RELATÓRIO SÍNTESE

WORKSHOP

ECO-DESIGN

AIDA
ASSOCIAÇÃO INDUSTRIAL DO DISTRITO DE AVEIRO

QUALIFY SMES

Cofinanciado por:

COMPETE 2020

PORTUGAL 2020

UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Enquadramento

Ao abrigo do **PROJETO QUALIFY SMES** serão realizadas um conjunto de sessões de informação, abordando temáticas relacionadas com a sustentabilidade empresarial, numa perspectiva lata e transversal do conceito de sustentabilidade.

A sétima sessão de informação versou o tema **Eco-Design** e contou com a presença de quatro oradores: Patrícia Freitas, Manuela Cordeiro, Rafaela Fernandes e Mafalda Correia.

A Inovação é uma invenção introduzida na sociedade que provoca mudança, mas as mudanças sociais também necessitam de inovações. Todas as inovações provocam mudanças numa organização, mas nem todas as mudanças são inovação. Empresas inovadoras são geralmente mais bem-sucedidas (em quota de mercado, crescimento e lucros). Estas foram as premissas para estruturação e desenvolvimento da sessão de trabalho.

A sessão foi dividida em **três partes**: a primeira parte da responsabilidade de Patrícia Freitas, administradora da Musse Eco-Design, que apresentou uma contextualização relativa ao eco-design, sua conceptualização, evolução e tendências e a sua experiência de largos anos nesta temática.

Na segunda parte da sessão, Manuela Cordeiro Directora de Marketing da Asfertglobal e Rafaela Fernandes actual responsável de produção da Bio4Natural, apresentaram uma abordagem mais prática, assente em estudos de caso das empresas que representam.

Na terceira parte da sessão, Mafalda Correia, apresentou o **Guia Metodológico para a Sustentabilidade** Empresarial: como implementar algumas metodologias de suporte a processos que se querem cada vez mais sustentáveis.

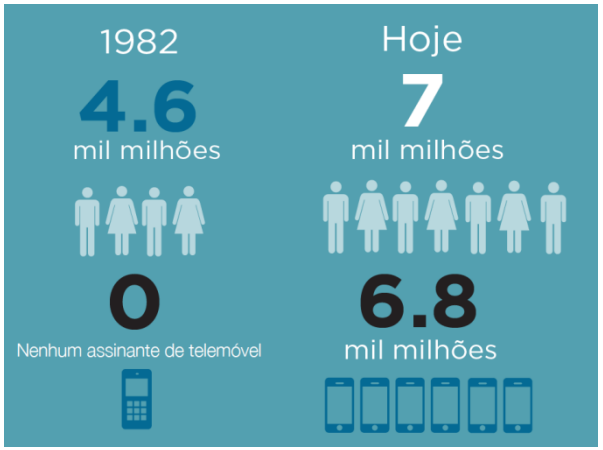
Segundo a visão de **eco-design** apresentada pela União Europeia (2008), este consiste em melhorar o desempenho ambiental dos produtos através do seu ciclo de vida (produção, uso e fim-de-vida) pela integração sistemática dos aspectos ambientais numa fase inicial do design do produto.

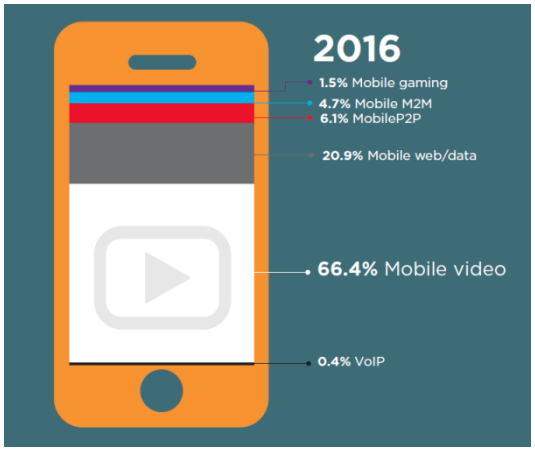
Primeira parte

A **primeira parte do *workshop*** contou com a apresentação de **Patrícia Freitas** empresária – MUSSE ECODESIGN com uma experiência de 20 anos, nesta temática (ver nota biográfica em anexo).

