades têm de ser tratadas de forma global e coordenada, que, dado os diferentes níveis de desenvolvimento ao nível internacional, requer um enorme espírito de cooperação na investigação científica marinha, criação de capacidades e transferência de tecnologia. Neste aspeto, Portugal assume um papel importante na promoção da cooperação com a CPLP, bem como com nações à beira do Atlântico, através das Declarações de Galway e de Belém, especialmente dedicadas à cooperação na investigação e inovação. O oceano não esteve no foco principal da agenda internacional até muito recentemente. Em 25 anos de Agenda de Objetivos de Desenvolvimento Mundial, não foi considerado

num objetivo ou numa meta até 2015, aquando da adoção da Agenda 2030 da ONU para um Desenvolvimento Sustentável, em que, finalmente, foi incluído um objetivo individual sobre a vida marinha: ODS 14.

A partir desse momento, o oceano tem estado no topo da agenda internacional. Em 2017, foi organizada a primeira UNOC para acompanhar a implementação das metas do ODS 14 e foi declarada a Década das Ciências Oceânicas para o Desenvolvimento Sustentável 2021-2030, com o objetivo de realçar a importância do oceano como parte fundamental no equilíbrio do nosso planeta. Em 2019, o Painel Intergovernamental para as Alterações Climáticas publicou o primeiro relatório sobre o oceano, dando testemunho do nexos entre o oceano e o clima, e criando as condições para intensas discussões sobre o declínio da saúde do oceano. O mesmo foi também reconhecido em 2021, tendo a COP26 fixado, de forma permanente, o oceano no regime multilateral de alterações climáticas.

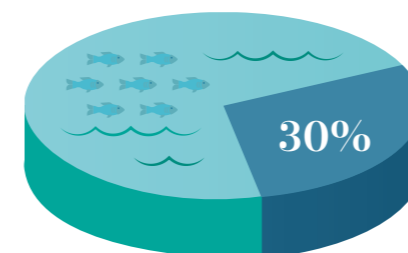
Apesar disso, pouco ou nenhum progresso foi feito em termos de recuperação da sua saúde. O nível das águas está a subir; a erosão costeira está a piorar; e o oceano está mais quente e mais ácido. A poluição marinha aumenta a uma velocidade alarmante, um terço dos recursos piscícolas é alvo de exploração excessiva, a biodiversidade marinha continua em declínio e metade de todos os corais vivos perderam-se. A incapacidade coletiva para atingir, em 2020, as metas dois, quatro, cinco e seis do ODS 14 é a prova de que a comunidade internacional tem uma necessidade extrema de unir forças. A segunda UNOC é o palco perfeito para se fazer a transição da discussão para a ação. Portugal espera que todas as nações venham para a conferência com uma forte ambição e com compromissos para agir no sentido de reverter o declínio da saúde do oceano. Só uma grande ambição e uma ação determinada permitirão atingir os objetivos que queremos para o oceano em 2030: um oceano limpo, saudável e resiliente, previsível, seguro, produtivo e explorado de forma sustentável, transparente e acessível, e que nos inspire.

Ambição

Plena implementação das metas do ODS 14



Cumprimento das ações planeadas e futuras da Década das Ciências Oceânicas para o Desenvolvimento Sustentável



Concretização da iniciativa “30by30”, para proteger 30% do oceano até 2030

Um momento transformador

Miguel de Serpa Soares

CONSELHEIRO ESPECIAL
DOS PRESIDENTES DA UNOC



Portugal tem uma costa de 963 km banhada pelo Oceano Atlântico. Qual a importância de a conferência internacional se realizar num país como este, com uma relação estreita com o mar?

A saúde do nosso oceano enfrenta ameaças sem precedentes em resultado das atividades humanas, incluindo os efeitos das alterações climáticas, da poluição marinha e da pesca excessiva/sobrepesca. Isso afeta-nos coletivamente, pois todos dependemos do oceano para regular o clima, obter alimentos, bem como beneficiar de uma via de transporte para mercadorias e pessoas. No entanto, os impactos são especialmente sentidos pelos estados que se encontram mais dependentes do oceano e dos seus recursos.

