

YOUTH
FIT
FOR

55

TINERET ÎN FORMĂ PENTRU 55

Ghid de conștientizare



Co-funded by
the European Union

Finanțat de Uniunea Europeană. Cu toate acestea, punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă în mod necesar cele ale Uniunii Europene sau ale Agenției Executive pentru Educație și Cultură a Uniunii Europene (EACEA).

Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi trase la răspundere pentru acestea.



TABEL DE CONȚINUT

- | | |
|----|--|
| 01 | Introducere |
| 02 | Despre proiectul Youth-Fit-for-55 |
| 03 | Oferta verde europeană și impactul acesteia |
| 04 | De la principii la practică: Aplicații din lumea reală ale Green Deal european |
| 05 | Cum să organizați o campanie de sensibilizare |
| 06 | Recompensarea celor mai bune proiecte și idei |



Co-funded by
the European Union

Finanțat de Uniunea Europeană. Cu toate acestea, punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă în mod necesar cele ale Uniunii Europene sau ale Agenției Executive pentru Educație și Cultură a Uniunii Europene (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi trase la răspundere pentru acestea.

Youth Fit for 55 Awareness Guide ©
2023/2024 by LeLaba & the Youth Fit for
55 Consortium is licensed under CC BY-SA
4.0





Introducere

01

De ce am creat acest GUIDE și pentru ce este?

Privind în jur, lumea este copleșită de provocări. De la progresele tehnologice rapide la cele mai presante preocupări legate de sănătate, alimentație și mediu curat, generația noastră este martora unor schimbări profunde care afectează fiecare aspect al vieții noastre de zi cu zi. Ne confruntăm cu mari întrebări, imposibil de ignorat, și trebuie să abordăm în sfârșit elefantul din cameră. Acest elefant sunt schimbările climatice, subtil legate de fiecare alegere pe care o facem, de la energia pe care o consumăm la produsele pe care le cumpărăm.

Ca răspuns, comunitatea globală a îmbrățișat principiile sustenabilității și dezvoltării durabile, o abordare care a fost consolidată în 2015 prin Agenda 2030 a Organizației Națiunilor Unite, cunoscută și ca Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD), un set de obiective menite să asigure o planetă sănătoasă și o societate prosperă. Câțiva ani mai târziu, în 2019, UE a venit cu propria sa aromă de durabilitate - European Green Deal - care, în comparație cu ODD-urile ONU, este mai ambițioasă și extrem de orientată spre acțiune.

Prin urmare, am creat acest ghid pentru a crește gradul de conștientizare și de angajament al tinerei generații, liderii de mâine, față de preocupările noastre actuale cele mai exigente. Prin intermediul acestui ghid, ne propunem să le oferim tinerilor posibilitatea de a deveni inovatori sociali încrezători și participanți activi la modelarea unui viitor durabil.

Pentru a realiza acest lucru, ne vom scufunda mai întâi în complexitatea Green Deal-ului european, denumit și Tranziția verde, un efort foarte dinamic care necesită un efort colectiv uriaș. Va urma apoi o colecție de exemple de bune practici pentru a demonstra modul în care alții au reușit sau se străduiesc să abordeze aceste probleme. În cele din urmă, întrucât scopul nostru este să vă implicăm în tranziția ecologică, vă prezentăm etapele de creare și integrare a unei campanii de sensibilizare, astfel încât, la rândul dumneavoastră, să puteți reproduce modelul nostru și să vă implicați și mai mult comunitatea locală.





Despre proiectul Youth-Fit-for-55

02

Proiectul YFF55 și partenerii

Acest ghid de sensibilizare este creat în cadrul proiectului YOUTH fit-for-55, finanțat prin intermediul acțiunii-cheie Erasmus+ 2, Parteneriate de cooperare în domeniul tineretului.

Principala ambiție a proiectului YOUTH fit-for-55 este de a implica publicul său țintă principal, inclusiv tinerii, lucrătorii de tineret și liderii, în tranziția ecologică.

Obiectivele specifice ale proiectului sunt:

Sensibilizarea, înțelegerea și angajamentul față de tranziția ecologică și valorile sale fundamentale, provocările, metodele de punere în aplicare și soluțiile, pentru a iniția un dialog constructiv cu sectorul tineretului și a susține necesitatea și durabilitatea.

Dezvoltarea abilităților critice ale educatorilor de tineret pentru a se implica în tranziția ecologică a Europei și a o modela.

Dezvoltarea capacităților organizaționale ale organizațiilor de tineret necesare pentru (1) a se implica și (2) a inspira și a conduce tranziția ecologică a Europei și (în special) pentru (3) a inova pentru tranziția ecologică;

Asigurarea sustenabilității și difuzării adecvate a proiectului și a rezultatelor acestuia - prin intermediul unei platforme web cu acces liber și ușor de utilizat.



Parteneri de proiect



Asociația IDEI este o organizație non-profit din România, activă în domeniul educației, care coordonează oportunități educaționale și proiecte de mobilitate/ schimburi, în domeniul tineretului, pe teme precum sustenabilitatea, transformarea digitală, democrația și egalitatea de drepturi.



Le LABA (Laboratoire d'Arts based en Aquitaine) este o asociație non-profit cu sediul în Noua Aquitanie care sprijină dezvoltarea de proiecte transsectoriale în domeniile creației, educației, competențelor digitale, dezvoltării locale, turismului, tineretului și politicilor sportive.



TDM 2000 International este o organizație independentă care se străduiește să promoveze cooperarea prin instituirea unei rețele europene extinse de ONG-uri de tineret bine stabilite. Organizația lucrează pentru a crea legături între tinerii adulți, factorii de decizie politică, mass-media și alte părți interesate, promovând implicarea tinerilor în procesul de luare a deciziilor, subliniind rolul lor cheie pentru societățile noastre.



Momentum este o organizație irlandeză de educație a tinerilor axată pe dezvoltarea de programe și platforme de învățare progresivă pentru educație, cu accent special pe economia durabilă.



Research Factory este un start-up stabilit în România care oferă consultanță în servicii de redactare de proiecte, studii economice macroeconomice, regionale, precum și studii economice complete pe industrie la cerere. Cu un interes ridicat pentru cercetare, start-up-ul își propune să ofere acces la baze de date și depozite pe o gamă largă de subiecte și să furnizeze informații prin instrumente avansate de vizualizare pentru o mai bună elaborare a politicilor sau pentru decizii și strategii de afaceri documentate.



Institutul European de E-learning (EUEI) are experiență în proiectarea instrucțională, predare și tehnologie pentru a ajuta partenerii și cursanții să își atingă obiectivele prin metode de predare creative, netradiționale.



Oferta verde europeană și impactul său

03

Sustenabilitatea - subiect de discuție al vremurilor noastre



Termenul "durabilitate" a devenit un cuvânt la modă în dialogul nostru contemporan, fiind adesea folosit în discuții care merg de la sălile de consiliu ale întreprinderilor la sălile de curs ale facultăților. În spatele popularității sale se ascunde însă o abordare complexă care a evoluat în timp. Astfel, durabilitatea nu înseamnă doar "a deveni ecologic", ci mai degrabă promovarea unei existențe armonioase între umanitate și natură, asigurându-se că acțiunile și evoluțiile noastre nu compromit bunăstarea și existența niciuneia dintre acestea. Făcând un pas înainte, dezvoltarea durabilă reprezintă o călătorie către durabilitate sau, după cum afirmă elocvent Organizația Națiunilor Unite, "[dezvoltarea durabilă] satisface nevoile prezentului fără a compromite capacitatea generațiilor viitoare de a-și satisface propriile nevoi".

Sustenabilitatea cuprinde mai multe dimensiuni pentru a se asigura că fiecare se poate bucura de întregul set de drepturi ale omului, afectându-le în același timp cât mai puțin posibil pe cele ale generațiilor viitoare: administrarea mediului, incluziunea socială și dezvoltarea economică. Există discuții cu privire la existența unei a patra dimensiuni, și anume durabilitatea culturală. Acest aspect se concentrează pe conservarea și promovarea identității și diversității culturale, pe cultivarea creativității, pe onorarea rolului artei și al patrimoniului și pe adoptarea spiritualității și a memoriei ca părți integrante ale planificării comunitare.

Această înțelegere holistică a durabilității și a dezvoltării durabile pune bazele unei explorări mai profunde a dimensiunilor sale cheie:

- **Pilonul privind protecția mediului** se referă la gestionarea și utilizarea eficientă a resurselor naturale precum apa, aerul, mineralele, rezervele de carbon. Acesta ia în considerare efectele diferitelor activități umane asupra biodiversității și a mediului.
- **Pilonul social** se concentrează pe asigurarea accesului echitabil la drepturile și nevoile fundamentale ale omului. Acesta cuprinde urmărirea egalității, practicarea democrației, susținerea drepturilor omului și promovarea justiției sociale. Sustenabilitatea socială se referă, de asemenea, la construirea unor comunități reziliente care se pot adapta și prospera în mijlocul provocărilor de mediu, asigurându-se că fiecare are șanse egale de a duce o viață împlinită.
- **Pilonul viabilității economice** se învârtă în jurul practicilor durabile în producție, utilizarea și gestionarea resurselor. Acesta abordează preocupări legate de comportamentul consumatorilor, tehnologie, muncă și distribuirea echitabilă a bogăției. Accentul este pus pe crearea unor sisteme economice care pot susține bunăstarea umană și ecologică pe termen lung, fără a epuiza resursele pe care se vor baza generațiile viitoare.



Ce este mai exact Uniunea Europeană Green Deal?

Altfel spus, acordul verde european este planul de dezvoltare durabilă al Europei pentru următoarele decenii. Este un proiect de modernizare și transformare a economiei UE pentru a afecta cât mai puțin mediul, pentru a face față provocării actuale de mediu.

Înțelegerea Green Deal vă va asigura că sunteți mai bine pregătiți pentru viitor, profitând de oportunitățile actuale și minimizând potențialele dezavantaje.

Gândiți-vă la Green Deal ca la o călătorie plină de acțiune a UE către Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD) ale ONU. Aceste 17 obiective, stabilite în 2015, sunt ca o listă globală de lucruri de făcut pentru o lume mai bună până în 2030, iar Green Deal este modul nostru de a bifa aceste sarcini.



Figura 1 - Obiectivele de dezvoltare durabilă ale Organizației Națiunilor Unite

Acordul verde european vizează transformarea UE într-o economie ecologică și eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor, în care creșterea nu costă pământul.

Obiectivele sale principale sunt:

- **Atingerea neutralității climatice până în 2050** - Aceasta înseamnă că UE intenționează să echilibreze cantitatea de gaze cu efect de seră produse și eliminate din atmosferă, reducând efectiv amprenta sa de carbon la zero.
- **Creșterea economică decuplată de utilizarea resurselor** - Scopul este de a crește economia într-un mod care să nu se bazeze pe utilizarea mai multor resurse naturale. Este vorba despre o creștere mai inteligentă și mai durabilă.
- **Nicio persoană lăsată în urmă** - Scopul este de a ne asigura că aceste schimbări sunt echitabile și benefice pentru toți.

Ce este mai exact Uniunea Europeană Green Deal?

Aceste obiective ajung să afecteze toate aspectele vieții noastre (și ale întreprinderilor), inclusiv modul în care călătorim, energia pe care o consumăm, clădirile în care locuim și lucrăm, modul în care sunt cultivate alimentele și ce mâncăm, modul în care industriile produc bunuri, modul în care tratăm poluarea și deșeurile și chiar aspecte precum impozitele și beneficiile sociale

