

Modul 1 - Introducere în retailul durabil

Grupa 1 – 21 octombrie

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are, however, those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Co-funded by the European Union

Skills4Retail
Building sustainable growth

Agenda

1.1. Contextul durabilității în retail

1.2. Evaluarea impactului asupra mediului în retail



Co-funded by the European Union

1.1. Contextul durabilității în retail

Rezumat



Retailul durabil

Retailul durabil se referă la practici și strategii comerciale care iau în considerare impactul asupra mediului și societății, în timp ce își desfășoară activitățile comerciale.

Este caracterizat de o abordare responsabilă și ecologică în ceea ce privește producția, distribuția și vânzarea produselor și serviciilor.

Importanța retailului durabil rezidă în contribuția sa la protejarea mediului înconjurător, conservarea resurselor naturale și îmbunătățirea calității vieții comunităților locale și globale.

Skills4Retail
Building sustainable growth

Co-funded by
the European Union



Impactul practicilor de retail asupra mediului și comunităților

Practicile de retail pot avea un impact semnificativ asupra mediului și comunităților, influențând resursele naturale, emisiile de carbon, sănătatea publică și coeziunea socială.

Retailul durabil urmărește să reducă aceste impacte negative prin promovarea unor practici responsabile, precum utilizarea materialelor reciclabile, gestionarea eficientă a lanțului de aprovizionare, reducerea deșeurilor și sprijinirea comunităților locale prin programe de implicare socială și economică.

Skills4Retail
Building sustainable growth

Co-funded by
the European Union

Skills4Retail
Building sustainable growth

Retailul durabil: definiție și importanță



Retailul durabil reprezintă o abordare strategică în industria comercială care se concentrează pe minimizarea impactului negativ asupra mediului și societății în timp ce desfășoară activitățile comerciale.

Această abordare implică luarea în considerare a aspectelor ecologice, sociale și economice ale întreprinderii, cu scopul de a aduce beneficii atât mediului înconjurător, cât și comunităților locale și globale.

Co-funded by
the European Union

Aspecte esențiale ale retailului durabil

1 **Ecologic**



2 **Social**



3 **Economic**



Co-funded by the European Union

Impactul practicilor de retail asupra mediului și comunităților

Protecția mediului înconjurător



Conservarea resurselor naturale





Îmbunătățirea calității vieții.

Reputația și sustenabilitatea afacerii



Co-funded by the European Union

1.2. Evaluarea impactului asupra mediului în retail

Rezumat

Analiza ciclului de viață al produselor în retail

- Analiza ciclului de viață (ACV) este o metodă utilizată pentru a evalua impactul asupra mediului al unui produs pe întreaga sa durată de viață, de la materiile prime și producție până la utilizare și eliminare. În contextul retailului, ACV poate ajuta la identificarea și reducerea impactuluinegativ asupra mediului prin optimizarea proceselor de producție, distribuție și eliminare a produselor.

Calcularea amprentei de carbon și a altor indicatori de durabilitate

- Amprenta de carbon este o măsură a cantității de emisii de gaze cu efect de seră asociate cu un produs sau o activitate. În retail, calcularea amprentei de carbon poate fi utilizată pentru a evalua și compara impactul diferitelor produse sau procese asupra mediului. În plus, alți indicatori de durabilitate, cum ar fi consumul de apă, deșeurile generate și utilizarea resurselor naturale, pot fi luați în considerare pentru a obține o imagine cuprinzătoare a impactului asupra mediului în retail.

Co-funded by
the European Union

Analiza ciclului de viață (AVC) în procesul de retail

Procesul de ACV implică următoarele etape:

- Definirea obiectivelor și scopului
- **Inventarierea ciclului de viață**
- **Evaluarea impactului**
- **Interpretarea rezultatelor și identificarea oportunităților de îmbunătățire**

- *În retail, ACV poate fi aplicată la diferite nivele, incluzând analiza ciclului de viață al produselor individuale, al ambalajelor, al proceselor de producție și distribuție etc.*

- *De exemplu, un retailer poate efectua ACV pentru a evalua impactul asupra mediului al unei game de produse, identificând materialele și procesele cu cel mai mare impact și căutând alternative mai durabile și mai eco-friendly.*

Co-funded by the European Union

Calcularea amprentei de carbon și a altora indicatori de durabilitate



- *Amprenta de carbon este unul dintre cei mai cunoscuți indicatori utilizați pentru a măsura impactul asupra mediului al unui produs sau serviciu. Aceasta reprezintă cantitatea totală de gaze cu efect de seră emise în timpul ciclului de viață al unui produs, măsurată în echivalent de dioxid de carbon (CO2).*
- În retail, calcularea amprentei de carbon poate fi o unealtă utilă pentru evaluarea și compararea impactului diferitelor produse sau procese.
- De exemplu, un retailer poate compara amprenta de carbon a două opțiuni de ambalaj pentru a determina cea mai sustenabilă soluție.
- De asemenea, alți indicatori de durabilitate, cum ar fi consumul de apă, generarea deșeurilor și utilizarea resurselor naturale, pot fi luați în considerare pentru a obține o imagine mai completă a impactului asupra mediului.