Nesse sentido, a UNOC 2022 oferece uma oportunidade histórica para estados e demais atores internacionais de relevo se unirem, com vista a dar início a um novo capítulo da ação global para o oceano e impulsionar soluções inovadoras baseadas na ciência para gerir de forma sustentável os nossos oceanos, mares e recursos marinhos, em benefício das gerações presentes e futuras. É particularmente gratificante que a conferência se realize em Lisboa e que o governo de Portugal, enquanto um dos principais promotores de ação oceânica global e País com longa história e tradição marítima, assuma a presidência da mesma, juntamente com o governo do Quênia.

O avanço é desigual entre países no que respeita ao tópico do ODS 14, mas Portugal registou “conquistas significativas” para a implementação do mesmo. O cenário é apresentado pelo conselheiro especial dos presidentes da UNOC, Miguel de Serpa Soares, que adianta estar confiante de que a conferência será um “momento transformador” para os oceanos

Qual é o seu papel enquanto conselheiro especial dos presidentes da UNOC?

Na qualidade de conselheiro especial dos presidentes da conferência em matéria de oceanos e questões jurídicas, presto-lhes aconselhamento sobre questões que incidem sobre vários temas relacionados com o oceano e, em particular, o direito do mar – em colaboração com os meus colegas da Divisão de Assuntos Oceânicos e Direito do Mar, parte do Departamento de Assuntos Jurídicos da ONU.

Existe um tratado internacional, a Convenção das Nações Unidas sobre o Direito do Mar [UNCLOS], que estabelece o quadro jurídico estruturante para todas as atividades no oceano e, enquanto tal, define as regras cuja implementação é essencial com vista a dirimir as ameaças à saúde, biodiversidade, economia e governação do oceano, que serão discutidas na conferência. Entre outras, estas incluem normas relativas à conservação e exploração dos recursos vivos, à proteção e preservação do meio marinho, e à realização de investigação científica marinha.

Portugal está a cumprir as metas e a progredir no que respeita à implementação do ODS 14?

Subordinado ao propósito de “conservar e utilizar de forma sustentável

os oceanos, mares e recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável”, o ODS 14 integra dez metas que visam responder às ameaças que afetam os nossos oceanos, mares e recursos marinhos, bem como proteger os milhões de pessoas cujos meios de subsistência deles dependem.

Ao nível internacional, estão a ser feitos avanços importantes em relação à implementação das metas do ODS 14, mas esse avanço é desigual e muito mais necessita de ser feito. Por exemplo, nenhuma das metas que venceram em 2020 foi totalmente cumprida no plano global. Além disso, apesar da sua importância crítica para o bem-estar do planeta e da humanidade, o ODS 14 é – entre todos os ODS – aquele que até hoje recebeu o menor financiamento. No entanto, registaram-se conquistas significativas ao nível nacional e, no seu contributo de 2017 para a Revisão Nacional Voluntária dos progressos alcançados na implementação dos ODS, Portugal apresentou vários passos representativos que estava a dar para o ODS 14.

“

Estou confiante de que este será um momento transformador para o nosso oceano, no sentido em que a comunidade internacional como um todo será encorajada a apresentar soluções inovadoras baseadas na ciência que permitam responder aos problemas oceânicos

O que espera que saia da conferência para se iniciar um novo capítulo na ação para os oceanos?

Esta conferência proporcionará uma oportunidade extraordinária para que os líderes mundiais, incluindo estados, organizações internacionais, sociedade civil, setor empresarial, comunidade científica, tomem medidas urgentes e ambiciosas, de forma coordenada e integrada, de modo a impedir o declínio global da saúde dos oceanos e mares.

Estou confiante de que este será um momento transformador para o nosso oceano, no sentido em que a comunidade internacional como um todo será encorajada a apresentar soluções inovadoras baseadas na ciência que permitam responder aos problemas oceânicos – soluções essas que, através de parcerias abrangentes e multifacetadas, podem ganhar escala e atrair investimentos que ampliem a sua eficácia e aplicabilidade,

gerando resultados tangíveis em múltiplas geografias e setores. Estou também confiante de que assistiremos a uma enorme vaga de ações concretas por parte de diferentes atores globais de relevo, incluindo sob a forma de compromissos voluntários que ajudem a responder a desafios concretos relacionados com o oceano, em comunidades locais, regiões, países e no plano internacional. Ainda que esses desafios sejam significativos e, em muitos aspetos, assustadores, o potencial transformador das nossas sociedades é enorme, ao mesmo tempo que o potencial regenerador do oceano e da vida marinha é extraordinário. Tudo isso me dá a convicção de que, juntos, podemos agir de forma decisiva com vista a proteger este recurso precioso para o bem-estar do nosso planeta e de toda a humanidade.