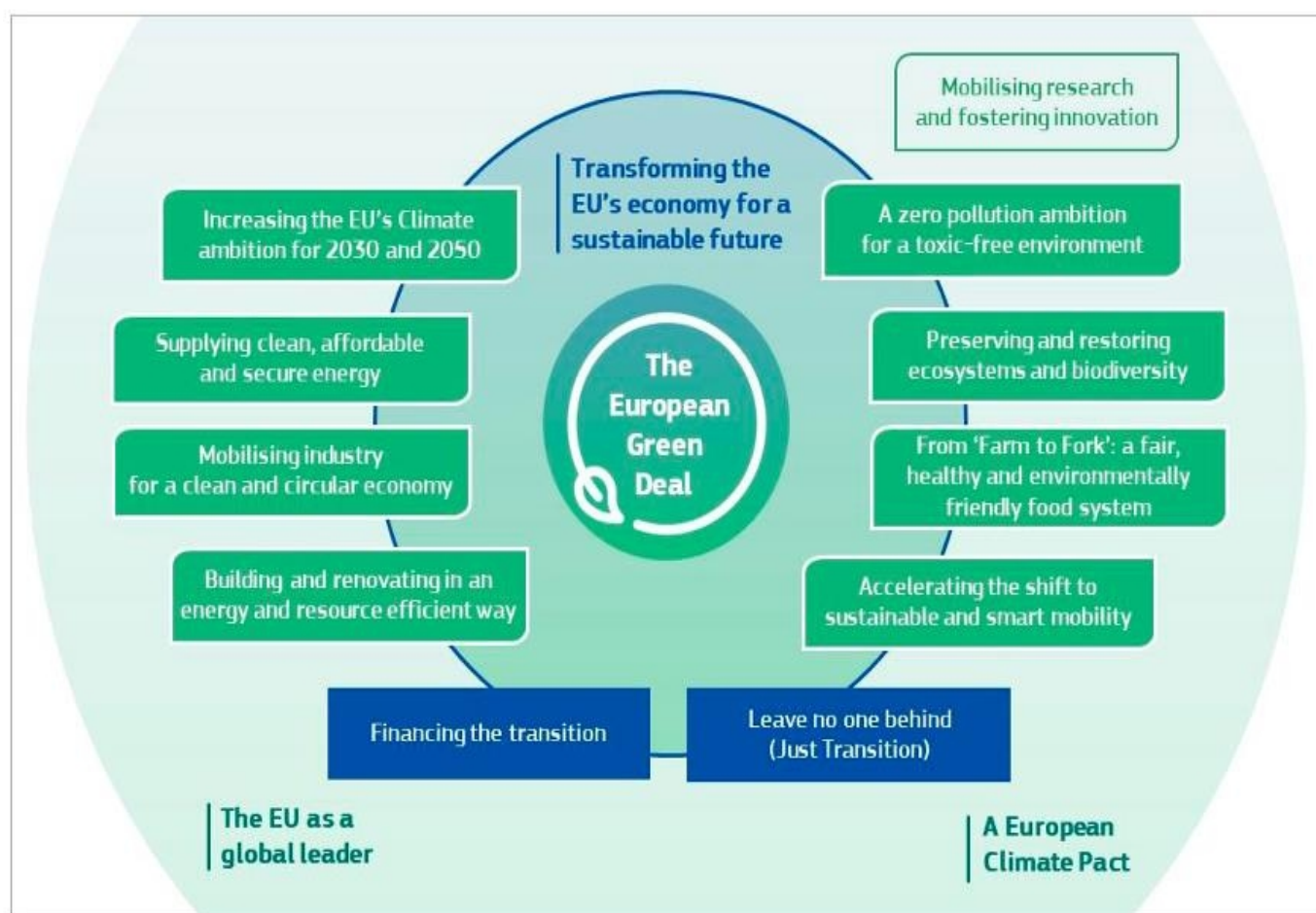
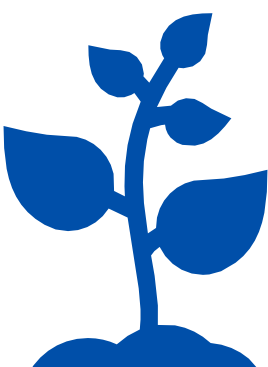


Figura 2 - Oferta verde europeană



Principalele domenii de acțiune ale Uniunii Europene

Green Deal:

Principalele domenii de acțiune ale acordului european Green Deal:

Acestea sunt câteva dintre domeniile-cheie în care UE acționează, creează noi norme și oferă oportunități de finanțare pentru a avea un mare impact pozitiv:



Mobilitate durabilă - Promovarea unor mijloace de transport mai durabile.



Energie curată - Oportunități pentru surse de energie alternative, mai curate



Construcții și renovări - Nevoia de un agent de curățenie sectorul construcțiilor



Alimentație durabilă - Modalități de a asigura sisteme alimentare mai durabile



Agricultura durabilă - Durabilitatea agriculturii și a zonelor rurale din UE datorită politicii agricole comune (PAC)



Industria durabilă - Modalități de asigurare a unor cicluri de producție mai durabile și mai prietenoase cu mediul



Economia circulară - Asigurarea reutilizării și regenerării materialelor și produselor



Poluare și deșeuri - acțiuni de prevenire a poluării, precum și măsuri de curățare și remediere a acesteia



Biodiversitate - Măsuri de protecție a ecosistemului nostru divers și fragil

Cum ar putea funcționa Green Deal-ul european

Impact asupra ta?

Adoptarea obiectivelor Green Deal în viața de zi cu zi, fie prin alegeri personale, proiecte comunitare sau chiar viitoare idei de afaceri, poate avea mai multe beneficii. Doar prin alinierea la standardele și reglementările UE, ați putea găsi oportunități de finanțare, stimulente și sprijin. Mai important, adoptarea practicilor durabile garantează că stilul dvs. de viață, inițiativele sau viitoarele dvs. afaceri rămân relevante și evită problemele legate de durabilitate pe măsură ce lumea se îndreaptă către un viitor mai ecologic.

Aceasta ar putea însemna să faceți alegeri ecologice în rutina zilnică, să vă implicați în proiecte comunitare axate pe durabilitate sau chiar să luați în considerare mediul atunci când vă planificați viitoarele cariere sau aventuri antreprenoriale. Green Deal nu se referă doar la marile companii; este vorba despre abilitarea fiecăruia dintre noi de a juca un rol în modelarea unei lumi mai ecologice și mai durabile.

Acum, după ce am abordat elementele de bază ale "Afacerii verzi" europene, să ne aplecăm asupra domeniilor specifice în care tu, ca tânăr, poți avea un impact real. Vom explora diferite sectoare, cum ar fi transportul, alimentația, biodiversitatea, agricultura și energia, și vom vedea cum schimbările mici în alegerile și acțiunile noastre zilnice pot contribui semnificativ la un viitor durabil.



Oferta verde europeană

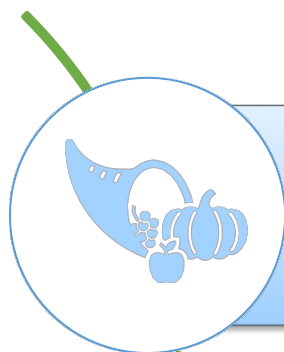
Domeniu de politică - TRANSPORT

Transport

- În prezent, transporturile sunt responsabile pentru 25% din emisiile de gaze cu efect de seră ale UE. Aceasta include **transportul de persoane și bunuri**.
- Pentru a atinge neutralitatea climatică, este necesară o reducere cu 90% a emisiilor din transporturi până în 2050.
- Green Deal își propune să sprijine alternative accesibile, mai sănătoase și mai curate pentru transportul de persoane. Scopul său este de a sprijini trecerea la transportul feroviar și pe apă, inclusiv transportul maritim pe distanțe scurte pentru mărfuri.

Oferta verde europeană v-ar putea afecta în mod semnificativ prin promovarea unui aer și a unei ape mai curate și a unui mediu mai sănătos, ceea ce ar duce la îmbunătățirea bunăstării generale. Scopul său este de a face din Europa primul continent neutru din punct de vedere climatic până în 2050, ceea ce ar putea duce la reglementări de mediu mai stricte, cu impact asupra întreprinderilor și consumatorilor deopotrivă. S-ar putea înregistra o creștere a locurilor de muncă și a industriilor ecologice, dar și costuri potențial mai mari pentru bunurile și serviciile care nu sunt ecologice.

Cum puteți face o diferență?



Alegeți local - Încercați să reduceți la minimum emisiile de gaze prin utilizarea, pe cât posibil, materiale și produse obținute pe plan local sau bunuri care au fost transportate în mod durabil. Acest lucru va deveni mai ușor în timp, deoarece Green Deal își propune, de asemenea, să facă impactul produselor asupra mediului mai transparent, astfel încât să puteți lua decizii în cunoștință de cauză.



Transport inteligent - Gândiți-vă la modul în care călătoriți. Puteți merge pe jos, cu bicicleta sau folosi mai des transportul public? Fiecare călătorie cu mașina pe care o evitați contribuie la reducerea emisiilor.

Informații interesante despre transport!

Orice material sau produs pe care îl utilizați, de la telefon la adidași, a parcurs o anumită distanță pentru a ajunge la dumneavoastră. Cu cât vine de mai departe, cu atât emisiile de gaze sunt mai mari.

Oferta verde europeană

Domeniu de politică -

Date interesante despre energie!

Modul în care producem și utilizăm energia este responsabil pentru **mai mult de 75% din emisiile de gaze cu efect de seră ale UE**. **Decarbonizarea sistemului energetic al UE** este, prin urmare, esențială pentru atingerea neutralității carbonului până în 2050.

Danemarca este lider în mod în adoptarea rapidă a surselor regenerabile. Această țară generează peste 50% din electricitatea sa exclusiv din energie eoliană și solară.

Cum puteți face o diferență?



Alegeți energia regenerabilă - Trebuie să luați în considerare modul în care este produsă energia pe care o utilizați. În mod ideal, **încercați să utilizați energie din surse regenerabile**: energie solară și eoliană, hidroenergie (valorificarea puterii apei în mișcare), energie geotermală (valorificarea căldurii provenite din miezul Pământului), energie din biomasă (energie obținută prin arderea resturilor vegetale)



Energie: Aparate inteligente - Echipați-vă instalațiile cu aparate inteligente care sunt concepute pentru a economisi energie și a fi mai eficiente. Acest lucru nu numai că vă reduce amprenta de carbon, dar vă poate economisi și bani la facturile de energie.



Eficiența energetică zilnică - Acțiunile mici sunt adesea subestimate. Fiți mai atenți la modelele dvs. de consum de energie. Aceasta include stingerea luminilor atunci când părăsiți camera sau deconectarea dispozitivelor atunci când nu sunt utilizate



Domeniul de politică european

Green Deal - CONSTRUCȚII

Construcția, utilizarea și renovarea clădirilor reprezintă 40% din energia utilizată în UE. În plus, sectorul construcțiilor utilizează resurse minerale sau neregenerabile precum nisip, pietriș, ciment. De asemenea, transportul acestor resurse de la locul de extracție la șantier generează emisii de gaze. Înutil de menționat că resturile rămase de pe șantierele de construcții generează deșeuri și poluare.

Cum puteți face o diferență?

Date interesante despre construcții!

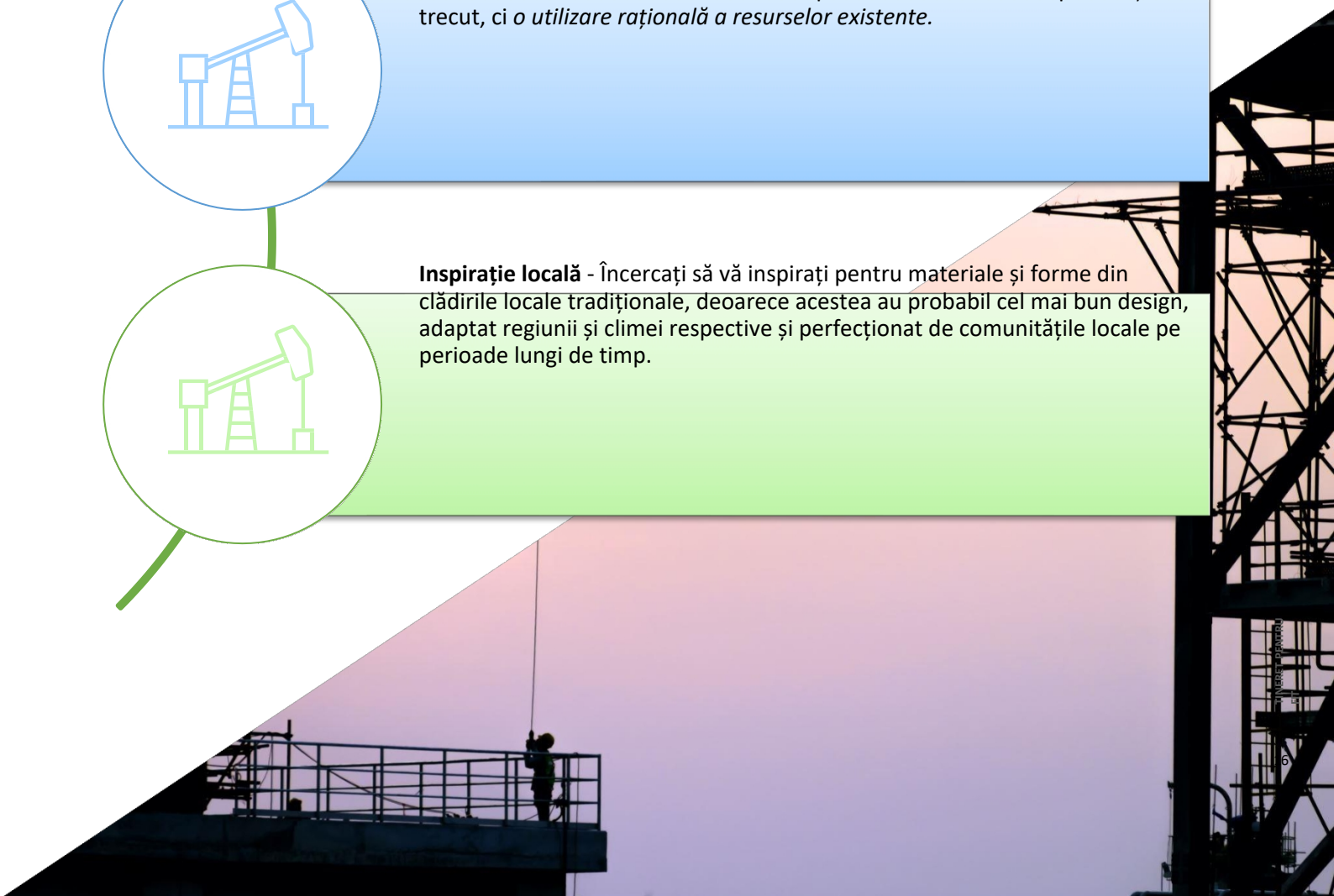
Hempcrete este o alternativă durabilă la betonul tradițional și este fabricat din fibre de cânepă, var și apă. Beneficiile acestui material ecologic includ nu numai o amprentă de carbon redusă, ci și o izolare excelentă, care reduce semnificativ consumul de energie pentru încălzire și răcire.