A apresentação começou por estabelecer relações entre vários conceitos e paradigmas associados às mudanças societais que têm vindo a ocorrer nos últimos anos, como por exemplo: constatação de que vivemos muito conectados, mas também cada vez mais "isolados"; a necessidade de valorizar coisas simples, procurando o equilíbrio; viver experiências intensas e procurar amizades incondicionais; procurar uma alimentação saudável e a juventude eterna; recorrer às tecnologias para diminuir distâncias (…).

Estas mudanças ocorrem muito depressa, tendo este facto sido apresentado por números muito representativos:





Primeira parte

A **tecnologia** vai continuar a moldar o nosso mundo, temos necessariamente que saber o que fazer com ela.

Uma das novas tendências são os chamados **consumidores verdes**. Segundo, esta oradora, estes subdividem-se em dois níveis:

- **Os descomprometidos**

Elevada preocupação ambiental mas reduzido conhecimento das temáticas. Valorizam a preocupação com o ambiente mas ainda ponderam a compra em função preço.

- **Os verdes ativos**

Compreendem e valorizam a eficiência ambiental dos produtos e estão em grande parte dos casos, dispostos a pagar mais por um produto ecológico.

Para cada um dos grupos, ser eco é a característica mais valorizada E com as preocupações ambientais em força no discurso político, tenderá a aumentar a consciência do consumidor.

A melhor forma de alcançar o consumidor verde é apostar em processos mais sustentáveis, no eco-design, em políticas de mobilidade sustentável, na correta gestão dos recursos naturais e na agricultura biológica.

Mas, colocam-se questões como: "O que é isso de ser sustentável?". A sustentabilidade já não é uma moda, nem uma opção, é o (único) caminho e a estrada só tem um sentido. Ser sustentável é ser ECOLOGICAMENTE CORRETO, ECONOMICAMENTE VIÁVEL e SOCIALMENTE JUSTO.

Primeira parte

O **Eco-Design,** constitui-se como uma vantagem, uma vez que pode ajudar a identificar as melhores opções estratégicas para o negócio, focando na velocidade, na inovação e na optimização de processos, na resposta ao mercado, possibilitando conhecer o melhor possível o consumidor. Relativamente aos recursos naturais possibilita a escolha de materiais de baixo impacto ambiental: menos poluentes; não tóxicos; de produção sustentável ou reciclados. Apresentam maior tempo de vida, melhor performance e menos resíduos gerados. Permite ainda novas relações com os clientes, novos modelos de negócio: contratos de manutenção, prolongando o ciclo de vida; proposta de objectos construídos a partir da reutilização ou reaproveitamento - economia circular. É ainda um catalisador para a inovação sustentável.

"O maior perigo em tempos turbulentos não é a turbulência em si, mas agir com a lógica do passado."

Peter Drucker

Primeira parte

O Eco-design é uma resposta porque:

- adapta-se ao modelo de economia circular
- reduz a pressão sobre os recursos naturais
- minimiza os custos e os desperdícios de energia
- foca-se na manutenção do valor dos produtos e materiais durante o maior período de tempo possível no ciclo económico
- protege as empresas contra a escassez de recursos
- potencia a inovação e a criação de novos negócios, relacionados com a maior durabilidade dos produtos (contratos de manutenção, recondicionamento, etc)

Segunda parte

A **segunda parte do workshop**, contou com a apresentação de Manuela Cordeiro, Rafaela Fernandes e a dinamização de Patrícia Freitas. (ver nota biográfica em anexo).

A apresentação de Rafaela Fernandes incidiu especificamente sobre a capacidade que a aposta numa nova imagem/eco-design para a marca possui, em termos de desenvolvimento do negócio.