“

Ao nível internacional, estão a ser feitos avanços importantes em relação à implementação das metas do ODS 14, mas esse avanço é desigual e muito mais necessita de ser feito

O envolvimento no oceano-clima

A autora aborda o nexó oceano-clima, defendendo que não é possível proteger o oceano sem reduzir as alterações climáticas, nem diminuir as alterações climáticas sem proteger o oceano. Debruça-se ainda sobre o envolvimento das comunidades costeiras neste desafio

A segunda UNOC é um evento global que irá decorrer em Lisboa, trazendo fortes expectativas sobre as iniciativas globais que irá despoletar, por um lado, e sobre o que Portugal pretende para o mar português. Apesar de aparentemente desconectadas, estas duas vertentes a que a ANP|WWF irá estar atenta relacionam-se pelo facto de o oceano não ter fronteiras e por as soluções globais começarem, frequentemente, por ter um cariz local ou regional.

Um oceano saudável e resiliente é o aliado essencial da humanidade para enfrentar duas grandes crises – as alterações climáticas e a perda de biodiversidade. Não podemos proteger o oceano sem reduzir as alterações climáticas, nem podemos reduzir as alterações climáticas sem proteger o oceano. Este nexó oceano-clima tem sido negligenciado, mas começa a ter o destaque internacional que merece. Para reverter a perda de biodiversidade marinha, são necessárias ações concretas, não só ao nível da proteção dos ecossistemas, mas também do restauro da natureza em grande escala. Por outras palavras, já não é suficiente proteger a biodiversidade marinha que nos resta, precisamos de recuperar também a que já perdemos. Recuperar a biodiversidade marinha passa por reforçar a capacidade de gerir as Áreas Marinhas Pro-

tegidas que temos, aumentar a sua área, intervir para remover as causas da degradação da biodiversidade marinha (por exemplo, proibindo o ancorar das embarcações em fundos marinhos sensíveis) e criar condições biofísicas para a sua recuperação (por exemplo, recuperando sapais, etc.). Portugal precisa não só de investir mais e melhor na conservação marinha, mas também de dar passos firmes no reconhecimento do papel do oceano na mitigação das alterações climáticas, criando condições para uma maior proteção e recuperação de ecossistemas marinhos e costeiros ricos em carbono azul.

Por outro lado, com mais de 300 milhões de pessoas a viver em zonas costeiras em 2050, muitas delas dependendo do oceano como única fonte de proteína, não é possível proteger o oceano sem envolver as comunidades costeiras e sem que elas próprias tomem a liderança dessa proteção. Para tal, devemos garantir que os direitos das comunidades costeiras, e dos povos indígenas que as integrem, sejam protegidos e que todos beneficiem de forma justa do uso sustentável do oceano. Neste capítulo, Portugal tem sido um país pioneiro, não só ao nível europeu,

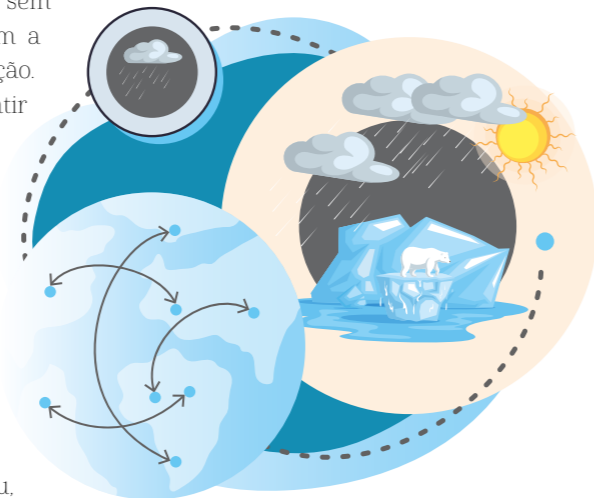


RITA SÁ
Coordenadora do Programa Oceanos e Pescas da ANP|WWF

mas até global, por ter desde setembro de 2020 um enquadramento legal para a cogestão em pescas, onde se pretende que a tomada de decisão seja partilhada entre as várias partes interessadas, nomeadamente as comunidades piscatórias, no sentido de assegurar a harmonia entre a natureza e as pessoas. Mais recentemente, e operacionalizando o que a lei finalmente permite, foi criado, em dezembro de 2021, o primeiro Comité de Cogestão de Pescas em Portugal, neste caso referente à apanha do percebe da Reserva Natural das Berlengas.