Valoarea patrimoniului - În contextul actualei crize de mediu, *conservarea și reutilizarea clădirilor vechi* nu mai reprezintă un act de respect față de trecut, ci o *utilizare rațională a resurselor existente*.



Inspirație locală - Încercați să vă inspirați pentru materiale și forme din clădirile locale tradiționale, deoarece acestea au probabil cel mai bun design, adaptat regiunii și climei respective și perfecționat de comunitățile locale pe perioade lungi de timp.



Oferta verde europeană

Domeniu de politică

Legătura dintre oameni sănătoși, societăți sănătoase și o planetă sănătoasă plasează sistemele alimentare durabile în centrul Green Deal-ului european.

Acesta este motivul pentru care **strategia UE "De la fermă la masă"** este unul dintre cele mai importante elemente ale "Green Deal". Aceasta vizează reducerea la jumătate a utilizării pesticidelor, reducerea cu 20% a utilizării îngrășămintelor și creșterea agriculturii ecologice la 25% din terenurile agricole până în 2030. Această strategie schimbă regulile jocului, transformând modul în care alimentele sunt produse, vândute și consumate în UE pentru a le face mai sănătoase pentru oameni și pentru planetă

Informații interesante despre alimente!

La nivel mondial, există o schimbare notabilă în favoarea dietelor pe bază de plante, în timp ce Europa se confruntă cu o fascinantă creșterea produselor alimentare pe bază de alge. Consumatorii optează din ce în ce mai mult pentru alternative la carne, disponibile într-o mare varietate în supermarketuri și restaurante. Algele, cunoscute pentru respectarea mediului și beneficiile pentru sănătate, devin o alegere populară în acest context.

Cum puteți face o diferență?



Încercați să cumpărați alimente din surse locale, deoarece astfel se reduce la minimum impactul transportului asupra mediul înconjurător și ajută fermierii locali/membrii comunității locale.



Încercați să cumpărați alimente de la **ferme durabile, ecologice**.



Încercați să **gătiți cu ingrediente de sezon, cultivate local**, deoarece acestea sunt probabil cele mai bune opțiuni pe care Mama Natură le-a produs pentru regiunea și clima respectivă.



Încercați să **produceți cât mai puține deșeuri posibil** și elaborați un plan de reutilizare deșeurile generate (de exemplu, sub formă de compost).

Oferta verde europeană

Domeniu de politică - ECONOMIE CIRCULARĂ

Consumul global de materiale, atât biomasă (material organic care provine de la plante și animale), cât și resurse neregenerabile (cum ar fi combustibilii fosili, metalele și mineralele), este în continuă creștere, la fel și deșeurile pe care le generează anual.

Extragerea acestor resurse limitate pe care le folosim o dată și apoi le aruncăm este iresponsabilă și irațională. De fapt, jumătate din totalul emisiilor de gaze cu efect de seră și peste 90% din pierderea biodiversității și stresul hidric sunt atribuite extracției și prelucrării resurselor. În mod clar, modelul tradițional de "a lua, a face, a utiliza, a arunca" nu funcționează.

Cum puteți face o diferență?



Sprijiniți produsele durabile - Alegeți produse care sunt concepute pentru o durată lungă de viață, care pot fi ușor reparate, modernizate sau reciclate. Atunci când cumpărați, prioritizați calitatea și durabilitatea în detrimentul cantității. De asemenea, puteți sprijini produsele cu un procent ridicat de conținut reciclat și încurajați-i pe alții să facă același lucru.



Reduceți, reutilizați, reciclați - Evitați articolele și produsele de unică folosință concepute pentru o durată de viață scurtă. Reduceți ceea ce cumpărați, refolosiți ceea ce puteți și reciclați ceea ce nu puteți.



Închiriați în loc să cumpărați - Explorați și utilizați servicii prin care puteți împrumuta, închiria sau partaja produse în loc să le dețineți, reducând astfel cererea generală de produse noi.

Informație interesantă despre economia circulară!

Știați că promovarea de către UE a unui standard unificat de încărcare a dus la schimbări majore în industria electronică? De exemplu, Apple Inc. cunoscută pentru încărcătoarele sale unice Lightning, trece la modelul de tip C pentru toate dispozitivele sale. Această evoluție către un tip universal de încărcător nu numai că simplifică lucrurile pentru consumatori, ci și reduce semnificativ deșeurile electronice.

Domeniul de politică european

Green Deal - BIODIVERSITATE

Mările, oceanele și mediul Europei sunt o sursă de bogăție naturală și economică pentru Europa. Acest pilon [Green Deal](#) include protejarea biodiversității și a ecosistemelor noastre, reducerea poluării aerului, apei și solului, trecerea la o economie circulară, îmbunătățirea gestionării deșeurilor și asigurarea sustenabilității sectoarelor economiei albastre și pescuitului noastre.

Cum puteți face o diferență?

Interesant fapt privind biodiversitatea!

Albinele sunt responsabile pentru polenizarea a aproximativ 75% din culturile alimentare pe care le consumăm. Fără ele, multe dintre fructele, legumele și nucile pe care ne bazăm pentru alimentația noastră zilnică nu ar reuși să se reproducă.

Declinul populațiilor de albine se datorează în principal activităților umane, cum ar fi pierderea habitatului, agricultura intensivă și utilizarea pesticidelor.



Eforturi de conservare - Participați la sau sprijiniți proiectele locale de conservare care vizează protejarea habitatelor și a speciilor. Aceasta poate include voluntariatul pentru campanii de curățenie, evenimente de plantare de copaci sau studii privind fauna sălbatică.



Călătoriți responsabil - Atunci când călătoriți, alegeți opțiuni ecologice și respectați habitatele naturale și viața sălbatică. Evitați activitățile care dăunează mediului sau contribuie la distrugerea habitatelor. De exemplu, evitați explorarea zonelor naturale cu vehicule motorizate



De la principii la practică: Aplicații din lumea reală ale Green Deal european

04

De la principii la practică: Aplicații din lumea reală ale Green Deal-ului european

După ce am explorat diferitele fațete și obiective ale **Green Deal european**, este clar că această inițiativă ambițioasă este mai mult decât un simplu cadru politic - **este o chemare la acțiune pentru o schimbare transformatoare în toate sectoarele.**

Adevărata măsură a succesului EGD constă în implementarea sa practică, în care principiile se întâlnesc cu aplicațiile din lumea reală.

Acesta este momentul în care ne îndreptăm atenția către studii de caz inspirate ale întreprinderilor și organizațiilor din întreaga lume care au reușit integrat cu succes durabilitatea în practicile, produsele și serviciile lor de bază. Aceste exemple servesc nu numai ca o mărturie a ceea ce se realizează deja, ci și ca o sursă de inspirație și îndrumare pentru cei care doresc să se angajeze pe o cale similară de transformare durabilă.



55

Modă

Internațional

DEPOP



DEPOP este o piață care permite utilizatorilor să cumpere și să vândă articole de modă și lifestyle second-hand.

Utilizatorii își pot crea propriile vitrine virtuale, unde pot vinde articole precum îmbrăcăminte, accesorii, pantofi, produse de înfrumusețare și decorațiuni interioare.

DEPOP oferă, de asemenea, resurse și educație privind moda durabilă și încurajează utilizatorii să își repare și să își recicleze articolele pentru a le prelungi durata de viață.

Pentru a afla mai multe, accesați,
<https://www.depop.com/>

DEPOP

Principalul obiectiv al DEPOP este de a schimba modul în care facem cumpărături, prin păstrarea hainelor care există deja și care trec de la o persoană la alta. Aceștia iau măsuri pentru a promova o industrie a modei mai circulară și pentru a aduce moda circulară la mai mulți oameni. DEPOP încurajează utilizatorii să își repare și să își recicleze articolele pentru a le prelungi durata de viață, reducând astfel nevoia de produse noi și emisiile asociate.

Compania a elaborat un plan de sustenabilitate pentru perioada 2021-2022, care servește drept ghid pentru toate schimbările și îmbunătățirile care trebuie făcute în acest domeniu. Acest document este disponibil tuturor pe site-ul web, iar compania publică, de asemenea, o actualizare anuală cu privire la progresul lor. În comparație cu alte piețe second-hand, acestea sunt puternic angajate față de sustenabilitate și moda cu emisii reduse de carbon și implementează 3 acțiuni principale pentru a atinge acest obiectiv.

Atingerea neutralității carbonului

Pentru a-și reduce amprenta de carbon, DEPOP investește în surse de energie regenerabilă și se angajează să furnizeze 100% energie regenerabilă pentru birourile și centrele sale de date până în 2022. De asemenea, DEPOP implementează practici eficiente din punct de vedere energetic în birourile sale și încurajează vânzătorii să utilizeze metode de expediere durabile și materiale de ambalare ecologice. DEPOP a încheiat un parteneriat cu Carbon Trust pentru a-și compensa emisiile de carbon rămase prin investiții în energie regenerabilă și în proiecte de reducere a emisiilor de carbon.

Preferință sistematică pentru moda circulară sau fabricată în mod responsabil pentru colaborări

Depop colaborează cu mărci și vânzători pentru a aduce colecții circulare în comunitatea lor. De asemenea, Depop colaborează cu industriile TV și de divertisment pentru a aduce moda circulară în fața publicului larg, contribuind la normalizarea second-hand în cultura pop.

Furnizarea de resurse educaționale și oportunități de mentorat pentru a ajuta antreprenorii, creativi sau micile întreprinderi din grupuri subreprezentate să își dezvolte afacerile în mod durabil.

Programul de mentorat Now/Next se concentrează pe sprijinirea și accelerarea eforturilor durabile ale comunității. Există un program dedicat întreprinderilor care doresc să extindă circularitatea la nivelul proiectului lor și un alt program dedicat proiectelor la scară mai mică.

Angajamentul DEPOP față de durabilitate este transversal și se extinde la toate domeniile companiei. În primul rând, obiectivul companiei este de a educa și de a oferi clienților posibilitatea de a face alegeri mai durabile atunci când cumpără și vând articole second-hand. DEPOP încurajează utilizatorii să își repare și să își recicleze articolele pentru a le prelungi durata de viață, reducând astfel nevoia de produse noi și emisiile asociate. Platforma promovează, de asemenea, practici de expediere durabile și încurajează vânzătorii să utilizeze materiale de ambalare ecologice.

Angajații DEPOP sunt, de asemenea, afectați de eforturile de sustenabilitate ale companiei, deoarece sustenabilitatea este integrată în cultura companiei și este un element cheie în procesele decizionale. Obiectivul este de a integra în mod oficial durabilitatea și diversitatea, echitatea și incluziunea (DEI) în obiectivele echipei de conducere, în eforturile de formare și în obiectivele departamentelor cheie, acolo unde este cazul. DEPOP pune la dispoziția angajaților săi resurse de formare și educație pentru a promova practicile și comportamentele durabile. Acestea includ ateliere și prezentări pe teme legate de durabilitate, cum ar fi reducerea deșeurilor, eficiența energetică și aprovizionarea durabilă.

UNILEVER



Unilever este o companie multinațională de bunuri de consum care oferă o gamă largă de produse, inclusiv alimente și băuturi, agenți de curățare, produse de frumusețe și de îngrijire personală.

Aceștia au implementat diverse acțiuni în vederea unei tranziții ecologice. Aceștia s-au angajat să obțină emisii nete zero de la produsele lor până în 2039 și s-au angajat să își facă operațiunile neutre din punct de vedere al emisiilor de carbon până în 2030. Unilever se concentrează pe reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră, îmbunătățirea utilizării eficiente a apei, aprovizionarea cu ingrediente durabile și promovarea reciclării și a reducerii deșeurilor în întregul său lanț valoric.

Bunuri de consum

Internațional

Angajamentul Unilever față de un viitor mai ecologic este determinat de o combinație de direcții ale conducerii și de departamentul dedicat Sustenabilității și Responsabilității Corporative (CSR). Eforturile acestora implică colaborarea între departamente și implicarea angajaților la toate nivelurile.

Tranziția ecologică a Unilever a început cu o evaluare internă a impactului său asupra mediului prin audituri aprofundate, inclusiv prin măsurarea amprenteii sale de carbon. Aceștia au mers dincolo de operațiunile interne și au evaluat impactul furnizorilor și clienților lor pentru a-și evalua întregul lanț valoric și pentru a identifica domeniile care necesită îmbunătățiri.

Aceste eforturi de tranziție ecologică depuse de Unilever au o influență pozitivă asupra diferitelor părți interesate. Clienții sunt încurajați să facă alegeri mai durabile, angajații se implică activ în practici durabile, furnizorii sunt încurajați să adopte abordări mai ecologice, iar comunitățile locale beneficiază de inițiative de mediu.