A essência da **Bio4Natural,** empresa inovadora na área da cosmética biológica, resulta de uma história, de uma paixão natural, pela extracção de óleos vegetais com fins cosméticos.

Cada produto é cuidadosamente concebido a partir de matérias-primas cultivadas e seleccionadas em Portugal sobretudo na região do Douro (amêndoa, azeite, mel). Pretende aliar a tradição ancestral ao uso sustentável de activos da biodiversidade, pautando-se pela ausência de substâncias tóxicas, derivados do petróleo e produtos geneticamente modificados.

A ideia surgiu no seguimento da constatação de que a amêndoa enquanto matéria-prima era aproveitada apenas para a panificação/alimentação, sendo vendida a um preço muito baixo.

O projecto surgiu com o propósito de dar outras utilidades à amêndoa, pagando um preço justo e impulsionando os agricultores a certificarem os seus amendoais e as suas produções, adoptando um conjunto de boas práticas ambientais. Numa 2ª fase foram seleccionadas outras matérias-primas (avelã e o pinhão) para completar o leque da oferta.

Segunda parte

A **Bio4Natural** é certificada pela ECOCERT que é uma das entidades mais conceituadas e exigentes na área da certificação cosmética, o que torna os produtos seguros e de confiança para o consumidor final. As suas normas vão desde a produção das matérias-primas até ao produto final.

A preocupação com a certificação por uma entidade tão exigente e conceituada, proporciona à marca uma mais-valia no seu posicionamento no mercado em termos nacionais e internacionais.

Esta Cerificação obriga a requisitos como: matérias – primas provenientes de agricultura biológica, produção sem causar danos ao meio ambiente; escolha da embalagem; condições de armazenamento; ausência de testes em animais; auditorias periódicas/semestrais. Se todos os parâmetros forem verificados é emitido o certificado e a licença de produção.

Relativamente ao design da marca e sua evolução foram feitas as seguintes considerações:

No início da criação da marca Bio4Natural no ano de 2012, o objectivo era mais a comercialização nas farmácias e não se tinha um posicionamento definido. Nessa altura recorreu-se a um gráfico. Depois mais recentemente, em 2015, foi redefinido o posicionamento e o público-alvo, mais especificamente para o mercado biológico. Apostou-se então numa imagem mais ecológica, verde e limpa através do eco-design.

Alguns exemplos das embalagens do “antes” e “depois”. O sabonete purificante com uma caixa tradicional pouco dinâmica, e actualmente o novo sabonete e embalagem mais apelativo e com duas peças de embalamento

Segunda parte

Houve uma aposta no **REDESIGN** dos diversos produtos:

Produto não certificado | 2012
Descontinuado

Certificado | 2016
Muita aceitação no mercado

NOVA GAMA

Mais dinâmico

Mais característico do aroma

Mais ecológico

Mais atraente

Segunda parte

Que permitiu uma série de prémios:

DISTINÇÕES |INTERNACIONAIS

Eco-friendly **Package**

Green **packaging**

PROJECTOS EM REDE |NOVOS PARCEIROS

Projeto LHANA - LHANA® (significa lã em Mirandês) e é uma marca que foi criada e registada para corporizar uma série de produtos diferenciadores cuja matéria-prima é a lã de ovelhas de raças autóctones Portuguesas. A lã é utilizada para envolver os sabonetes.

Nós não herdámos a Terra de nossos antepassados, nós tomámo-la de empréstimo às gerações futuras

Antoine Sainte Exupery

Segunda parte

Os grandes **DESAFIOS** a enfrentar passam por:

- Reforçar os pontos de venda | Nacionais
- Conquistar novos mercados | Internacionais
- Criar e reforçar parcerias | novas redes
- Inovação & Desenvolvimento. Lançar novos produtos.
- REFORÇAR A VERTENTE ECO DESIGN

Segunda parte

A oradora da **empresa Asfertglobal,** Manuela Cordeiro, começou por referir que com esta apresentação pretende dar a conhecer a empresa, a equipa alargada com quem colaboram na elaboração das soluções e como o eco design e a sustentabilidade ambiental se integram na estratégia da empresa e no trabalho diário. É uma empresa jovem que sentiu necessidade de se expandir além fronteiras e que chega aos clientes finais através de uma rede comercial presente em três países: Portugal, Espanha e África do Sul, onde abriu no ano passado a segunda filial fora de Portugal. Em 2016, exportou para 12 países, tais como: França, Itália, Turquia e Rússia.