Co-funded by the European Union

Skills4Retail
Building sustainable growth

Pentru a calcula amprenta de carbon și alți indicatori de durabilitate într-un mediu de retail, este necesar să se efectueze mai mulți pași:

- ✓ **Identificarea datelor și informațiilor relevante**
- ✓ **Calcularea amprentei de carbon**

Co-funded by
the European Union

Amprenta de carbon=$\sum_{i=1}^{n} (Emisii_i x\ Factor_i)$

- Se aplică această formulă pentru fiecare etapă a ciclului de viață al produsului sau procesului analizat.
- Emisiile de gaze cu efect de seră asociate cu fiecare etapă sunt înmulțite cu factorii de conversie corespunzători, iar apoi se adună pentru a obține amprenta totală de carbon.

Co-funded by the European Union

Calcularea altor indicatori de durabilitate

- **consumul de apă -** calcularea cantității totale de apă utilizată în fiecare etapă a ciclului de viață
- **generarea deșeurilor** - cantificarea cantității totale de deșeuri generate în timpul procesului de producție, distribuție și utilizare a produselor
- **utilizarea resurselor naturale -** măsurarea utilizării totale a resurselor naturale, precum lemnul, apa și alte materiale, în fiecare etapă a ciclului de viață

Interpretarea și utilizarea rezultatelor

- Analizarea rezultatelor pentru a identifica punctele slabe și oportunitățile de îmbunătățire în ceea ce privește impactul asupra mediului.
- Utilizarea acestor date pentru a lua decizii informate în ceea ce privește practicile de achiziție, gestionarea lanțului de aprovizionare, strategiile de marketing și alte aspecte ale operațiunilor de retail, cu scopul de a reduce amprenta de carbon și de a promova o mai mare durabilitate.

Importanța evaluării impactului asupra mediului în retail

Evaluarea impactului asupra mediului în retail este crucială pentru mai multe motive:

- **Identificarea punctelor slabe și a oportunităților de îmbunătățire**
- **Promovarea unui retail mai sustenabil și responsabil**
- **Răspunderea față de consumatori și mediu**



Co-funded by the European Union

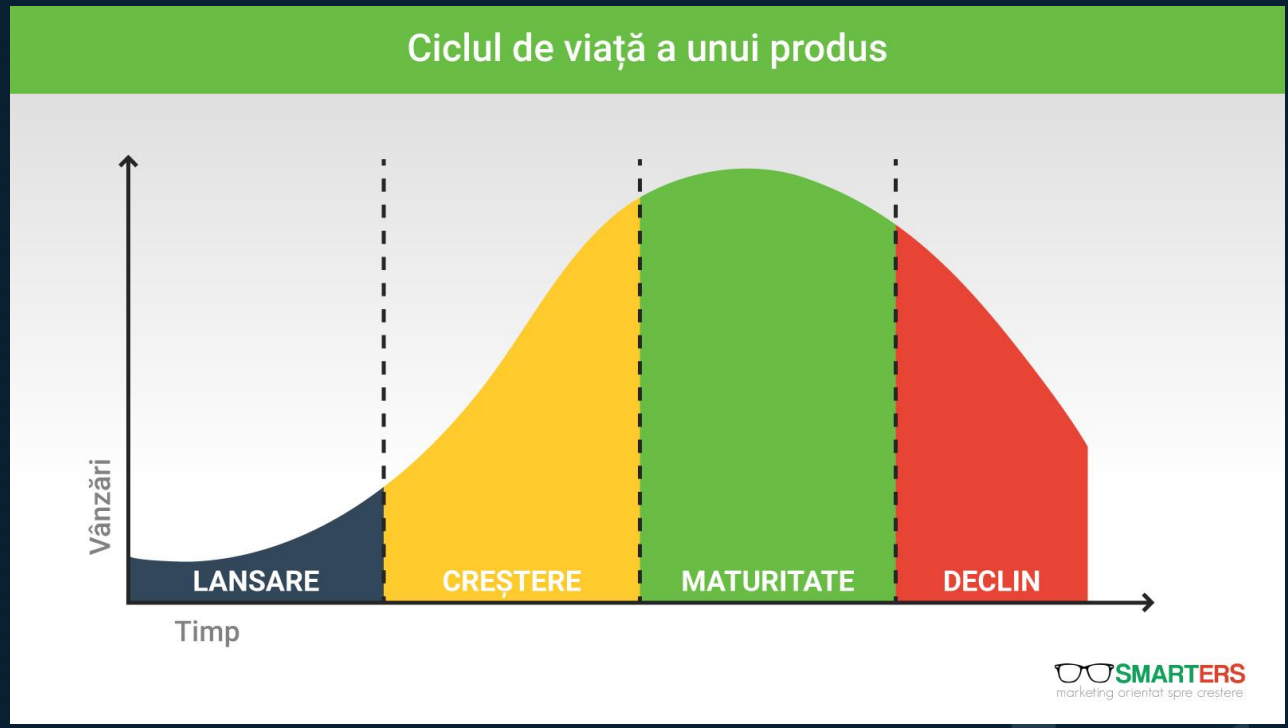
Exemplu
Procesul de analiză a ciclului de viață (ACV) la EcoMart