Unilever adoptă o abordare internă pentru a integra schimbările în întreaga structură a companiei și în mentalitatea angajaților. Aceștia oferă cursuri de formare și ateliere de lucru pentru a crește gradul de conștientizare cu privire la durabilitate, pentru a încuraja implicarea angajaților în inițiativele de mediu și pentru a încorpora practicile durabile în stilul lor de management. Unilever a stabilit un plan de viață durabilă cu obiective specifice pentru a ghida integrarea durabilității în produsele, operațiunile și cultura sa.

Pentru a-și sprijini tranziția ecologică și obiectivele de sustenabilitate, Unilever utilizează o serie de măsuri:

Unilever a elaborat un plan cuprinzător de viață durabilă care prezintă angajamentele și obiectivele sale în domenii-cheie precum schimbările climatice, gestionarea apei, reducerea deșeurilor și aprovizionarea durabilă. Acest plan servește drept foaie de parcurs pentru eforturile lor de sustenabilitate.

Unilever aplică practici de durabilitate în cadrul lanțului său de aprovizionare prin stabilirea de cerințe stricte pentru furnizorii săi, inclusiv standarde de mediu, aprovizionare etică și practici de producție responsabile. Furnizorii care nu se conformează se pot confrunta cu consecințe precum rezilierea contractului sau pierderea de oportunități de afaceri.

Acestea promovează implicarea angajaților prin ateliere, programe de formare și canale de comunicare internă. Acestea educă angajații cu privire la aspectele legate de durabilitate, le oferă îndrumare cu privire la practicile durabile și îi încurajează să contribuie cu idei și inițiative care sprijină tranziția ecologică a companiei.

Prin stilul său de management, Unilever integrează durabilitatea prin încorporarea acestora în procesele decizionale, în evaluările de performanță și în stimulentele acordate angajaților. Unilever promovează gândirea și comportamentul durabil în întreaga organizație, cu scopul de a-l încorpora în cultura companiei.

Unilever se concentrează pe dezvoltarea de produse cu un impact redus asupra mediului.

Investește în cercetare și dezvoltare pentru a crea inovații durabile, cum ar fi formule concentrate care necesită mai puține ambalaje, materiale reciclabile și ingrediente ecologice. De asemenea, își propune să reducă la minimum utilizarea substanțelor chimice dăunătoare.

Pentru a afla mai multe, accesați <https://www.unilever.com/>

CABARET VERT

Cultură

Franța



"Le Cabaret Vert" este un festival de muzică care are loc în fiecare an în Charleville-Mézières, un oraș din nord-estul Franței. Festivalul are loc din 2005 și a devenit unul dintre cele mai populare evenimente muzicale din țară.

Organizatorii au pus în aplicare mai multe strategii pentru a minimiza impactul asupra mediului, iar festivalul a primit recunoaștere pentru eforturile sale de sustenabilitate și a fost distins cu prestigiosul premiu "Greener Festival Award" pentru mai mulți ani la rând.

Pentru a afla mai multe, accesați - <https://cabaretvert.com/>

CABARET VERT

Festivalul a fost fondat de un grup de prieteni pasionați de muzică și care doreau să creeze un nou eveniment cultural în orașul lor natal. Inițial, festivalul a fost unul de o zi, care a atras aproximativ 4 000 de participanți și a prezentat o gamă de muzicieni locali și regionali. Astăzi, festivalul Cabaret Vert este un eveniment de patru zile care are loc în fiecare august și atrage aproximativ 100 000 de participanți.

De asemenea, festivalul a devenit cunoscut pentru **angajamentul său față de durabilitate și responsabilitatea față de mediu** și a primit mai multe premii pentru eforturile sale de a-și reduce impactul asupra mediului. Organizatorii festivalului Cabaret Vert au început să pună în aplicare măsuri de durabilitate la începutul anilor 2010, ca răspuns la preocupările tot mai mari privind impactul festivalurilor de muzică asupra mediului, inclusiv emisiile de carbon asociate transportului și utilizării energiei, precum și deșeurile generate de mulțimile mari. Acestea au fost, de asemenea, determinate de dorința de a servi drept model pentru alte evenimente și organizații din regiune. Eforturile de sustenabilitate ale festivalului au fost recunoscute prin mai multe premii și certificări, inclusiv certificarea ISO 20121 pentru gestionarea sustenabilității evenimentelor și eticheta ecologică europeană pentru evenimente ecologice.

Festivalul Cabaret Vert a pus în aplicare o gamă largă de măsuri de promovare a sustenabilității, inclusiv o cartă sau foaie de parcurs care detaliază 12 acțiuni și obiective ambițioase care trebuie îndeplinite până în 2025 și care servesc drept document director pentru eforturile de sustenabilitate ale festivalului. Există, de asemenea, o **strategie specifică cu emisii reduse de carbon**, care a început în 2022 cu stabilirea unei evaluări a emisiilor de carbon ale ediției din 2022 pentru a identifica principalele provocări, riscuri și oportunități ale strategiei. Următorul plan de acțiune 2023-2027 stabilește obiective și traiectorii pentru a fi compatibil cu obiectivul de limitare a încălzirii globale la 2°C convenit prin Acordul de la Paris în 2015.

Iată câteva exemple de inițiative sustenabile implementate de festival care contribuie la atingerea obiectivului de zero emisii de carbon:

Plan de gestionare a deșeurilor pentru a minimiza deșeurile și a maximiza reciclarea. Festivalul pune la dispoziție pubele de reciclare și încurajează participanții să își aducă propriile sticle și pahare reutilizabile pentru a reduce utilizarea articolelor de unică folosință.

Colaborarea cu artiști și organizații locale pentru **reutilizarea și reconversia materialelor** folosite în timpul festivalului. De exemplu, bannerele folosite sunt transformate în geți, iar gardurile vechi sunt transformate în mobilier.

Acțiuni în favoarea biodiversității locale, cum ar fi lăsarea unei părți din teren în starea sa naturală, fără udare, cosire, fertilizare sau plantare de semințe pentru o parte din an.

Alimentele și băuturile provin din surse locale, reducând emisiile de carbon asociate transportului și sprijinind producătorii locali.

Surse de energie verde, cum ar fi panourile solare și turbinele eoliene, pentru a-și alimenta operațiunile. Acest lucru reduce amprenta sa de carbon și dependența de combustibilii fosili.

Încurajează **modurile de transport durabile**, cum ar fi transportul public, mersul cu bicicleta sau pe jos. De asemenea, pun la dispoziție autobuze navetă și facilități de parcare securizată pentru biciclete.

Pentru a avea un impact mai mare, festivalul participă, de asemenea, la campanii naționale, cum ar fi campania **Drastic on Plastic** care reunește și însoțește mai mult de o sută de festivaluri franceze care doresc să spună nu plasticului de unică folosință și de unică folosință. De asemenea, acestea fac parte din rețele europene de diseminare și îmbunătățire a bunelor practici, cum ar fi **proiectul european DECARB-ON!** care își propune să experimenteze și să împărtășească căi concrete inspiraționale pentru

decarbonizarea marilor festivaluri.

Cultură

Franța

55

5 CARTA JURNALISMULUI



Inițiativa "Upgrading journalistic practices to tackle the ecological emergency" (sau "Charte pour un journalisme à la hauteur des enjeux écologiques") este o carte pentru un jurnalism responsabil cu privire la problemele de mediu, care include 15 angajamente pe care organizațiile media le pot adopta pentru a integra problemele de mediu în rapoartele și operațiunile lor.

Pentru a afla mai multe, accesați - <https://chartejournalismeecologie.fr/upgrading-journalistic-practices-to-tackle-the-ecological-emergency-a-charter/>

CARTA JURNALISMULUI

În martie 2022, canalul media Vert.eco a lansat ideea unui "manifest pentru o ecologie mediatică". Având în vedere că francezii sunt slab informați cu privire la climă și că această dezinformare împiedică conștientizarea și acțiunea în domeniul climei, ideea este de a găsi o modalitate de a reconcilia cetățenii cu jurnaliștii și mass-media într-o abordare care combină problemele legate de climă, lumea vie și justiția socială. De asemenea, este vorba despre reunirea actorilor din mass-media, societatea civilă și oamenii de știință.

Carta care a rezultat din această idee inițială promovează practicile jurnalistice responsabile care se concentrează asupra problemelor de mediu și asupra necesității urgente a unei tranziții ecologice. Aceasta subliniază **importanța acoperirii tuturor subiectelor legate de climă, biodiversitate și justiție socială într-o manieră interdisciplinară, inclusiv informarea cu privire la soluțiile reale, dar și a transparenței, independenței, verificării faptelor și abordării științifice, cooperării, abordării educaționale și formării constante în jurnalism** pentru a aborda pe deplin aceste probleme.

Este demn de remarcat faptul că inițiativa este voluntară și că nu există măsuri coercitive sau sancțiuni pentru nerespectarea angajamentelor. Cu toate acestea, prin semnarea cartei, organizațiile media își iau un angajament public de a-și schimba practicile jurnalistice și de a promova practicile durabile.

Carta a fost semnată de un număr impresionant de consilii editoriale, companii de producție, sindicate, asociații și colective de jurnaliști, școli de jurnalism și centre de formare, precum și de peste 1 500 de jurnaliști în calitate de persoane fizice. În plus față de aceste organizații media, carta a fost, de asemenea, susținută de mai mulți experți și oameni de știință și de membri ai societății civile.

Iată 3 exemple de articole incluse în cartă care arată că aceasta este o inițiativă foarte importantă care va contribui la obiectivul Uniunii Europene privind emisiile reduse de carbon. Dintre audiența și vizibilitatea pe care le au mass-media, rolul lor educativ și de informare este central și nu poate fi neglijat.

Acoperiți toate subiectele legate de climă, biodiversitate și justiție socială într-un mod interdisciplinar. Acestea sunt strâns legate între ele. Ecologia nu mai poate fi limitată la o rubrică separată; ea trebuie să devină o prismă prin care sunt abordate articolele.

Pregătiți-vă pentru un jurnalism "cu emisii reduse de carbon". Reducerea amprente de carbon a activităților jurnalistice, folosind instrumente și mijloace mai ecologice, fără a renunța la munca de teren necesară. Încurajați redacțiile să se bazeze pe jurnaliștii locali ori de câte ori este posibil.

Extinderea sferei de acoperire. Abținerea de la a face apel doar la indivizi pentru a-și asuma responsabilitatea și a lua măsuri și considerarea tulburărilor ca o problemă sistemică care necesită răspunsuri politice.

În calitate de jurnalist sau reprezentant media, puteți semna această cartă direct online:



Această inițiativă se referă în principal la mass-media din Franța, dar există inițiative similare și în alte țări:

- Internațional:
<https://coveringclimatenow.org/>
- Germania:
<https://klimajournalismus.de/charta/>

DINCOLO DE CARNE

Bunuri de consum

Internațional

Beyond Meat este un producător de înlocuitori de carne pe bază de plante cu sediul în Los Angeles.

"CREDEM CĂ EXISTĂ O MODALITATE MAI BUNĂ DE A NE HRĂNI VIITORUL. Prin trecerea de la carnea de origine animală la cea de origine vegetală, putem influența pozitiv problemele globale în creștere, cum ar fi constrângerile asupra resurselor naturale și bunăstarea animalelor."

Pentru a afla mai multe, accesați <https://www.beyondmeat.com/en-GB/mission>

DINCOLO DE CARNE

Compania a fost înființată cu misiunea de a aborda patru probleme globale: **sănătatea umană, schimbările climatice, constrângerile asupra resurselor naturale și bunăstarea animalelor**. Încă de la început, Beyond Meat a folosit o abordare bazată pe analiza ciclului de viață pentru a înțelege și a minimiza impactul produselor sale asupra mediului.

Inițiativele de mediu ale Beyond Meat au impact asupra unei game largi de părți interesate, inclusiv asupra consumatorilor care consumă produsele sale, asupra comercianților cu amănuntul care le vând și asupra comunității globale în general, care beneficiază de reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră. Angajamentul față de durabilitatea mediului este determinat de conducerea companiei și este esențial pentru strategia sa de afaceri. De asemenea, compania desfășoară activități continue de cercetare și dezvoltare pentru a îmbunătăți și mai mult amprenta ecologică a produselor sale.

Modelul de afaceri de bază al Beyond Meat și **obiectivul său** de a produce înlocuitori de carne pe bază de plante este în sine o inițiativă ecologică. Producția tradițională de carne contribuie semnificativ la emisiile de gaze cu efect de seră, iar prin crearea unor alternative gustoase pe bază de plante, Beyond Meat își propune să reducă impactul industriei alimentare asupra mediului.

Linia de producție - în ultimii ani, BM a mers mai departe, extinzându-și atenția dincolo de produse pentru a încorpora funcționarea afacerii. Scopul lor este de a crea nu numai cele mai durabile produse, ci și de a produce în cel mai durabil mod:

- Ambalaje durabile
- Eficiență operațională (gestionarea apei și a energiei, gestionarea deșeurilor, instalații certificate Green Building)

Parteneriate comunitare strategice - BM se angajează într-o varietate de parteneriate cu impact social pentru a-și promova obiectivele comune (mediu, social și guvernanță) și sprijină identificarea de noi piețe, produse și baze de consumatori.