Portugal precisa não só de investir mais e melhor na conservação marinha, mas também de dar passos firmes no reconhecimento do papel do oceano na mitigação das alterações climáticas



Sejamos honestos...

“A intersecção da sustentabilidade com a criatividade e a eficácia do marketing” foi o tema da última Global Marketer Week, da World Federation of Advertisers, e o ponto de partida para esta reflexão. Com a autora a questionar se terá chegado a altura de os profissionais do marketing utilizarem o seu poder para um futuro sustentável



MANUELA BOTELHO
Secretária-geral da APAN - Associação Portuguesa de Anunciantes

Na Conferência Mundial de Anunciantes que teve lugar no passado dia 7 de abril, em Atenas, tive a felicidade de assistir ao mais intenso e verdadeiro debate entre profissionais de marketing sobre sustentabilidade e empresas. A conversa entre quatro ilustres líderes globais de marketing teve início depois de se conhecer a concordância ou discordância da audiência à afirmação: “O marketing hoje é incompatível com um futuro sustentável”. A maioria (53%) da audiência estava de acordo com a afirmação. Surpreendida? Claro, até porque eu própria tinha discordado e acredito que as marcas se têm posicionado não apenas como uma força de crescimento, mas como uma força do bem.

A discussão teve excelentes argumentos de ambos os lados – os que defendem que o lucro hoje é feito à custa das pessoas e do planeta, com dados concretos e fontes confiáveis, e os que, por outro lado, consideram que as empresas, estando atentas às mudanças exigidas pelos consumidores e imbuídas de um propósito sério, agem como um acelerador da sustentabilidade. Os que acham que as empresas são parte do problema e os que, ao contrário, acreditam que são parte da solução.

Os dados foram surgindo no ecrã gigante: 2074 será o ano em que, ao ritmo atual, atingiremos os objetivos de desenvolvimento sustentável; faltam 136 anos para atingirmos a igualdade de género; 91% do plástico não é reciclável; 66% foi o crescimento da poluição per capita entre 1960 e 2014, etc.. Do lado oposto, surgiam exemplos de importantes iniciativas empresariais que colocam as pessoas e o planeta antes do lucro. Argumentos válidos assentes em conhecimento do consumidor, que demonstram que, apesar de as pessoas estarem muito atentas às notícias sobre temas ambientais e sociais, e de estarem preparadas para investir tempo e dinheiro em empresas que tentam fazer o bem, a verdade é que, enquanto consumidores, não se querem comprometer e optam pela melhor solução com a mais vantajosa proposta de valor, deixando para o



É a altura de decidirmos se queremos utilizar o enorme poder que temos enquanto marketers para alterar a situação, mesmo sabendo que a sustentabilidade não é uma estratégia de marketing, mas uma estratégia de negócio

marketing a responsabilidade de encontrar essa melhor solução.

E, durante uma hora, foi grande a confrontação até ao momento em que a atenção se voltou novamente para a audiência. Era tempo da prova dos nove e de ver de que forma o debate tinha influenciado o pensamento dos profissionais da grande indústria do marketing. Colocada novamente a questão, eis que surge o resultado no ecrã – 74% dos 800 profissionais presentes, concordaram que o marketing hoje é incompatível com um futuro sustentável. Surpresa?

Acho que não. Creio que, naquele momento, todos respondemos como cidadãos e não como profissionais de marketing. Baixámos a guarda e reconhecemos que somos parte do problema. Mas, é a altura de decidirmos se queremos utilizar o enorme poder que temos enquanto marketers para alterar a situação, mesmo sabendo que a sustentabilidade não é uma estratégia de marketing, mas uma estratégia de negócio.