- **Definirea obiectivelor și scopului**

- EcoMart, un retail fictiv, și-a propus să evalueze și să îmbunătățească impactul asupra mediului al produselor comercializate în magazinele sale. Obiectivul este să identifice punctele slabe ale ciclului de viață al produselor și să dezvolte soluții pentru reducerea acestui impact, promovând un retail mai sustenabil și responsabil.

- **Inventarierea ciclului de viață**

- Pentru a începe procesul de ACV, EcoMart a ales să analizeze câteva produse reprezentative din diferite categorii, cum ar fi alimente, produse de uz casnic și produse cosmetic. *De exemplu*, pentru *fructe și legume proaspete*, s-au analizat condițiile de cultivare, resursele utilizate pentru producție, procesele de ambalare, transportul de la fermă la magazin, depozitarea în magazine și modul în care acestea sunt gestionate de către consumatori după cumpărare, inclusiv eliminarea deșeurilor organice.



Co-funded by
the European Union

- **Evaluarea impactului**

- Utilizând diverse metode și indicatori, EcoMart a evaluat impactul asupra mediului al fiecărei etape a ciclului de viață al produselor analizate. S-au luat în considerare emisiile de gaze cu efect de seră, consumul de apă, utilizarea energiei și alte aspecte relevante pentru durabilitate. De exemplu, s-a constatat că producția și distribuția fructelor și legumelor proaspete au un impact semnificativ asupra emisiilor de carbon din cauza necesității de refrigerare și transport rapid pentru a menține prospețimea.
- **Interpretarea rezultatelor și identificarea oportunităților de îmbunătățire**

- Pe baza rezultatelor analizei, EcoMart a identificat mai multe oportunități de îmbunătățire a ciclului de viață al produselor sale. Pe baza datelor și analizelor realizate pentru fructe și legume proaspete, EcoMart a identificat mai multe măsuri pentru a reduce impactul asupra mediului:
  - optimizarea lanțului de aprovizionare prin colaborarea cu furnizori locali pentru a reduce distanțele de transport și, implicit, emisiile de carbon;
  - reducerea utilizării ambalajelor de unică folosință prin promovarea ambalajelor refolosibile și reciclabile;
  - implementarea unor sisteme de refrigerare eficiente energetic în magazine și depozite pentru a reduce consumul de electricitate;
  - gestionarea stocurilor pentru a minimiza pierderile și promovarea unor practici de consum sustenabil la nivelul clienților;
  - aplicarea rezultatelor și extinderea la alte produse.

Co-funded by the European Union

Aplicarea ACV la nivelul întregii game de produse

- EcoMart a decis să extindă analiza ciclului de viață la nivelul întregii game de produse comercializate în magazinele lor din țară.
- Astfel, s-au evaluat impactul asupra mediului al produselor alimentare, al produselor de uz casnic, al articolelor de îngrijire personală etc.
- Acest lucru a permis identificarea și prioritizarea produselor cu cel mai mare impact și implementarea de măsuri de îmbunătățire la nivelul întregului portofoliu.

Co-funded by the European Union

Reflectați asupra procesului de analiză a ciclului de viață (ACV) la EcoMart

- Care credeți că sunt cele mai mari provocări pentru un retail în reducerea impactului asupra mediului al produselor alimentare proaspete? Ce soluții inovatoare ați propune pentru a depăși aceste provocări?

- Cum poate influența alegerea consumatorilor ciclul de viață al produselor alimentare și cum ar putea un retail să încurajeze comportamente de cumpărare mai sustenabile în rândul clienților săi?

- Reflectând asupra rolului ambalajelor în sustenabilitatea produselor, ce alte strategii eficiente considerați că ar putea fi implementate pentru a minimiza utilizarea ambalajelor de unică folosință în cazul fructelor și legumelor proaspete, fără a compromite calitatea produselor?

Co-funded by the European Union

Întrebări?



Skills4Retail
Building sustainable growth

Co-funded by
the European Union

Skills4Retail
Building sustainable growth



Mulțumesc pentru atenție!

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are, however, those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Co-funded by the European Union