Conform unei analize a ciclului de viață realizată de Universitatea din Michigan, Beyond Meat's Beyond Burger generează cu 90% mai puține emisii de gaze cu efect de seră, necesită cu 46% mai puțină energie și are cu 99% mai puține
asupra deficitului de apă decât un burger tradițional din carne de vită.

BM are, de asemenea, o abordare internă puternică a integrării schimbărilor durabile, implicând angajații în acest proces, prin intermediul sondajelor, al strategiei de integrare, al principiilor de diversitate și incluziune și al programelor de formare tehnică și managerială: "Recunoaștem că, dacă organizația noastră dorește să abordeze provocările globale cu care ne confruntăm, trebuie să începem cu implicarea angajaților noștri".

BM angajează la transparență și raportează pe producția lor impact și progresează:
<https://investors.beyondmeat.com/esg/>

Modă

Internațional

PATAGONIA

Patagonia este un brand de îmbrăcăminte și echipament pentru activități în aer liber care promovează în mod activ conservarea mediului și durabilitatea prin practici precum utilizarea materialelor reciclate, susținerea protecției terenurilor publice și sprijinirea activismului la nivel local.

Pentru a afla mai multe, accesați <https://www.patagonia.com/activism/>

PATAGONIA

Angajamentul Patagonia față de responsabilitatea față de mediu și sustenabilitate a început cu fondatorul său, **Yvon Chouinard**, care a fost un pasionat al activităților în aer liber și al conservării naturii. Dragostea sa pentru viața în aer liber și experiența sa directă cu privire la impactul activităților umane asupra mediului înconjurător au modelat valorile de bază ale companiei și abordarea afacerilor. Acest lucru a condus la adoptarea timpurie de către Patagonia a practicilor responsabile față de mediu, cu mult înainte ca CSR să devină o practică de afaceri obișnuită.

Călătoria Patagonia către sustenabilitate a început cu decizia de a trece la utilizarea bumbacului organic în 1996, după ce a realizat impactul asupra mediului al bumbacului cultivat convențional. Această decizie a marcat începutul concentrării companiei pe evaluarea amprente de mediu a operațiunilor, materialelor și lanțului său de aprovizionare.

De-a lungul anilor, Patagonia și-a extins inițiativele de sustenabilitate și a efectuat diverse evaluări pentru a-și măsura și reduce impactul asupra mediului, toate acestea contribuind la atingerea obiectivului de zero emisii de carbon.

Concentrați-vă pe materiale și lanțuri de aprovizionare durabile, cu impact redus, cum ar fi poliesterul reciclat, bumbacul organic și puful provenit din surse responsabile.

Implementarea de măsuri de economisire a energiei pentru îmbunătățirea eficienței energetice, cum ar fi încorporarea de sisteme de iluminat, încălzire, răcire și ventilație eficiente din punct de vedere energetic.

Reducerea compensațiilor pentru emisiile de carbon prin investiții în proiecte care contribuie la reducerea sau eliminarea gazelor cu efect de seră din atmosferă, cum ar fi reîmpădurirea sau captarea metanului.

Investiții în soluții de energie regenerabilă pentru a-și alimenta instalațiile și magazinele. Aceștia participă la programe precum Parteneriatul pentru energie verde al EPA și se străduiesc să crească ponderea energiei regenerabile în consumul lor total de energie.

Sprijiniți organizațiile de mediu locale prin programul "1% pentru planetă". Acest program contribuie la stimularea acțiunilor climatice și la promovarea conștientizării importanței reducerii emisiilor de carbon.

Analiza amprente de carbon, a emisiilor directe (surse deținute sau controlate de companie) și indirecte (activități în amonte și în aval în lanțul valoric).

"Din 1996, tot bumbacul virgin din linia noastră a fost cultivat organic, fără utilizarea de substanțe chimice dăunătoare (și facem haine și cu bumbac reciclat). Prin utilizarea bumbacului organic, economisim apă și reducem emisiile de CO₂ cu 45% față de bumbacul convențional."

Angajamentul de mediu al Patagonia are impact asupra tuturor, de la furnizori la consumatori și angajați.

Furnizorii sunt obligați să adere la standarde sociale și de mediu stricte, ceea ce poate duce la îmbunătățirea condițiilor de muncă, a practicilor de mediu și a sustenabilității generale.

Angajații sunt încurajați să îmbrățișeze valorile companiei. Se organizează "Enviro Days" pentru toți noii angajați, se oferă oportunități de învățare (privind zero deșeuri, amprenta de carbon, săptămâna mersului cu bicicleta la locul de muncă etc.) și sunt încurajați să se ofere voluntari pentru cauze de mediu.

SEPHORA



Sephora este un retailer multinațional de produse de îngrijire personală și frumusețe. Principala practică implementată pentru a sprijini tranziția ecologică este reducerea consumului de energie prin căutarea de alternative la electricitatea tradițională. De asemenea, utilizează ingrediente alternative mai sigure pentru produsele lor și creează ambalaje eco-eficiente.

Pentru a afla mai multe, accesați <https://www.sephora.com/>

Frumusețe

Internațional

Sephora încearcă să reducă amprenta de carbon a magazinelor, sediului central și centrelor de distribuție cu 50% până în 2026, să aibă o aprovizionare mai responsabilă cu materiale și să reducă, să reutilizeze și să recicleze cât mai mult posibil.

Parte din rețele specifice, cum ar fi EPA Green Power Partner, un program voluntar care încurajează organizațiile să caute **alternative la electricitate**.

Implementarea **de soluții de economisire a energiei** în magazine și facilități din întreaga lume: au obținut 100% energie regenerabilă în Franța, Italia, Portugalia, Spania și Statele Unite.

Verificarea performanțelor etice, sociale și de mediu ale **furnizorilor** înainte de a lucra cu aceștia.

Ambalaje naturale, sigure, vegane, reciclabile și eco-concepute - peste 25% din vânzările din Europa și SUA fac parte din această selecție.

Soluția "Take-back" pentru ambalajele goale de produse de înfrumusețare a început în Franța în 2016 și se extinde la nivel mondial (în fiecare an, peste un milion de produse sunt redirecționate de la deșeuri).

O reducere cu 14% a produselor care conțin **substanțe chimice** considerate problematice atât de clienți, cât și de organizațiile de mediu și de sănătate.

Toate aceste acțiuni au fost impuse de la vârf și au fost implementate la nivel internațional, în majoritatea unităților (magazine, centre de distribuție, birouri etc.) și la fiecare nivel/aspect al activității: arhitectură, operațiuni în magazine, logistică, produse etc.

Pe lângă impactul pozitiv asupra mediului, aceste măsuri au un impact asupra clienților, deoarece au susținut transparența prin creșterea numărului de produse cu informații despre ingrediente (cu 15%) și folosesc alternative mai sigure de ingrediente pentru produsele lor. De asemenea, acestea îmbunătățesc viața lucrătorilor prin îmbunătățirea durabilității și siguranței produsului. Aceste măsuri sunt înscrise în Carta "Sephora Public" Chemical Policy.

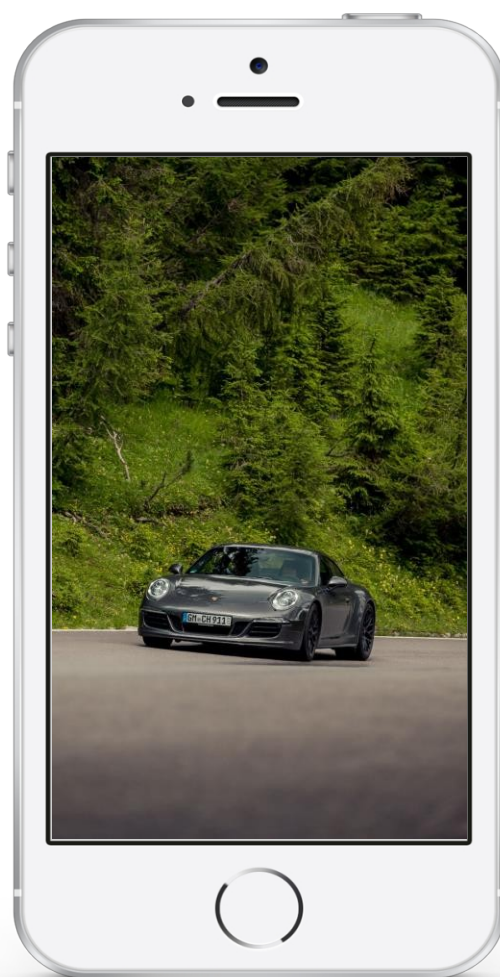
Există, de asemenea, modificări indirecte ale structurii:

- influențarea întreprinderilor care fac parte din lanțul de aprovizionare, deoarece 5% din emisii sunt concentrate în operațiunile directe ale întreprinderilor, în timp ce 95% din emisii provin din lanțul de aprovizionare. Acestea își verifică furnizorii prin intermediul platformei EDICOM sau al platformei Novi (platforme de transparență a lanțului de aprovizionare);
- influențarea altor mărci din portofoliul lor pentru a-și susține eforturile de sustenabilitate prin lansarea programului Clean Planet Positive (angajament climatic, aprovizionare sustenabilă, ambalare responsabilă, donații de mediu).

Mobilitate

Internațional

PORSCHE



Porsche este un producător german de automobile creat în 1931 de Ferdinand Porsche și specializat în mașini sport de înaltă performanță, SUV-uri și sedanuri, cu sediul central în Stuttgart, Germania. Porsche are un program ambițios de decarbonizare, care include desfășurarea unor procese de producție neutre din punct de vedere al emisiilor de CO₂ și lucrări privind producția de eFuel sintetic, neutru din punct de vedere al emisiilor de carbon.

Pentru a afla mai multe, accesați <https://www.porsche.com>

Compania Porsche a elaborat **Strategia de sustenabilitate 2030**, care evidențiază principalele provocări ale companiei în cadrul a șase domenii strategice de acțiune. Unul dintre stimulentele majore în acest sens a fost Acordul de la Paris semnat în 2015 de 196 de țări, care vizează reducerea riscurilor și a impactului schimbărilor climatice. Prin urmare, Porsche s-a angajat să atingă obiectivele de protecție a climei convenite la Paris.

Programul ambițios de decarbonizare a stabilit ca obiectiv pentru Porsche atingerea unui bilanț neutru din punct de vedere al emisiilor de CO₂ în întregul său lanț valoric până în 2030. Subobiectivele sunt:

1

80% din mașinile Porsche vor avea motoare electrice în 2030.

2

Producția Taycan neutră din punct de vedere al emisiilor de CO₂.

3

100% energie regenerabilă pentru toate instalațiile sale de producție.

4

Un lanț de aprovizionare durabil
- mai mult de 90% dintre furnizorii Porsche au o clasificare S valabilă.

5

Celulele bateriilor de înaltă tensiune sunt fabricate folosind energie durabilă.

6

Utilizarea de materiale reciclate, regenerabile.

Producția din cadrul fabricilor germane este deja neutră din punct de vedere al emisiilor de CO₂ și au loc inspecții energetice regulate, precum și ateliere de lucru pentru diferitele discipline. În plus, Porsche implementează numeroase proiecte de conservare a biodiversității: albinele și numeroase specii native de animale sălbatice trăiesc în armonie cu natura și cu fabrica, pe terenurile off-road ale uzinei.

"Fapt amuzant"! Chiar și gastronomia Porsche este mai durabilă (fructe, legume și carne de proveniență locală; utilizarea inteligenței artificiale pentru a reduce supraproducția și risipa alimentară; ergonomie îmbunătățită în echipamentele de bucătărie).

Aceste măsuri au un impact asupra numărului total de producători care se angajează să atingă obiectivul "zero emisii de carbon", deoarece își selectează furnizorii care trec la energie verde certificată și colaborează cu Porsche pentru a reduce emisiile de CO₂ în lanțul de aprovizionare.

De asemenea, are un impact asupra clienților și comunităților, deoarece aceștia vor avea parte de un mediu mai puțin poluat.

De asemenea, strategia de dezvoltare durabilă a Porsche are un rol important de jucat în pregătirea următoarelor generații de angajați:

- se concentrează pe viitor în ceea ce privește formarea lucrătorilor săi calificați;
- se concentrează pe sistemele inteligente și pe știința datelor în cadrul programelor de studii în domeniul IT;
- noi oferte digitalizate au evoluat pentru a completa metodele de formare existente. Concret, Porsche a lansat în 2021 un format inovator de învățare internă numit Online Learning Lab. Aici, până la 100 de angajați Porsche își perfecționează împreună mentalitatea, cu alte cuvinte modul în care gândesc și atitudinile lor interioare.

Porsche a lansat o campanie digitală de branding pentru angajatori numită Carieră durabilă în 2021. Aceasta se concentrează pe cu privire la angajații care reduc amprenta de mediu a companiei într-o varietate de moduri.

IKEA



Bunuri de consum

Internațional

Ikea este o companie multinațională de retail care produce mobilă gata de asamblat, aparate de bucătărie, accesorii pentru casă și alte produse pentru casă.