A Asfertglobal é composta por uma equipa multifacetada de químicos, biólogos e agrónomos, que tem como objectivo encontrar no laboratório, de uma maneira oportuna, as melhores soluções para cada cultura, em cada país onde atuam.

A Asfertglobal é uma empresa de biotecnologia que investiga, produz e comercializa um vasto leque de soluções de nutrição vegetal, desde as mais simples, como os NPK Asplants, até às mais complexas como os biofertilizantes à base de microorganismos.

A Soilvitae é responsável por todos os testes de eficácia e controlo de qualidade dos produtos. Estabelece Parcerias com o COMPROMISSO de inovar na área de SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL, com o lançamento de novos produtos, com principal enfoque nos biofertilizantes.

O objectivo da Asfertglobal é claro: crescer em mercados diversos oferecendo soluções sustentáveis: melhor estratégia de nutrição com mínimo resíduo e maximizar a produção com o menor uso de fertilizantes convencionais e de produtos fitofarmacêuticos.

Ao nível dos registos, concretizaram 15 registos em Portugal ao abrigo no novo DL de fertilizantes. Esta quantidade de registos permite encarar as futuras alterações à legislação europeia de forma muito confiante, já que a nova legislação portuguesa teve o aval da Comissão Europeia. Também obtiveram recentemente o registo dos produtos na Rússia e África do Sul.

Na realidade espanhola contam com a CERTIFICAÇÃO da Sohiscert para 15 produtos, para além da validação BIO do governo português

Segunda parte

O Eco-Design funciona como valor acrescentado para a empresa. Pretende-se mostrar as origens da empresa, a origem dos produtos, a integração da Asfertglobal na estratégia dos seus clientes e fornecedores.

A Asfertglobal iniciou uma estratégia de ruptura com a tradição. Começaram a reinventar o posicionamento da empresa num negócio muito conservador. Associado ao eco-design, surgiu naturalmente o assumir da responsabilidade ambiental desde os fornecedores e na selecção dos materiais utilizados. Uma nova imagem trouxe maior visibilidade.

Segunda parte

E o retorno deste investimento começou a fazer-se sentir: novas colaborações impensáveis anteriormente, novos mercados, novos clientes. E ao fazerem bem, fazem bem em TODO O LADO e em especial para os mais exigentes.

Assim, o retorno deste investimento começou a fazer-se sentir no reconhecimento nos mercados mais desafiadores e clientes mais exigentes.

Quanto a novidades de produtos para 2017, a Asfertglobal irá lançar o novo consórcio bacteriano Kiplant All-Grip.

Terceira parte

Na terceira parte a Eng.ª Mafalda Correia apresentou o **Guia Metodológico para a Sustentabilidade Empresarial**.

O Guia Metodológico para a Sustentabilidade Empresarial, enquadra-se num conjunto de Ações de Disseminação realizadas pela AIDA – Associação Industrial do Distrito de Aveiro, está disponível no site desta entidade, relativamente aos temas:

- BALANCED SCORECARD PARA A SUSTENTABILIDADE
- SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL: EMAS e ISO 14001
- ANÁLISE DO CICLO DE VIDA DO PRODUTO

Estas três metodologias podem ser utilizadas tanto por grandes empresas, como por pequenas e médias empresas – PME, sendo que, há que ter em conta os meios – financeiros e humanos, à disposição para a sua implementação, assim como o nível de maturidade que a empresa apresenta relativamente às questões, nomeadamente ambientais e sociais, que fogem muitas vezes da esfera de gestão da empresa, ou às quais não é dada a relevância que merecem.