Sabemos que temos as competências para o fazer, mas, enquanto comunidade, ainda não estamos lá. Temos excelentes exemplos de empresas a fazer um excelente e genuíno trabalho, mas essas representam ainda menos de 10%. Sim, devemos ser otimistas, devemos acreditar que podemos salvar o mundo, mas ainda não o estamos a fazer.

A boa notícia é que começamos a ser mais honestos...

Valorizar a sustentabilidade

No contexto da última Global Marketer Week, da World Federation of Advertisers, que teve como tema “A intersecção da sustentabilidade com a criatividade e a eficácia do marketing”, o autor alerta para os riscos de não optar por uma estratégia sustentável



CARLOS SÁ
Presidente da
APPM - Associação
Portuguesa dos
Profissionais de
Marketing

A sustentabilidade é um termo associado à satisfação das necessidades da atualidade sem comprometer as gerações do futuro. É ponto assente que este conceito é, cada vez mais, um fator de consideração quando se criam objetivos estratégicos a médio e longo prazo das empresas. É apresentada maioritariamente por duas vertentes: por um lado, na perspetiva da gestão do risco para as cadeias de valor, resultado da maior procura por recursos naturais e alterações climáticas, por outro, na perspetiva do marketing, em que a relação com os clientes ocupa um papel primordial, sendo imprescindível incorporar as novas exigências e padrões de consumo sustentáveis. Valorizar a sustentabilidade é também analisar o novo consumidor, que não se foca apenas nos produtos, serviços e preços, mas que procura também experiências com propósito. Os movimentos de compras com zero desperdício, por exemplo através da não existência de sacos, embalagens e talões, e as alternativas de utilização inteligente de matérias-primas são alguns dos exemplos de novos fluxos ligados à reparação e ao reaproveitamento de produtos e mercados de revenda.

Um estudo da Nielsen em 2015, que entrevistou 30 mil consumidores em 60 países, referia que algumas marcas de bens de consumo já debruçavam a sua atenção para a sustentabilidade. No caso dos consumidores da geração millennial, 73% já estavam dispostos a pagar mais por produtos sustentáveis. A mensagem é clara, existe um número cada vez maior de consumidores com consciência cívica, social e ecológica reforçada. De 2015 até a atualidade, as pessoas têm-se esforçado cada vez mais para se tornarem ecologicamen-

te mais corretas, mais sustentáveis e mais protetoras do meio ambiente. Esses, entre outros, são os valores que as empresas devem procurar para garantir a constante aquisição e satisfação do cliente. À medida que a empresa se começa a destacar pelos seus esforços de sustentabilidade, o reconhecimento da marca e a aquisição de clientes aumentam simultaneamente. É cada vez maior o risco das empresas se optarem por não implementar estratégias de marketing sustentável. A menos que uma marca se esforce para entender os desejos e as necessidades dos clientes, a probabilidade de manter clientes fiéis é reduzida. Uma estratégia de marketing fundamentada é de extrema importância para a taxa de eficácia ser positiva. A criatividade e a eficácia andam de mão dada. Criar os planos com base na veracidade do que se tem para oferecer é essencial e adotar estratégias sustentáveis implica que as mesmas tenham de ser transparentes e vistas pelo público. Conseguir comunicar os objetivos e as iniciativas sustentáveis delineadas na estratégia, tornando-os um valor-chave para a identidade da marca, faz com que o público seja mais estimulado a construir um relacionamento com a organização e aumenta os números, no sentido em que atrai pessoas mais conscientes e preocupadas. Sabendo, então, da relevância que a sustentabilidade ocupa no marketing, de que forma é que pode ser feita uma ligação para a criatividade e a eficácia? É um longo processo de coexistência, e, com cada vez mais marcas a adotarem vertentes sustentáveis, é urgente ser criativo para ter destaque e, desta forma, ter resultados positivos. Como nota de conclusão, sem dúvida que nos próximos anos a sustentabilidade continuará a estar no topo das tendências de consumo, de oferta e da comunicação e a criatividade é o fator-chave para elevar a marca a nível de eficácia de marketing.



LG

**INOVAÇÃO PARA
UM PLANETA MELHOR**



A LG trabalha ativamente para garantir que os seus produtos contribuam para um mundo mais sustentável.

**Maior rede europeia alimentada
100% com eletricidade
originada em fontes renováveis**



Together we can

vodafone