Ikea a implementat o serie de practici și inițiative durabile în vederea tranziției ecologice, inclusiv investiții în energie regenerabilă, aprovizionarea responsabilă cu materiale, practici de circularitate și designul eficient din punct de vedere energetic al magazinelor și produselor.

Pentru a afla mai multe, accesați <https://about.ikea.com/en/sustainability>

Compania a lansat **strategia sa de sustenabilitate "People & Planet Positive"**, care a stabilit obiective ambițioase pentru ca societatea să devină mai sustenabilă și să ajute clienții să trăiască o viață mai sustenabilă acasă. Strategia include obiective și mai ambițioase, inclusiv să devină o afacere circulară și pozitivă din punct de vedere climatic până în 2030. De atunci, Ikea a continuat să pună în aplicare noi practici și inițiative durabile în cadrul operațiunilor, produselor și lanțului său de aprovizionare.

Implementarea de către Ikea a practicilor durabile și a inițiativelor de tranziție ecologică **contribuie la reducerea amprente de carbon a companiei și la menținerea materialelor în uz pentru mai mult timp:**

Investiții în energia regenerabilă	Adoptarea de practici circulare , cum ar fi preluarea și reciclarea produselor	Surse durabile de materiale
Magazine eficiente din punct de vedere energetic și design de produs	Utilizarea vehiculelor electrice pentru livrările la domiciliu	Eliminarea CO2 prin procese naturale: reîmpăduriri, o mai bună gestionare a pădurilor și a agriculturii

În 2015, IKEA a lansat **IKEA Home Solar**, oferind clienților săi posibilitatea de a obține **energie regenerabilă pentru casele lor**. Obiectivul lor este ca, până în 2025, această energie să fie disponibilă pentru clienții din 30 de piețe. În 2018, au desfășurat un test pilot în Regatul Unit, care a condus la trecerea a 5 500 de clienți IKEA la energie curată. Următorii pași sunt adăugarea de servicii și beneficii, cum ar fi stocarea energiei. Înseamnă că oamenii pot stoca energia în exces și o pot utiliza atunci când au nevoie, economisind în continuare bani la facturi.

IKEA intenționează chiar să meargă dincolo de propria companie, cu scopul de a **deveni climatul pozitiv și de a reduce mai mult emisiile de gaze cu efect de seră**, își va asuma o responsabilitate extinsă pentru amprenta climatică a clienților, furnizorilor și aprovizionării lor. Ei intenționează să realizeze acest lucru permițând clienților să genereze energie regenerabilă acasă, precum și transformând toate fabricile sau operațiunile furnizorilor lor în energie regenerabilă - nu doar partea utilizată pentru producția lor.

Aceste schimbări au fost conduse de o puternică voință a direcției, cu sprijinul și **implicarea angajaților** din mai multe departamente prin furnizarea de formare în domeniul sustenabilității, crearea unei rețele de ambasadori ai sustenabilității, stabilirea de obiective de sustenabilitate și indicatori de performanță, încurajarea implicării angajaților în inițiativele de sustenabilitate și promovarea unei culturi corporative care valorizează sustenabilitatea.

Inițiativele de sustenabilitate ale Ikea afectează o gamă largă de persoane, inclusiv clienții, angajații, furnizorii, comunitățile și planeta. Prin adoptarea acestor măsuri, Ikea se străduiește să creeze un model de afaceri mai durabil și mai responsabil și să își reducă impactul asupra mediului.

DANONE



Danone este o companie multinațională de produse alimentare care a făcut din durabilitate un domeniu cheie de interes și a implementat mai multe acțiuni și practici pentru o tranziție ecologică. Compania și-a stabilit obiective ambițioase de reducere a impactului asupra mediului și de promovare a practicilor durabile în întregul său lanț valoric.

Pentru a afla mai multe, accesați <https://www.danone.com/about-danone/sustainable-value-creation.html>

55

Angajamentul Danone față de durabilitate și tranziția ecologică poate fi urmărit până la începutul anilor 1970, când Antoine Riboud, pe atunci director general al companiei, a introdus conceptul de "responsabilitate socială" în operațiunile companiei. Riboud credea că o companie ar trebui să ia în considerare impactul activităților sale asupra societății și asupra mediului și că succesul unei afaceri ar trebui să fie măsurat prin mai mult decât simpla performanță financiară.

De atunci, Danone a dezvoltat de-a lungul anilor diverse programe și inițiative de sustenabilitate. Recent, Danone și-a reînnoit angajamentul față de sustenabilitate și a lansat programul de sustenabilitate "O planetă. O sănătate", care a stabilit obiective ambițioase de reducere a impactului companiei asupra mediului și de promovare a practicilor durabile în întregul său lanț valoric, prin intermediul a două axe principale de lucru:

Neutralitatea carbonului a fost atinsă pentru toate emisiile sale din domeniul 1 și 2 și angajamentul de a deveni neutru din punct de vedere al carbonului pentru întregul său lanț valoric până în 2050.

Pentru a realiza acest lucru, Danone investește în energie regenerabilă, cum ar fi energia eoliană și solară, și s-a angajat să obțină 100% energie electrică regenerabilă pentru toate operațiunile sale până în 2030. De asemenea, compania a implementat mai multe măsuri pentru a-și reduce amprenta de carbon, cum ar fi îmbunătățirea eficienței energetice a fabricilor și birourilor sale și reducerea intensității carbonului din transporturile sale.

pentru a-și sprijini fermierii în tranziția către practici mai durabile și regenerative și s-a angajat să se aprovizioneze cu energie electrică 100% regenerabilă pentru operațiunile sale până în 2030.

În plus, compania ia măsuri pentru a deveni un producător pozitiv de apă și a lansat mai multe inițiative pentru a promova economia circulară.

Inițiativele Danone privind durabilitatea și tranziția ecologică pot afecta o gamă largă de persoane, inclusiv consumatorii și investitorii.

De asemenea, compania oferă programe de formare și educație pentru a crește gradul de conștientizare cu privire la problemele legate de durabilitate și implică **angajații** în diverse inițiative pentru a încuraja participarea și inovarea în inițiativele de durabilitate. Danone subliniază, de asemenea, importanța sustenabilității în cultura și valorile sale corporative, ceea ce contribuie la integrarea sustenabilității în operațiunile și procesele decizionale ale companiei.

Compania stabilește obiective interne și indicatori de performanță pentru a urmări progresul și a asigura responsabilitatea. Danone consideră că angajații săi sunt factori-cheie ai schimbării în atingerea obiectivelor sale de sustenabilitate și depune eforturi pentru a-i responsabiliza și a-i implica în eforturile de sustenabilitate ale companiei.

GOOGLE

Digital

Internațional



Google este o companie multinațională americană de tehnologie care se concentrează pe inteligența artificială, publicitatea online, tehnologia motoarelor de căutare, cloud computing, software pentru calculatoare, quantum computing, comerț electronic și electronice de consum. Google a implementat mai multe acțiuni în vederea tranziției ecologice, inclusiv utilizarea de energie 100% regenerabilă, îmbunătățirea eficienței energetice, achiziționarea de compensații pentru emisiile de carbon, reducerea deșeurilor și colaborarea cu furnizorii pentru a reduce impactul asupra mediului.

Pentru a afla mai multe, accesați <https://www.google.com/>

Angajamentul Google față de sustenabilitate și tranziția ecologică a început cu un **audit intern** al impactului companiei asupra mediului și al amprente de carbon. Compania s-a concentrat pe abordarea amprente sale de carbon (emisiile de tip 1 și 2) și și-a extins eforturile pentru a include furnizorii și clienții (emisiile de tip 3), pentru a promova durabilitatea în întreaga sa organizație și bază de clienți.

Google a stabilit obiective ambițioase și a pus în aplicare o serie de inițiative, cum ar fi achiziționarea de energie regenerabilă, îmbunătățirea eficienței energetice, precum și educarea și implicarea angajaților, pentru a-și reduce amprenta de carbon și a promova sustenabilitatea. Aceste acțiuni promovează sustenabilitatea, reduc deșeurile și diminuează dependența de combustibilii fosili, care contribuie major la emisiile de carbon și, prin urmare, sunt esențiale pentru atingerea obiectivului de emisii zero de carbon.

1

Funcționare la 100% energie regenerabilă.

2

Compensarea emisiilor de carbon.

3

Utilizarea de tehnologii eficiente din punct de vedere energetic.

4

Promovarea unei economii circulare.

5

Încurajarea transportului durabil.

Eforturile de sustenabilitate ale companiei sunt conduse de o echipă dedicată, inclusiv de directorul pentru sustenabilitate. De asemenea, eforturile Google sunt integrate în strategia generală de afaceri a companiei. Compania a recunoscut că practicile durabile pot duce, printre altele, la economii de costuri, la o mai mare loialitate a clienților și la creșterea satisfacției angajaților. Ca urmare, Google **a făcut din sustenabilitate o parte a modelului său de afaceri, în loc să o trateze ca pe o inițiativă separată.**

Eforturile de sustenabilitate ale Google afectează clienții, angajații, comunitățile locale și mediul. Inițiativele de sustenabilitate ale companiei vizează reducerea impactului său asupra mediului, promovarea energiei regenerabile și crearea de oportunități de angajare în economia ecologică. Google oferă angajaților **săi educație și formare în domeniul sustenabilității**, care îi învață pe angajați să devină promotori ai sustenabilității în cadrul echipelor și birourilor lor.

Finanțe

Italia

BANCA ETICA

Banca Etica este o bancă cooperativă care funcționează pe baza principiilor etice. Aceasta promovează o economie responsabilă din punct de vedere social și sprijină întreprinderile, organizațiile și persoanele care le împărtășesc valorile și finanțează proiecte care au un impact pozitiv asupra societății și mediului, cum ar fi energia regenerabilă, comerțul echitabil și întreprinderile sociale.

Pentru a afla mai multe, accesați <https://www.bancaetica.it/>



BANCA ETICA

Accentul pus de Banca Etica pe durabilitate și responsabilitate socială a fost o parte esențială a misiunii sale încă de la înființarea băncii în 1999. Banca utilizează depozitele clienților săi pentru a finanța proiecte care au un impact pozitiv asupra societății și asupra mediului, cum ar fi energia regenerabilă, comerțul echitabil și întreprinderile sociale, **care pot contribui la reducerea emisiilor provenite din energie, agricultură și utilizarea terenurilor.**

Banca Etica își propune, de asemenea, să fie transparentă în operațiunile și procesele sale decizionale și să își implice clienții în cadrul guvernantei băncii.

Banca a efectuat audituri interne și externe pentru a identifica domeniile de îmbunătățire și a elaborat un plan de durabilitate pentru a-și ghida operațiunile. Banca Etica a efectuat, de asemenea, o analiză a amprente de carbon pentru a-și evalua propriile emisii, precum și emisiile asociate cu practicile sale de creditare.

Principalele instrumente utilizate de bancă pentru a contribui la o societate cu emisii reduse de carbon sunt:

Sprijin financiar pentru **proiecte durabile și ecologice, cum ar fi:**

- Agricultură ecologică și de proximitate
- Organizații care luptă împotriva schimbărilor climatice prin energie regenerabilă și eficiență, educație etc.
- Economia circulară și protecția mediului, inclusiv reciclarea, reutilizarea, tratarea apelor reziduale etc.

Microcredite - împrumuturi mici pentru a sprijini oamenii și economia virtuoasă, de asemenea pentru segmentele mai slabe ale populației, adesea considerate "nebankabile" deoarece nu au garanții suficiente.

Gama de produse și servicii care promovează durabilitatea și responsabilitatea socială, cum ar fi împrumuturile și liniile de credit ecologice și fondurile de investiții care acordă prioritate durabilității și impactului social.

Inițiativele de dezvoltare durabilă ale Băncii Etica afectează o gamă largă de părți interesate, inclusiv clienții, angajații și comunitatea în general. Prin finanțarea proiectelor durabile, banca contribuie la creșterea unor efecte sociale și de mediu pozitive în beneficiul societății.

Banca Etica a dezvoltat o **abordare cuprinzătoare a integrării dezvoltării durabile în operațiunile și cultura sa**. Banca oferă angajaților programe de formare și educație pe teme legate de durabilitate, inclusiv schimbările climatice, responsabilitatea socială și finanțele etice. Banca Etica încurajează, de asemenea, participarea angajaților la inițiative privind durabilitatea, cum ar fi reducerea consumului de energie și promovarea mobilității durabile. În plus, banca a dezvoltat o "**Academie de finanțe durabile**" pentru a educa clienții și părțile interesate cu privire la finanțele durabile și pentru a încuraja adoptarea de practici durabile.

De asemenea, banca a implementat inițiative interne de sustenabilitate, cum ar fi reducerea propriei amprente de carbon și promovarea practicilor sustenabile în cadrul operațiunilor sale.



GRUPUL DAVINES

Frumusețe

Internațional

Davines este o companie specializată în producția de produse profesionale pentru îngrijirea părului și a pielii, formulate cu ingrediente naturale concepute pentru a minimiza impactul asupra mediului. Davines implementează o serie de practici pentru a-și susține angajamentul față de responsabilitatea față de mediu, inclusiv utilizarea energiei regenerabile, reducerea deșeurilor și aprovizionarea cu ingrediente naturale și organice.

Pentru a afla mai multe, accesați www.davines.com

GRUPUL DAVINES

Angajamentul față de durabilitate și reducerea impactului operațiunilor sale asupra mediului au făcut parte din valorile fundamentale ale Davines încă de la înființarea companiei în Parma, Italia, în 1983. Cu toate acestea, în ultimii ani, compania a făcut un efort mai concertat pentru a-și formaliza strategia și obiectivele în materie de durabilitate și pentru a măsura și raporta progresele înregistrate în atingerea acestor obiective.

În 2011, Davines a efectuat primul **audit intern al impactului său asupra mediului**, care a inclus calcularea amprentei sale de carbon și identificarea domeniilor în care compania și-ar putea îmbunătăți performanța de mediu. De atunci, Davines a efectuat alte câteva audituri ale impactului său asupra mediului și a extins domeniul de aplicare al acestor audituri pentru a include nu numai propriile operațiuni, ci și pe cele ale **furnizorilor și clienților** săi. Compania utilizează o varietate de metode pentru a-și măsura și raporta amprenta de carbon, inclusiv **software-ul Carbon Trust Footprint Expert**, care ajută la calcularea emisiilor de-a lungul întregului lanț de aprovizionare.

Davines utilizează, de asemenea, o serie de alte instrumente și cadre pentru a-și orienta strategia și obiectivele în materie de dezvoltare durabilă, inclusiv **Obiectivele de dezvoltare durabilă ale Organizației Națiunilor Unite (ODD)** și **standardele de certificare B Corp**. Prin utilizarea acestor instrumente și cadre, Davines se poate asigura că strategia sa de sustenabilitate este aliniată la standardele globale și că face progrese semnificative către sustenabilitate.

Energie regenerabilă:

Davines a instalat un sistem fotovoltaic la sediul său central din Italia. Aceștia utilizează 99,7% energie electrică din surse regenerabile în uzina de producție și în toate centrele comerciale din întreaga lume.

Drumul către Net Zero:

Din 2018 Davines este o companie neutră din punct de vedere al emisiilor de carbon. În 2019, s-au angajat să devină Net Zero emisii până în 2030, alăturându-se eforturilor altor 800 B Corps din lume.

Transport durabil: A

implementat o politică de utilizare a vehiculelor electrice sau hibride pentru flota companiei și încurajează angajații să folosească transportul public, bicicletele sau transportul în comun pentru a-și reduce amprenta de carbon.

Produse ecologice care sunt concepute pentru a avea un impact minim asupra mediului și sunt formulate cu ingrediente naturale și organice.

B Corp: Compania are o certificare B Corp din 2016.

Reducerea emisiilor: În 2022, compania a semnat angajamentul de reducere a emisiilor cu SBTi (Science Based Targets Initiative), care ghidează companiile pe calea limitării încălzirii globale la 1,5°C peste nivelurile pre-industriale.

Aceste acțiuni principale au un impact asupra emisiilor de carbon și afectează consumatorii, furnizorii, dar și angajații. Davines a pus în aplicare mai multe abordări interne pentru a-și integra obiectivele și schimbările în materie de durabilitate în întreaga structură și în mentalitatea angajaților săi, prin intermediul unor **programe de formare, ateliere de lucru, seminarii** (privind reducerea deșeurilor, eficiența energetică etc.), un **program de bonusuri ecologice** pentru cei care aduc contribuții semnificative la efortul de durabilitate al companiei sau **echipe interfuncționale** și colaborarea în cadrul inițiativelor de durabilitate.

Din 2015, Davines a elaborat **Carta Etica**: o colecție de valori care ghidează relațiile dintre colaboratorii din cadrul companiei. Carta oferă un cadru pentru inițiativele de sustenabilitate ale companiei și contribuie la asigurarea faptului că toți angajații sunt aliniați la obiectivele de sustenabilitate ale companiei.

De la principii la practică: Aplicații din lumea reală ale Green Deal-ului european

Pe măsură ce trecem de la examinarea companiilor globale de mari dimensiuni, care conduc în domeniul sustenabilității, ne îndreptăm acum atenția mai aproape de casă.

Această secțiune a ghidului nostru prezintă o colecție de întreprinderi locale mai mici din întreaga Europă, fiecare întruchipând principiile Green Deal-ului european în felul său unic.

Aceste interviuri, realizate de partenerii de proiect, aduc conceptul de durabilitate la un nivel mai ușor de înțeles și mai tangibil, prezentând modul în care persoanele fizice și întreprinderile mai mici fac, de asemenea, progrese semnificative. Poveștile lor sunt o dovadă a faptului că o acțiune cu impact asupra mediului nu este doar apanajul marilor corporații, ci este la îndemâna comunităților locale și a antreprenorilor.

Pentru a viziona serialul, vizitați [site-ul proiectului nostru](#).

Cum să organizați o campanie de sensibilizare



Subtitlu

Faceți clic pentru a tasta..

Pași privind modul de desfășurare a unei acțiuni de sensibilizare campanie

O campanie de sensibilizare este o activitate de comunicare menită să informeze, să educe și să mobilizeze un anumit public cu privire la o anumită problemă sau cauză.

În contextul proiectului "YouthFitfor55", campania de sensibilizare urmărește să implice și să informeze tinerii cu privire la tranziția ecologică.

Campania noastră urmărește să inspire în rândul tinerilor acțiuni pozitive și să promoveze un simț al responsabilității, încurajând generația tânără să joace un rol activ în modelarea unui viitor mai bun pentru ei și pentru comunitățile în care trăiesc.

Dacă căutați pe "Google" sau întrebați pe "ChatGPT" cum să desfășurați o campanie de sensibilizare, cel mai probabil veți găsi mii de resurse care vă vor spune cum să o faceți. Există o mulțime de informații, dar un lucru pe care nu îl veți găsi niciodată este cum "să vă desfășurați campania de sensibilizare".

O campanie de sensibilizare este personală și unică. Atunci când vă concepeți campania, trebuie să luați în considerare numeroase variabile, ceea ce face ca o formulă unică să fie impracticabilă.

În acest scurt ghid, ne propunem să prezentăm pașii cheie derivați din propriile noastre experiențe de proiect. Deși aceste etape sunt fundamentale, ele sunt intenționate largi, permițând flexibilitatea și adaptarea la diverse contexte.

Pași privind modul de desfășurare a unei acțiuni de sensibilizare

Vă încurajăm să adaptați aceste orientări pentru a se alinia la cerințele unice ale campaniei dumneavoastră, recunoscând că fiecare inițiativă are un caracter și obiective specifice.



PASUL 1: Definiți-vă mesajul și grupul țintă

Elaborați mesaje clare și convingătoare.

Faceți profilul grupului de interes - luați în considerare aspecte precum vârsta, interesele, locația și comportamentul.

ETAPA 2: Elaborarea conținutului multimedia (materiale de campanie)

Creați conținut convingător care să rezoneze cu publicul dumneavoastră.

Utilizați materiale vizuale, infografice și video pentru a transmite informații în mod eficient.

PASUL 3: Alegerea canalelor de comunicare

Alegeți cele mai eficiente canale de comunicare pentru publicul dumneavoastră.

Utilizați social media - postați în mod regulat conținut pe platforme precum

PASUL 4: Crearea unui calendar al campaniei

Prezentați un calendar pentru fiecare etapă a campaniei.

Stabiliți repere și termene limită specifice. Luați în considerare timpul pe care îl aveți la dispoziție și planificați în consecință.

PASUL 5: Promovați, promovați, promovați

Postați cu regularitate și consecvență.

Colaborarea și parteneriatul cu alte organizații, școli etc.

ETAPA 6: Monitorizați și evaluați

Utilizați analizele pentru a monitoriza implicarea publicului și ajustați în consecință.

Utilizați informațiile colectate pentru a îmbunătăți campaniile viitoare.

Pas suplimentar: Provocări interactive

În cazul nostru, ideile tinerilor "Concurs" privind viața durabilă. Consultați secțiunea următoare pentru a afla mai multe despre.



Modelul "Youth Fit for 55" - un ghid practic privind desfășurarea unei campanii de sensibilizare cu privire la un mod de viață durabil

Pași privind modul de desfășurare a unei acțiuni de sensibilizare

campanie

Campania de sensibilizare a proiectului "Youthfitfor 55" a fost structurată în 2 activități principale:

1. Campania de sensibilizare ca instrument de consolidare a cunoștințelor, competențelor și atitudinilor privind schimbările climatice și dezvoltarea durabilă
2. Concursul de idei pentru tineri privind stilul de viață durabil - un premiu menit să evidențieze și să recompenseze cea mai bună idee de inovare socială din partea tinerilor pentru idei sau inițiative legate de stilul de viață durabil în toate dimensiunile sale cum ar fi ca sociale, de mediu, urban, comportamentale etc.

Obiectivele principale ale campaniei de sensibilizare:

Creșterea gradului de conștientizare, înțelegere și angajament față de tranziția ecologică

Concentrarea atenției tinerilor asupra urgenței de a permite tranziția ecologică

Motivarea tinerilor pentru a deveni inovatori sociali încrezători care să permită tranziția ecologică

Mesaj

"Care sunt cele mai bune inițiative durabile și locale din Europa pentru a impulsiona tranziția către zero emisii de carbon? În cadrul proiectului YOUTH FIT FOR 55, am cercetat 12 proiecte uimitoare din care te-ai putea inspira: în următoarele săptămâni, vom dezvălui interviuri cu lideri de proiecte din Franța, Italia, Irlanda, România. Consultați-le începând de astăzi!"



Youth Fit For 55 Interviews



Co-funded by
the European Union

YOUTH
FIT
FOR
55

06

55

Pași privind modul de desfășurare a unei

Grupul țintă a fost format din tineri actori care deserveșc organizații de tineret, școli, centre educaționale, tineri etc.

Dezvoltarea conținutului - Prezentarea bunelor practici

Ideea campaniei de sensibilizare a fost de a evidenția principalele aspecte din interviurile noastre video cu antreprenorii locali din domeniul sustenabilității realizate în faza anterioară a proiectului. Scopul a fost de a transforma aceste informații într-un mesaj adaptat și care poate servi sectorului de tineret.

În urma unei lungi sesiuni de brainstorming, s-a convenit să se extragă elementele de durabilitate din interviuri și să se exploreze modul în care aceste elemente ar putea fi transferate și integrate în diverse scenarii.

În etapa finală de dezvoltare a conținutului, pe măsură ce elementele de durabilitate au fost identificate în urma interviurilor cu antreprenorii, a fost creat un text scurt pentru postarea pe social media.

Armonizare și identitate vizuală

Un șablon aliniat la identitatea vizuală a proiectului a fost pregătit și diseminat pe platformele de social media precum Facebook, Instagram și LinkedIn.



Figura 3: Șablon Instagram



(Figura) (4:) (Șablon) (LinkedIn)

Calendar social media

Campania de sensibilizare s-a desfășurat numai pe platformele social media, fiind necesară crearea unui calendar social media. Acest instrument simplu a ajutat atât la planificarea, cât și la monitorizarea campaniei, permițând partenerilor să rămână consecvenți și eficienți în cadrul activităților.

Calendarul a jucat un rol crucial în facilitarea colaborării între partenerii implicați. Funcția sa s-a extins dincolo de simpla programare, asigurând alinierea tuturor partenerilor în ceea ce privește programul de conținut și strategia generală, promovând o abordare armonizată și unificată.

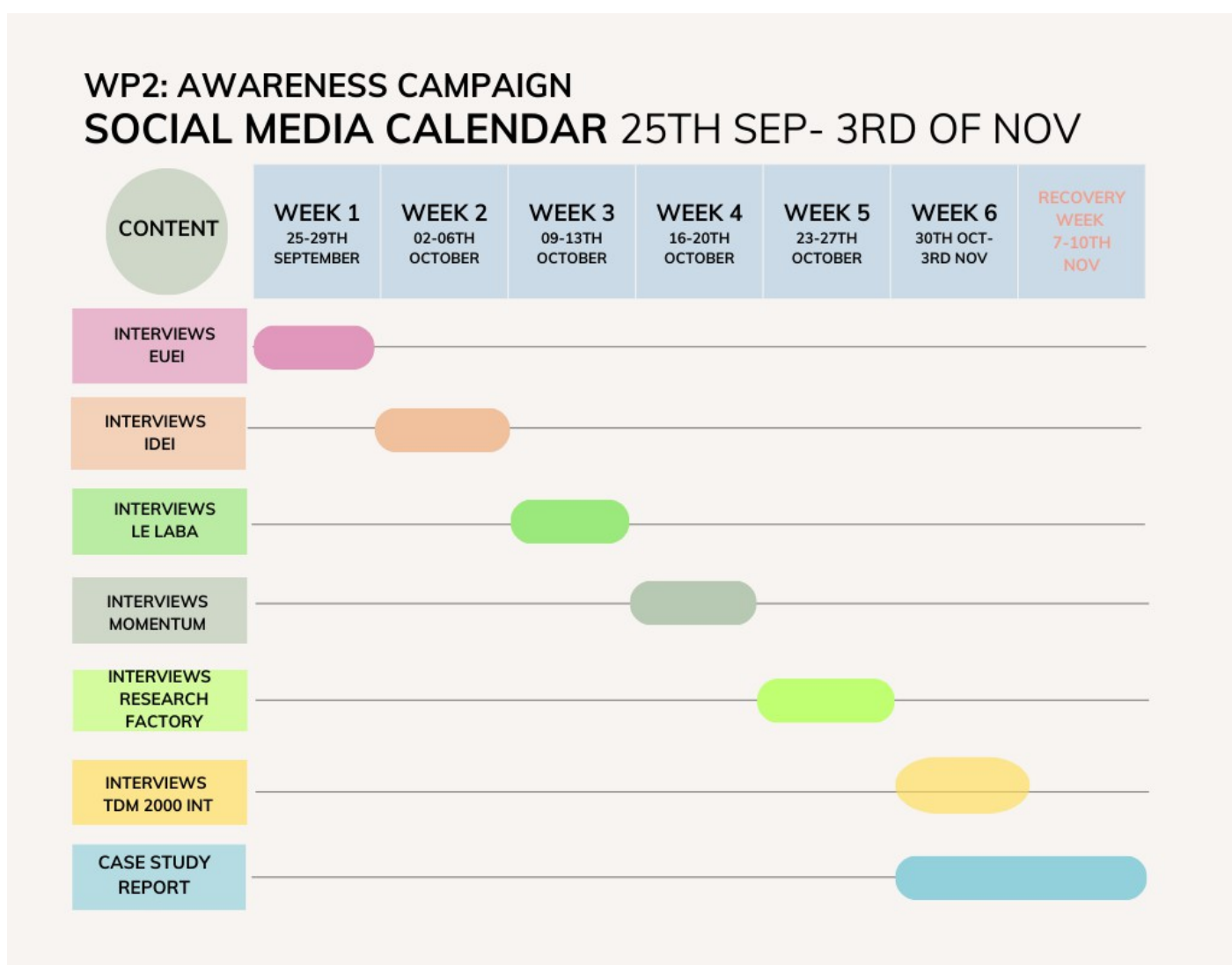


Figura 5: Calendarul social media al organizației Youth-Fit-for-55



RECOMPENSA
RE

CELE MAI BUNE IDEI ȘI PROIECTE

PENTRU O VIAȚĂ DURABILĂ

07

Recompensarea celor mai bune idei și proiecte pentru

"Youth Innovations for Sustainable Living" este un concurs implementat în cadrul proiectului *Youth-Fit-for-55* de la mijlocul lunii noiembrie 2023 până la mijlocul lunii ianuarie 2024. Acesta reprezintă un apel european destinat tinerilor care se concentrează pe durabilitate și inovare, în conformitate cu obiectivele European Green Deal.

Obiectivul acestui concurs este dublu: să onoreze creatorii de proiecte durabile, să le evidențieze inițiativele și să premieze cele mai bune idei de inovare socială, stimulând în același timp creativitatea și inovarea prin prezentarea unor exemple de succes. Premiul își propune să motiveze tinerii să devină motoare ale schimbării și să facă un prim pas către antreprenoriatul social și să conducă un mod de viață mai ecologic, mai durabil și fără emisii de carbon.



Recompensarea celor mai bune idei și proiecte pentru o viață durabilă



La încheierea sa, concursul a strâns în total 28 de cereri eligibile. Selecția primilor trei câștigători a fost realizată de reprezentanții tuturor partenerilor pe baza următoarelor criterii: relevanță, realizabilitate, claritate, inovare, impact și transferabilitate, punctate de la 1 la 10.

Vă prezentăm mai jos câștigătorii concursului "Inovații ale tinerilor pentru un mod de viață durabil", ale căror inițiative și proiecte au primit cel mai mare punctaj în urma votului juriului. Ceea ce urmează sunt rezumate sau extrase cheie din aplicațiile câștigătoare care evidențiază elementele cele mai inovatoare și cu cel mai mare impact ale fiecărui proiect, oferind o imagine a viziunii și dedicării lor pentru durabilitate.



PREMIUL ¹

AlgherArt

Festivalul Eco-Art

Premiul I - Festivalul de Eco-Artă AlgherArt



Localizare: Sardinia, ITALIA



Social Media: <https://www.instagram.com/algherart/>



Tipul de proiect

Festivalul Eco-Artistic Diffused

Despre proiect

Festivalul AlgherArt își concentrează eforturile în special pe abordarea următoarelor subiecte: Artă și cultură, design urban, transport ecologic și bunăstare.

Turism lent: Ne propunem să promovăm o abordare diferită a explorării și turismului din Alghero, bazată pe experiențe valoroase, contact cu natura și interacțiuni cu comunitatea locală, care vor face ca șederea fiecăruia în Alghero să fie de neuitat.

Cultură: Îmbunătățim uniunea patrimoniului cultural catalan și sard în Alghero, un mic oraș sard care a fost la intersecția culturilor, poveștilor, limbilor și narațiunilor timp de secole, prin sponsorizarea unor opere de artă relevante, specifice locului, care vor fi moștenirea noastră pentru Alghero; în același timp, ne concentrăm profund și pe practicile contemporane și interpretative. Ne dorim ca localnicii și vizitatorii să se implice reciproc și să devină parte a aceluiași ecosistem.

Festivalul: Festivalul va fi implementat în principal pe o linie de biciclete de 6 km deja prezentă în Alghero, care urmează geografia de coastă a orașului. Pe acest drum, am selectat 9 puncte de control principale care vor fi transformate în puncte de atracție pentru viața orașului: acestea vor găzdui evenimente, ateliere, expoziții de artă contemporană, jocuri interactive și multe altele (pentru mai multe informații, consultați secțiunea Activitățile proiectului).

Premiul I - Festivalul de Eco-Artă AlgherArt

Activitățile proiectului:

1. **TEX-TILE:** atelier de confecționat coșuri tradiționale din răchită și atelier de pictat și confecționat faianță, oferite de artizanii locali.
2. **PERFORMING SUSTAINABILITY:** joc performativ desfășurat în piața mare, actul trebuie să fie axat pe durabilitate, practici ecologice și un mod de viață fără emisii de carbon. Artistul va fi selectat prin intermediul unui apel deschis, acesta putând fi local / internațional.
3. **BUSKER BAY:** artiștii de stradă sunt bineveniți să își pună în aplicare propria formă de artă, adică muzică / artă vizuală sau practică folclorică. Întotdeauna va exista muzică și un spațiu dedicat dansului.
4. **ARTDOCK:** comandarea unei statui care să reprezinte patrimoniul cultural din Alghero în relație cu marea ca drum al migrației. Se va putea interacționa cu opera de artă prin intermediul unui cod QR cu suport vizual, sonor și video.
5. **BAYALAPLAYA:** concurs fotografic pentru participanți - încărcați fotografia dvs. pe aplicația web și câștigați premii fabuloase! Fotografia trebuie să conțină următoarele elemente: plaja, marea și o persoană care ține în mână o băutură răcoritoare. Băutura poate fi achiziționată de la standul vânzătorului local super apropiat.
6. **SOUNDWALK:** experiență de promenadă sonoră cu un artist sonor care va fi selectat prin intermediul unui apel deschis. Această activitate va avea loc de 3 ori pe săptămână (în total de 6 ori pe durata festivalului) și va dura 1 oră în timpul după-amiezii.
7. **CONTEMPORARY CORAL:** expoziție pop-up de artă contemporană care va fi implementată într-un spațiu existent în jurul importanței istorice și interesului contemporan al coralului roșu, simbol al orașului Alghero.
8. **NATIVE SYMPHONY:** în pădurea de pini capricioasă din apropierea plajei, am dori să implementăm concerte în aer liber de muzică folclorică tradițională din Sardinia / Catalonia. Concertele vor avea loc la miezul nopții în fiecare zi.
9. **SUNSET THEATER:** în locația incredibilă a unui amfiteatru în aer liber, am dori să creăm un mic festival de teatru în colaborare atât cu companii de teatru locale ("Teatro d'Inverno"), cât și cu una internațională, care va fi selectată prin intermediul unui apel deschis. Am dori să oferim 4 piese de teatru diferite, care se vor roti pe parcursul celor 14 zile ale festivalului. Fiecare dintre piese va avea loc în fiecare seară la apusul soarelui.



PREMIUL ²

BIBO

Premiul al doilea - BIBO



Localizare: Libourne, Nouvelle- Aquitaine, FRANȚA



Social Media:

<https://linktr.ee/biboboissons>



Tipul de proiect - Startup

Despre proiect

Deși există un interes din ce în ce mai mare în rândul consumatorilor pentru produsele durabile și de proveniență locală, există relativ puține opțiuni disponibile în categoria băuturilor care îndeplinesc aceste criterii. Volumul producției de cafea și ceai s-a dublat în ultimii 20 de ani. Între timp, arborii de cafea și de ceai sunt afectați de practicile agricole intensive și de încălzirea globală, care amenință mediul lor natural. Impactul social și de mediu al producției, al lanțului de aprovizionare și al consumului lor zilnic nu sunt durabile.

BIBO oferă o alternativă și creează o cultură modernă a băuturilor franceze durabile. Mai mult decât o inspirație a celor existente, BIBO inovează prin utilizarea de noi procese, numai ingrediente franceze (cereale, rădăcini și semințe) și prin oferirea de rețete originale unice pentru toți consumatorii.

Am realizat un studiu împreună cu Bordeaux Sciences Agro pentru a evalua emisiile de CO2 ale BIBO. În comparație cu cafeaua, BIBO emite de 10 ori mai puțin CO2. Cum facem acest lucru?

Aprovizionare de la cooperativele agricole ecologice franceze.

Prajirea constă în încălzirea boabelor la o temperatură ridicată pentru a le usca și a le dezvolta gustul și aroma. Boabele sunt pregătite, încălzite într-un cuptor, amestecate continuu și supuse unei reacții chimice Maillard care creează arome bogate. Odată ce boabele sunt prajite individual, le asamblăm. O prajire diferită și boabe diferite creează amestecuri unice.

BIBO are un prim produs pe piață, "L'original" : un amestec de boabe de cicoare, orz, spice și hrișcă. Acesta trebuie să fie infuzat timp de 2-4 minute în apă la 100°C pentru a aprecia toate aromele sale care au note de pâine prăjită, alune prăjite și cereale caramelizate. Laptele, zahărul sau siropurile pot fi adăugate pentru a crea rețete gourmet.

BIBO contribuie la obiectivele noastre de emisii zero de carbon prin practicile sale ecologice. Cu ingrediente de proveniență locală și metode de producție durabile, BIBO își minimizează amprenta de carbon. Angajamentul nostru față de mediu se extinde la fiecare ceașcă, făcându-l o alegere ecologică pentru consumatorii conștienți.



PREMIUL ³

DIY

Dezvoltarea

Fire între generații

Premiul al 3-lea - DIY- Dezvoltare

Fire între generații



Locație: Cracovia, Polonia



Social Media: acest proiect inovator se află în prezent în stadiul conceptual.



Tipul de proiect - Proiect intergenerațional de implicare comunitară

Despre proiect

Proiectul DIY își propune să conecteze tinerii și vârstnicii pentru a combate impactul asupra mediului al modei rapide prin dialog între generații, schimb de opinii, schimb de abilități practice și evenimente de colaborare.

Bricolajul reduce decalajul între generații, combătând singurătatea vârstnicilor, oferindu-le o interacțiune socială semnificativă și regulată, în timp ce împărtășirea abilităților favorizează sentimentul de apartenență și scop.

Este mai mult decât un proiect, este o mișcare către un viitor mai incluziv, durabil și interconectat, în care șirurile de cunoștințe și înțelegere sunt țesute de-a lungul generațiilor pentru bunăstarea planetei noastre.

Premiul al 3-lea - DIY- Dezvoltare

Fire între generații

Activitățile proiectului

1. Ateliere de sensibilizare

Organizarea de ateliere atractive axate pe moda durabilă, care abordează consumul etic, impactul asupra mediului al modei rapide și importanța unui mod de viață responsabil și durabil.

2. Dialoguri durabile

Crearea de material pentru un podcast Spotify - un schimb inspirat de opinii în care generațiile împărtășesc perspective, povești și lecții valoroase despre practicile durabile.

3. Ateliere de schimb de competențe și upcycling

Persoanele mai în vârstă împărtășesc abilități tradiționale precum cusut, cusut, tricotat, upcycling etc., în timp ce participanții mai tineri oferă informații privind utilizarea în siguranță a internetului și explorarea site-urilor online pentru inspirație în materie de design.

4. Schimb comunitar de haine

Coordonarea acțiunilor prin care oamenii pot participa la schimbul de haine, promovarea unei economii circulare a modei și reducerea deșeurilor textile, încurajând în același timp participarea activă la practicile durabile.

5. Runway - Ziua modei Showcase

Organizarea unei prezentări de modă pentru a prezenta rezultatele tangibile ale colaborării între generații, atrăgând atenția mass-media pentru vizibilitate și punând în evidență creativitatea participanților.

Prezentarea creațiilor reciclate pe o pistă aduce un aspect sărbătoresc proiectului.



YOUTH
FIT
FOR

FF
55



<https://youthfitfor55.eu/>



Co-funded by
the European Union