Foi neste contexto, que estas metodologias foram apresentadas aos presentes, sempre referindo que para além destas, existem outras à disposição das empresas e que o que orientou a sua apresentação foi estas já terem sido trabalhadas em sessões que têm vindo a decorrer ao abrigo deste Projecto Qualify.

Conclusões

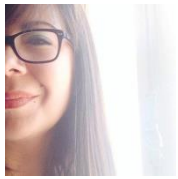
Esta sessão sobre **Eco-design** versou essencialmente a forma como as empresas podem, ao investir no eco-design, acrescentar valor ao seu produto e desta forma tornarem-se mais competitivas, a nível nacional e internacional.

Os dois Estudos de Caso apresentados, ilustram bem esta realidade e apontam para novos caminhos que as empresas podem prosseguir em termos do seu posicionamento e da sua imagem.

A apresentação do Guia Metodológico, constitui apenas mais uma ferramenta, ao dispor dos empresários, para auxiliar na implementação de uma estratégia mais ancorada em parâmetros sustentáveis.

Anexos

NOTA BIOGRÁFICA DE PATRÍCIA FREITAS



Designer de comunicação com 20 anos de experiência no mercado, 15 dos quais como empresária.

Criou em 2011 a marca Musse Ecodesign, a primeira no nosso país que cria exclusivamente projectos de design onde a sustentabilidade é a palavra de ordem.

Com projectos publicados em vários livros de eco-design, trabalha grandes marcas nacionais dos mais diversos sectores, todas elas conscientes das vantagens competitivas de ser (e parecer) verde.

Anexos

NOTA BIOGRÁFICA DE MANUELA CORDEIRO

Duas décadas de experiência em multinacionais do sector agrícola, nas áreas de gestão, marketing e vendas.

Desde 2016 à frente da comunicação da Asfertglobal, empresa de cariz biotecnológico, comprometida em melhorar a produtividade reduzindo o impacto ambiental na agricultura moderna, através de produtos focados em novas moléculas orgânicas de origem natural.

Presente em 14 países, em 3 continentes, com um vasto portefólio certificado para produção biológica.

.

Anexos

NOTA BIOGRÁFICA DE RAFAELA FERNANDES

Licenciatura em Biotecnologia é a responsável de produção da Bio4Natural, empresa inovadora de cosmética biológica, a única no sector em Portugal certificada pelo Ecocert Greenlife.

Presente numa vasta rede de lojas Bio no mercado nacional e a dar os primeiros passos na internacionalização, a marca aposta na certificação ecológica e na imagem como factores chave para o crescimento do negócio.

Anexos

NOTA BIOGRÁFICA DE MAFALDA CORREIA

Licenciada em Engenharia do Território, Pós-Graduação em Planeamento Ambiental e Ordenamento do Território na óptica da União Europeia, Mestrado em Avaliação Ambiental Estratégica e Especialização em Gestão de Empresas.

Actualmente, é colaboradora da B'TEN para a área de sustentabilidade empresarial, empreendedorismo e inovação, anteriormente consultora na Augusto Mateus & Associados.

Dos projectos em que participou, destacam-se: Projecto para a Implementação e Gestão de Eco parques, Implementação de um Sistema de Gestão para a inovação (LNEG); Elaboração de um Manual para a Sustentabilidade Empresarial; Estudos relativos ao Ordenamento de Actividades Económicas (IKEA, Ria de Aveiro); Estudo de Atractividade e Potencialidade dos Clusters Agro-alimentar, Economia do Mar, Cidades Inteligentes, Tecnologias de Produção e Turismo para as Empresas TICE.

AIDA
ASSOCIAÇÃO INDUSTRIAL
DO DISTRITO DE AVEIRO

QUALIFY
SMES

Cofinanciado por:

COMPETE
2020

PORTUGAL
2020

UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional