

Regio.Digi.Hub

Regional Development Digital
Education HUB

Promovarea Dezvoltării Regionale
prin consolidarea capacității
sistemului VET



Co-funded by
the European Union

Elemente sociale și de mediu – RSC, Consum sustenabil, Amprenta ecologică, Întreprinderile sociale



Co-funded by
the European Union

Declinarea responsabilității

Sprijinul acordat de Comisia Europeană în realizarea acestui material nu implică susținerea conținuturilor, acestea reflectând doar poziția autorilor. Comisia nu poate fi trasă la răspundere pentru niciun fel de utilizare a informațiilor cuprinse în prezenta publicație.

Nr. proiect: 2021-1-RO01-KA220-VET-000028118



**Co-funded by
the European Union**





Regio.Digi.Hub
Regional Development Digital
Education HUB

Consortiu



ATLANTIS
ENGINEERING



BSC
Business Support Centre Kranj
Regional Development Agency of Gorenjska



ADR
Agenția pentru Dezvoltare Regională
N O R D - E S T



**THE REGIONAL
DEVELOPMENT
AGENCY BACKA**



**POLITEKNIKA
TXORIERRI**



ESTABLISHED 1890
**RUSE CHAMBER OF
COMMERCE AND INDUSTRY**



Co-funded by
the European Union

Cuprins

- 01 Transformarea digitală și verde – definiții
- 02 Aspecte sociale și de mediu – RSC
- 03 Consumul sustenabil
- 04 Amprenta ecologică
- 05 Întreprinderile sociale
- 06 Articole, Bibliografie



Introducere

Transformarea digitală – definiție

Transformarea digitală implică integrarea tehnologiei digitale în toate palierele unei afaceri, rezultând în schimbări fundamentale ale modului în care afacerile operează, dar și ale modului în care acestea livrează valoare clienților, crescând competitivitatea sectoarelor industriale și având impact nu doar asupra sectorului privat, ci și al celui public, incluzând agenții și organizații.



Co-funded by
the European Union



Introducere

Transformarea verde – definiție

Transformarea verde este unul dintre acele procese esențiale pentru evoluția constantă a lumii și implică dezvoltarea de tehnologii verzi, dar și crearea de reglementări legale care să impună economii de energie sau reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră, de pildă, precum și orice alte măsuri destinate să schimbe atitudinile sociale referitoare la acceptarea soluțiilor tehnologice inovative și a normelor legislative ce au ca obiectiv protejarea mediului. Așadar, transformarea verde poate fi definită drept intersecția dintre creșterea economică și grija pentru mediu, în scopul garantării unei calități ridicate a vieții pentru generațiile prezente și viitoare, la un nivel care poate fi atins datorită dezvoltării civilizaționale, dar și utilizării raționale și eficiente a resurselor disponibile.



Aspecte sociale și de mediu – RSC

Ce este RSC?

Responsabilitatea socială a corporativă reprezintă o componentă a dezvoltării sustenabile prin care companiile aleg să se raporteze la aspectele de mediu și cele sociale ca la elemente integrante ale operațiunilor de afaceri.

În relația dintre companii și comunitate, responsabilitatea socială aduce beneficii reciproce. Pe de o parte, generează profit pentru companii, iar pe de altă parte, oferă sprijin pentru grupurile sau comunitățile dezavantajate și contribuie la dezvoltarea locală.



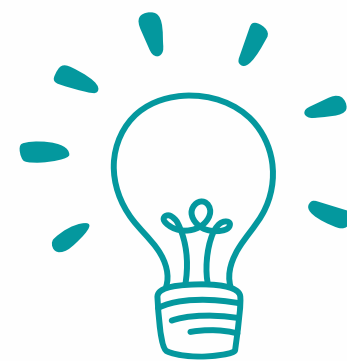
Video – Ce este Responsabilitatea Socială Corporativă(RSC)?



<https://www.youtube.com/watch?v=T317juXMaBs>

Considerente valoroase pentru implementarea RSC:

- Condiții de trai mai bune;
- Educație;
- Salvarea și protejarea mediului;
- Servicii de sănătate.



R = Responsabilitate (Ce trebuie făcut)

S = Social (Oameni și mediu)

C = Corporativ (Mediul de afaceri)

RSC nu se reduce doar la managementul riscurilor.



RSC își propune:

- Să identifice și să îmbunătățească impactul asupra societății și mediului;
- Să consolideze imaginea brandului;
- Să traseze diferențe față de competitori;
- Să crească nivelul de satisfacție al angajaților;



Co-funded by
the European Union

Principiile responsabilității sociale corporative

- În 2007, Organizația Internațională pentru Standardizare (ISO) a lansat inițiativa de a standardiza conceptul larg folosit de responsabilitate socială, dezvoltând un standard cu aplicabilitate internațională – ISO 26000.
- Acest standard este util pentru toate organizațiile private sau publice, mari sau mici, detaliind modurile în care acestea pot sprijini comunitățile în care își desfășoară operațiunile.
- Standardul definește șapte principii ale responsabilității sociale, orientate spre:
 - responsabilitatea pe care organizația o are față de societate, față de economie, impactul asupra mediului, transparența decizională și a activităților organizației;
 - comportament etic;
 - respect pentru interesul părților implicate;
 - respect pentru prevalența legii;
 - respectarea drepturilor omului.



Tipuri de responsabilitate socială corporativă

Responsabilitatea socială corporativă este clasificată în mod tradițional în 4 categorii: responsabilitate de mediu, responsabilitate filantropică, responsabilitate etică și responsabilitate economică.

1. Responsabilitatea de mediu

Această componentă se axează pe ideea că organizațiile ar trebui să acționeze într-o manieră cât mai puțin dăunătoare față de mediu, fiind una dintre cele mai comune forme de responsabilitate socială corporativă. Pentru a se referi la astfel de inițiative, unele companii utilizează termenul de „gestionarea mediului”.

Companiile care urmăresc să integreze responsabilitatea față de mediu în activitatea lor au la dispoziție numeroase modalități, precum:

- Diminuarea practicilor dăunătoare, prin reducerea poluării, a emisiilor de gaze cu efect de seră, minimizarea utilizării produselor din plastic de unică folosință, a consumului de apă și a deșeurilor;
- Reglarea consumului de energie prin utilizarea crescută a surselor de energie regenerabilă, a resurselor sustenabile și a materialelor reciclate sau parțial reciclate;
- Contrabalansarea impactului negativ asupra mediului prin diverse practici ca plantarea de copaci, finanțarea cercetării sau susținerea prin donații a cauzelor adiacente.

3 Ways to Embrace Environmental Responsibility



Reduce Harmful Practices
Decrease pollution, greenhouse gas emissions, single-use plastics, water consumption, and general waste.



Regulate Energy Consumption
Increase reliance on renewables, sustainable resources, and recycled materials.



Offset Negative Environmental Impact
Plant trees, fund research, and donate to related environmental causes.

Tipuri de responsabilitate socială corporativă

2. Responsabilitatea etică

Responsabilitatea etică vizează operarea într-o manieră echitabilă și etică a activităților organizației. Organizațiile care își asumă responsabilitatea etică implementează comportamente etice prin asigurarea unui tratament echitabil pentru toate părțile implicate, inclusiv lideri, investitori, angajați, furnizori și clienți.

Companiile pot integra responsabilitatea etică în activitatea lor în diferite moduri. Spre exemplu, o firmă își poate seta propriul prag pentru salariul minim, peste cel stabilit prin lege, în situația în care cel hotărât de guvernul de stat sau federal nu asigură traiul zilnic. Într-o manieră similară, o companie poate decide ca produsele, ingredientele, materialele sau componentele de care are nevoie să fie procurate conform standardelor de comerț echitabil. În această direcție, numeroase afaceri au procese prin care să prevină achiziția de produse obținute rezultate din munca sclavilor sau a copiilor.

3. Responsabilitatea filantropică

Responsabilitatea filantropică se referă la scopul unei companii de a contribui activ la o societate și o lume mai bună.

Pe lângă adoptarea unor comportamente și acțiuni etice și prietenoase cu mediul, organizațiile axate pe responsabilitatea filantropică dau adesea mai departe o porțiune din câștiguri. În timp ce unele firme aleg să facă donații către asociații de caritate și organizații nonprofit care se aliniază cu misiunea lor, altele contribuie către cauze care nu se corelează în mod direct cu specificul afacerii. Mai mult, unele companii aleg să creeze propriile organizații sau fonduri caritabile pentru a da înapoi comunității și pentru a avea un impact pozitiv în societate.



Tipuri de responsabilitate socială corporativă

4. Responsabilitatea economică

Responsabilitatea economică reprezintă practica prin care o companie își bazează toate deciziile financiare pe angajamentul de a produce schimbări benefice pe toate palierele enumerate anterior. Scopul final nu este doar acela de a maximiza profiturile, ci și de a garanta că operațiunile de afaceri ale organizației au un impact pozitiv asupra mediului, oamenilor și societății.



Co-funded by
the European Union

Care sunt beneficiile responsabilității sociale corporative?

Cele mai multe firme sunt determinate să adopte practicile de responsabilitate socială corporativă de convingeri morale, ceea ce rezultă în numeroase beneficii, precum și în schimbări sociale importante.

Inițiativele de responsabilitate socială corporativă se pot constitui, printre altele, într-un puternic instrument de marketing, plasând compania într-o perspectivă favorabilă în fața consumatorilor, a investitorilor și a organismului legiuitor. Aceste inițiative pot îmbunătăți în egală măsură implicarea și gradul de satisfacție a angajaților, stimulând retenția. De asemenea, acțiunile de responsabilitate socială corporativă pot atrage potențiali angajați ale căror convingeri personale converg cu cele ale organizației.

Nu în ultimul rând, inițiativele RSC, prin însăși natura lor, îi pun pe lideri în postura de a-și analiza practicile de recrutare și management al angajaților, de procurare a produselor sau componentelor necesare activității și de livrare plus-valoare către client. Acest cadru de reflecție poate conduce adesea la soluții inovatoare și revoluționare ce facilitează comportamente responsabile social și cresc profiturile. Reconceptualizarea procesului de producție, de exemplu, pentru ca o companie să consume mai puțină energie și să producă mai puține deșeuri, îi permite acesteia nu doar să devină mai prietenoasă cu mediul, ci și să realizeze economii la nivel de costuri de energie și materiale, economii ce pot fi valorificate și împărtășite atât cu furnizorii, cât și cu clienții.



Co-funded by
the European Union

Responsabilitatea socială corporativă în Europa

Numărul companiilor care își raportează eforturile în direcția RSC va crește, cel mai probabil, și în 2022. Directiva UE de raportare nefinanciară și Planul UE de acțiune privind finanțarea sustenabilă urmăresc să încurajeze companiile să își raporteze performanțele la nivel de mediu, social și de guvernanță.

Potrivit unui raport realizat de Inițiativa Globală pentru Raportare (GRI), în 2020 s-a înregistrat o creștere de 9% a numărului de companii care și-au raportat performanțele utilizând standardele GRI, 7851 de companii raportând pe baza acestor standarde, care constituie cel mai folosit cadru de raportare în privința sustenabilității. De asemenea, un studiu derulat de Consiliul pentru Standardele de Contabilitate pentru Sustenabilitate (SASB) a scos la iveală faptul că numărul companiilor europene care dezvăluie informații despre performanțele lor de sustenabilitate este deopotrivă în creștere.

Concluzionând, se preconizează că din ce în ce mai multe companii din Europa își vor raporta performanțele RSC în 2022, pe fondul reglementărilor UE și al cadrelor care încurajează raportarea sustenabilității. Se așteaptă în egală măsură o creștere a numărului de companii care vor raporta în baza standardelor GRI și SASB.



Standardele GRI

Standardele dezvoltate de Inițiativa Globală pentru Raportare(GRI) reprezintă un set de îndrumări referitoare la raportarea sustenabilității ce le oferă companiilor un cadru de raportare a performanțelor lor economice, de mediu și sociale. Standardele GRI sunt utilizate la scară largă în întreaga lume și sunt considerate a fi cea mai folosită structură de raportare a sustenabilității.

Standardele GRI sunt clasificate în trei categorii principale: economice, de mediu și sociale. În cadrul fiecărei categorii se regăsesc anumiți indicatori specifici, pe care companiile îi pot aplica pentru a-și raporta performanțele. Standardele includ, deopotrivă, recomandări cu privire la maniera de raportare pentru fiecare indicator, precum și la modul în care se dezvăluie orice aspecte materiale ale performanțelor de sustenabilitate.

Standardele GRI au fost create pe principiul flexibilității și pot fi utilizate de companii de orice dimensiune și din orice industrie. Ele au fost concepute, de asemenea, astfel încât să fie compatibile cu alte sisteme de raportare, precum Cadrul de Raportare Integrată și Standardele de Contabilitate pentru Sustenabilitate (SASB).

Unul dintre avantajele Standardelor GRI este acela că oferă companiilor un limbaj comun pentru analizarea și raportarea performanțelor de sustenabilitate proprii, ceea ce ajută toate părțile interesate să înțeleagă și să realizeze comparații de performanță între companii și sectoare diverse. Acest lucru crește nivelul de transparență și de răspundere al companiilor față de performanța proprie, ajutând părțile implicate să ia decizii informate.



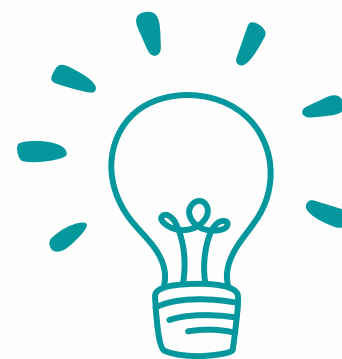
Video – Raportarea sustenabilității prin Standardele GRI



Standardele GRI de raportare a sustenabilității, primele standarde globale de acest fel.



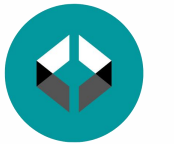
<https://www.youtube.com/watch?v=6LkrhalWIMc>



- Standardele GRI permit tuturor organizațiilor să raporteze în mod public asupra impactului lor economic, de mediu și social, demonstrându-și contribuțiile, fie ele pozitive sau negative, la obiectivul dezvoltării durabile.
- Dezvoltate de Consiliul pentru Standarde Internaționale de Sustenabilitate, un organism independent de setare a standardelor, Standardele GRI se fundamentează pe ani întregi de contribuții ale experților și ale diverselor părți implicate.
- Aceste standarde reprezintă bune practici globale și creează un limbaj comun pentru sustenabilitate și raportare.



Co-funded by
the European Union



Exemple de companii europene cu bune sisteme de responsabilitate socială corporativă

- **Ikea:** Acest gigant al producției de mobilă și-a asumat un angajament puternic față de sustenabilitate și și-a stabilit țeluri ambițioase pentru diminuarea impactului față de mediu, precum procurarea energiei din surse regenerabile în proporție de 100%, până în 2020.
- **Unilever:** Producătorul de bunuri de consum a dezvoltat o serie de inițiative cu scopul de a promova sustenabilitatea și de a îmbunătăți calitatea vieții în comunitățile în care operează.
- **Nestle:** Compania de alimente și băuturi a demarat mai multe inițiative ce vizează sustenabilitatea, inclusiv angajamentul de a procura 100% din materiile prime agricole în mod sustenabil, până în 2020.
- **Danone:** Producătorul de alimente și-a asumat un angajament solid în direcția sustenabilității, fiind implicat în mod activ în multiple acțiuni ce promovează agricultura sustenabilă și creșterea calității vieții în comunitățile din lanțul său de aprovizionare.
- **Novo Nordisk:** Această companie care activează în domeniul sănătății a pus bazele unor inițiative diverse de promovare a sustenabilității și de îmbunătățire a vieții în comunitățile în care își desfășoară activitățile.
- **Triodos Bank:** Banca este cunoscută pentru angajamentul față de servicii bancare etice, generând diferite inițiative menite să promoveze sustenabilitatea și să sprijine dezvoltarea durabilă.
- **Interface:** Această companie este lider global în materie de pardoseli sustenabile și implementează o serie de acțiuni ce vizează promovarea sustenabilității și reducerea impactului asupra mediului.



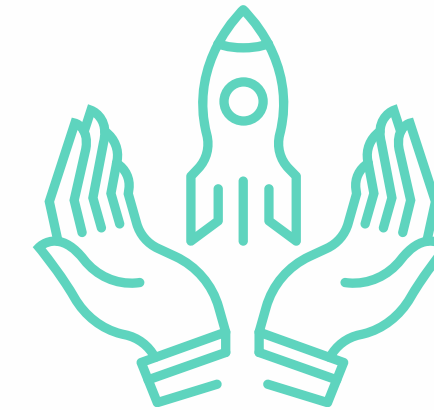
Consumul sustenabil

Ce este consumul sustenabil?

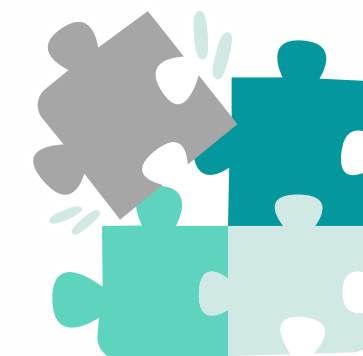
- **O definiție simplistă** – Consumul sustenabil se referă la conceput de consum al resurselor și produselor într-o manieră sustenabilă și responsabilă, cu scopul îndeplinirii nevoilor atât la momentul actual, cât și în viitor, fără a crea un impact negativ asupra mediului.
- **O definiție din perspectiva consumatorului final** – Consumul sustenabil presupune obținerea unui comportament sustenabil al consumatorului. Este despre a gândi și a acționa având mediul înconjurător în minte atunci când, în calitate de consumatori finali, cumpărăm și aruncăm. Este despre a adopta valori preliminare sustenabile pentru a face alegeri de consum care să reducă generarea de deșeuri și impactul asupra mediului.



Cum putem contribui la sustenabilitate și consum responsabil



- Primul lucru pe care ar trebui să îl faci este să-ți analizezi propriul consum. Există deja numeroase lucruri în viețile noastre de zi cu zi pe care le putem face mai sustenabile, pentru a face o diferență.
- Fast-fashion, carnea de proastă calitate și produsele din plastic sunt o povară pentru natură, dar și pentru bugetul tău, pe termen lung. Chiar dacă prețurile scăzute par tentante la prima vedere, în perspectivă nu vei cheltui mai puțin, deoarece va trebui să cumperi constant mai mult.
- Cei care aleg produse de calitate superioară, produse în condiții echitabile, și sprijină economia locală își lasă amprenta ecologică și acționează activ în direcția sustenabilității, a echității sociale și, în esență, a propriei lor bunăstări.
- Acumularea de multe lucruri poate deveni copleșitoare. Așadar, cumpără responsabil, informează-te și regândește-ți dieta personală, dar și modul în care te raportezi la haine și alte obiecte.
- În loc să îți cheltui banii pe orice presupus chilipir sau ofertă specială, economisește pentru ceva cu adevărat semnificativ. Poate fi, de pildă, o vacanță cu cei dragi, o activitate plăcută sau chiar provizii pentru mai târziu.

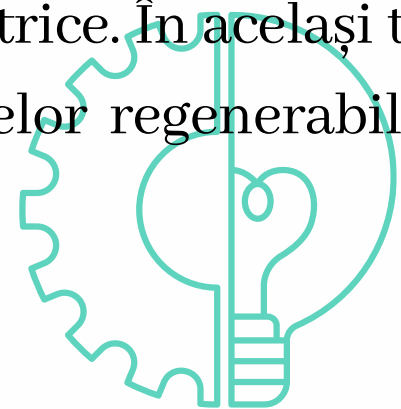


Atingerea consumului sustenabil în Europa până în 2050



Atingerea consumului sustenabil în Europa până în anul 2050 reprezintă un scop ambițios, însă realizabil. Provocarea principală constă în schimbarea stilului de viață nesustenabil curent al europenilor. Pentru a reuși acest lucru, este necesar să se producă o recalibrare la nivel de atitudini și politici privind consumul sustenabil.

Primul pas este legat de reducerea consumului de energie și resurse. Guvernele trebuie să implementeze standarde mai presante în ceea ce privește eficiența energetică, dar și stimulente pentru dispozitivele și aparaturile economice din punct de vedere energetic, precum iluminatul LED, panourile solare și vehiculele electrice. În același timp, este necesar să se prioritizeze implementarea surselor regenerabile de energie și a sistemelor de stocare a energiei.



Co-funded by
the European Union

Atingerea consumului sustenabil în Europa până în 2050

În al doilea rând, este necesar să se producă o schimbare în comportamentul consumatorilor. Acest lucru se poate realiza prin campanii publice de conștientizare, programe educaționale și stimulente pentru consumul sustenabil. Consumatorii ar trebui încurajați să cumpere produse și alimente locale, să reutilizeze și să recicleze cât de mult posibil și să își limiteze consumul de produse dispensabile și de unică folosință.

În al treilea rând, guvernele trebuie să ofere sprijin financiar și de reglementare pentru afacerile și organizațiile care fac tranziția către practici sustenabile. Aceasta include stimulente pentru companiile care investesc în energia regenerabilă și în produse eficiente energetic, dar și promovarea economiilor circulare și a celor colaborative.

Nu în cele din urmă, trebuie să existe un focus pe obiectivele de dezvoltare durabilă, precum reducerea inegalităților și a sărăciei, îmbunătățirea sănătății și a bunăstării.



Co-funded by
the European Union

Amprenta ecologică

Ce este amprenta ecologică?

- **Amprenta ecologică** indică nivelul de presiune pe care oamenii îl pun pe resursele naturale disponibile în mediul lor înconjurător.
- Amprenta ecologică este o metodă prin care se determină gradul de dependență dintre oameni și resursele naturale. Oferă o măsură a resurselor de mediu care sunt necesare pentru a susține un anumit mod de viață sau de afaceri.
- Cea mai comună **unitate de măsură pentru amprenta ecologică** este reprezentată de **hectarul global (gha)**, care le permite profesioniștilor să determine suprafața de pământ necesară pentru a îndeplini în mod suficient nevoile fiecărei persoane.
- Amprenta ecologică este utilizată în general pentru a calculat gradul de sustenabilitate al unei entități, fie aceasta regiune, persoană sau afacere.
- Poate fi exprimată, de asemenea, și în cantitatea de resurse consumate. Introdusă pentru prima dată în 1992 de către William Rees, ideea de a calcula amprentele ecologice are rolul de a evalua impactul activităților umane asupra mediului, permițându-le analiștilor să determine rata cu care oamenii consumă resursele și generează deșeuri.



Amprenta ecologică

Amprenta ecologică sau amprenta de carbon?

- Amprenta de carbon se referă la gazele cu efect de seră și se folosește pentru a evalua impactul activităților umane asupra mediului. Amprenta de carbon poate fi individuală, națională sau globală.
- Acești indicatori – amprenta ecologică și amprenta de carbon – reprezintă două modalități diferite de educare a oamenilor referitor la impactul lor asupra mediului, încurajându-i să își schimbe obiceiurile, să acționeze împotriva încălzirii globale și să își reducă emisiile de gaze cu efect de seră.



Amprenta ecologică

Cum se calculează și se măsoară Amprenta Ecologică Globală?

- Calculul amprentei ecologice are în vedere următorii doi factori:
 - Biocapacitatea Pământului, adică abilitatea planetei de a produce resurse;
 - Activitatea umană și impactul său ecologic, însemnând resursele consumate și deșeurile produse.
- Resursele consumate de fiecare individ sunt scăzute din resursele generate de planetă pe parcursul unui an. Amprenta ecologică se exprimă în hectare globale. În medie, un european ar avea nevoie de aproximativ 4.5 hectare, în timp ce o persoană din America de Nord ar necesita 6.6 hectare, iar o persoană din Africa 2.7 hectare.
- Rezultatele acestui calcul efectuat la scară globală ne arată capacitatea insuficientă a planetei de a satisface nevoile locuitorilor săi.



Amprenta ecologică

Cum să îți reduci amprenta ecologică?

- O parte semnificativă a amprente ecologice se datorează emisiei gazelor cu efect de seră rezultate din activitatea oamenilor. În fapt, amprenta ecologică a indivizilor depinde în mod predominant de stilul lor de viață.
- Pentru a limita emisiile de gaze cu efect de seră și, subsecvent, pentru a reduce amprenta ecologică, este imperativ să schimbăm stilul de viață al oamenilor, prin adoptarea unor obiceiuri simple:
 - ❖ Reducerea consumului de cărnuri;
 - ❖ Reciclarea și reutilizarea materialelor;
 - ❖ Optimizarea consumului de energie propriu;
 - ❖ Alegerea unei companii de energie verde;
 - ❖ Producția proprie de energie;
 - ❖ Mutări sustenabile...



Amprenta ecologică

Povești pozitive despre mediu din 2022

- **Uniunea Europeană a aprobat o schemă de energie regenerabilă în Germania, în valoare de 28 de miliarde de euro**

Această politică urmărește extinderea accelerată a utilizării energiei solare și eoliene. Este concepută astfel încât să asigure îndeplinirea obiectivului Germaniei de a produce 80% din energia electrică din surse regenerabile până în 2030. Înlocuind o schemă deja existentă, aceasta se derulează până în 2026.

- **O nouă interdicție UE a deșeurilor din plastic ar putea însemna sfârșitul articolelor de toaletă în miniatură din hoteluri**

Uniunea Europeană ar putea interzice articolele de toaletă în miniatură din hoteluri și caserolele alimentare de unică folosință, în demersul său împotriva risipei de ambalaje.

Propunerea face parte din Pactul Verde European, un plan la nivel UE care își propune să atingă neutralitatea climatică până în 2050, să separe creșterea economică de utilizarea resurselor și să promoveze o economie circulară. În Europa, fiecare persoană generează aproape 180 kg de deșuri din ambalaje în fiecare an. Acestea reprezintă una dintre problemele principale, înglobând peste 40% din plasticul și 50% din hârtia folosite în Uniunea Europeană.



Co-funded by
the European Union



Regio.Digi.Hub
Regional Development Digital
Education HUB



Amprenta ecologică

Povești pozitive despre mediu din 2022

- **Energia solară în Europa este așteptată să crească cu aproape 50% în 2022, potrivit unui nou raport realizat de grupul industrial SolarPower Europe.**

Raportul relevă că UE a instalat un record de 41.4 GW de panouri solare anul acesta – suficient încât să alimenteze echivalentul a 12.4 milioane de locuințe. Aceasta reprezintă o creștere de 47% față de cei 21.8 GW instalați în 2021.

- **Înlocuirea ambalajelor de plastic**

Fondatorii start-upului Ionfenez Notpla au câștigat Premiul Earthshot în categoria „Construiește o lume fără deșeuri”, primind £1m (€1.2m) pentru crearea unei alternative fabricate din alge și plante la pungile din plastic.

Produsul este complet natural și biodegradabil și poate fi utilizat pentru producția unei plaje largi de ambalaje, de la folie cu bule pentru retenția lichidului și până la folii interioare pentru caserole.



Economia socială și întreprinderile sociale în Europa

- Economia socială are deja o tradiție în Uniunea Europeană, fiind regăsită sub denumiri diferite, precum economie solidară sau cel de-al treilea sector și având o recunoaștere largă atât în statele membre, cât și la nivelul instituțiilor europene.
- Economia socială s-a dezvoltat dintr-o tradiție istorică preponderent cooperativă, bucurându-se de recunoaștere din partea autorităților publice care au adoptat legi speciale și au suport instituțional îndelungat și relații de colaborare cu acest sector, cu precădere în statele din sudul Europei: Franța, Spania și Portugalia, dar și în Belgia și, mai recent, în Grecia și România.
- Acest sector include cooperative, societăți mutuale, asociații non-profit, fundații și întreprinderi sociale care desfășoară activități economice, oferă o gamă variată de produse și servicii pe piața unică europeană și generează milioane de locuri de muncă. Acestea constituie principalele componente instituționale ale economiei sociale, fiind cunoscute și ca organizații și întreprinderi sociale.



Economia socială și întreprinderile sociale în Europa

- Conceptului de economie socială, apărut original în politicile referitoare la întreprinderi sau la sectorul asociativ, i s-a alăturat recent și cel de întreprindere socială, după succesul înregistrat în anii '90 în Italia - țara care a legiferat prima formă de întreprindere socială, respectiv cooperativa socială.
- Conceptul de întreprindere socială subliniază caracterul antreprenorial al acestor entități și existența principală a unei activități economice dedicate unei misiuni sociale.
- Cooperativele sociale și o parte dintre întreprinderile sociale, mai precis cele de inserție prin activitate economică a persoanelor defavorizate, în statele cu tradiție, sunt integrate în mecanismele politicilor publice sociale ca furnizori de servicii sociale și locuri de muncă pentru persoanele defavorizate.



Economia socială și întreprinderile sociale în Europa

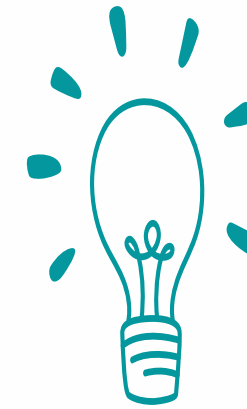
- Economia socială înglobează 10% din toate întreprinderile europene, respectiv 2 milioane de întreprinderi.
- Acest tip de economie este parte din modelul european social și de bunăstare ce include mecanismele necesare pentru ca acest sector să genereze un nivel ridicat de servicii, inclusiv servicii sociale de interes general, produse și locuri de muncă.



Ce este o întreprindere socială? Un model de afaceri demn de medalia de aur.



Referința video aici: <https://www.youtube.com/watch?v=qXesPpXYHXo>



Deoarece nu există o definiție juridică a unei întreprinderi sociale și a locului pe care îl ocupă în panteonul organizațiilor de afaceri, acest video utilizează inelele olimpice în scopuri didactice, pentru a oferi cele mai sugestive explicații.



Co-funded by
the European Union

Întreprinderea socială

Ce este o întreprindere socială?

- O întreprindere socială reprezintă o afacere centrată în jurul unei misiuni altruiste, aspect care influențează la rândul său modalitatea de conducere, de la dezvoltare de produs la promovare, de la lanț de aprovizionare la planificare financiară.
- În locul unei direcții singulare axate pe câștiguri, multe întreprinderi sociale măsoară succesul în baza unei finalități triple:
 - Oamenii. Impactul uman al afacerii și abilitatea de a produce schimbare socială, de a îmbunătăți vieți și de a dezvolta o comunitate într-o manieră sustenabilă.
 - Planeta. Impactul asupra mediului – cum se contribuie la o planetă sustenabilă sau cum se reduce amprenta de carbon (emisiile de CO₂) a afacerii și a clienților.
 - Profitul. Ca în cazul afacerilor tradiționale, întreprinderile sociale trebuie să producă bani pentru a se susține, pentru a plăti angajații și pentru a crește la nivel de întreprindere.



Întreprinderea socială

Ce este o întreprindere socială:

- Spre deosebire de o afacere tradițională, în care profitul este reinvestit în afacere în scopul maximizării acestuia, o întreprindere socială alocă o mare parte din profiturile sale pentru a crea schimbare pozitivă în lume.
- Întreprinderile sociale nu echivalează neapărat cu politicile de responsabilitate socială corporativă (RSC). „A face bine” nu reprezintă un plus-valoare pentru întreprinderile sociale, ci propunerea de valoare de bază și misiunea în jurul căreia se organizează.



Întreprinderea socială

Diferitele tipuri de antreprenariat social

- Diversele modele pe care le poți adopta ca antreprenor social includ:
 - Organizațiile nonprofit. O entitate care nu desfășoară activitate de afaceri, scutită de taxe, ce investește fondurile în exces înapoi în misiunea sa.
 - Cooperativele. O afacere organizată de către și pentru membrii săi. Uniunile de credit magazinele alimentare comunitare sunt câteva exemple de cooperative.
 - Afaceri cu misiune socială. Aceste afaceri își construiesc fundația pe adresarea unei misiuni sociale.
 - Firme sociale. Firmele sociale angajează acele persoane din comunitate care au nevoie de locuri de muncă, precum tinerii aflați în situații de risc.
 - Afaceri responsabile din punct de vedere social. Aceste companii sprijină misiuni sociale ca parte integrantă din operațiunile zilnice de afaceri.
 - Afaceri pentru profit. Probabil cea mai vagă categorie, aceste afaceri sunt orientate către profit, dar fac donații, contribuie la conștientizare sau sprijină diverse cauze sub alte forme.
 - Poate că cel mai comun model de întreprinderi sociale presupune donarea unei porțiuni din profituri către binefacere, dar acesta nu este singurul mod prin care se poate construi o întreprindere socială eficientă.



Întreprinderea socială

Beneficiile dezvoltării unei întreprinderi sociale

- Misiunea unei întreprinderi sociale reprezintă un avantaj competitiv care poate favoriza diferențierea într-o piață competitivă – dacă se comunică motivația și impactul.
- Dezvoltarea unei întreprinderi sociale vine cu propriile beneficii unice pentru antreprenor, beneficii pentru care merită să te entuziasmezi dacă plănuiești să pui bazele uneia:
 - Alinierea între misiunea afacerii și cea personală, care te determină să continui în fiecare zi și să depășești orice obstacol;
 - Promovare de brand bazată pe misiune, centrată pe o cauză care îi determine pe consumatori să se simtă bine cu fiecare achiziție făcută;
 - Acces la oportunități de parteneriat multiple în calitate de afacere altruistă, precum alte organizații nonprofit, influenceri și companii axate pe profit, cu scopul de a accesa publicurile deja existente și reputațiile bine stabilite și de a crea prezență în piețele lor.



Întreprinderea socială

Beneficiile dezvoltării unei întreprinderi sociale

- Mai multă acoperire în presă – publicațiilor și jurnaliștilor le place să relateze despre inovație socială și generatori de schimbare, împărtășind povești despre impactul lor pentru a ajuta întreprinderile sociale să își promoveze eforturile.
- Resursele în natură, sponsorizările și reducerile din partea vânzătorilor sunt adesea disponibile pentru întreprinderile sociale și în special pentru organizațiile caritabile nonprofit, care pot fi luate în considerare și pentru scutirea de impozite. ONG-urile pot beneficia, de asemenea, de tarife preferențiale și funcționalități speciale pe platforma Shopify, în cadrul planului pentru entități nonprofit.
- Certificările și sistemele de sprijin. Întreprinderile sociale pot fi eligibile pentru granturi, oportunități de investiții de impact care urmăresc crearea de locuri de muncă și sustenabilitatea, precum și pentru certificări ca „B Corporation”, ce consolidează credibilitatea, marchează angajamentul față de transparență și atrag clienți, angajați, voluntari și investitori.
- Transparența și impactul sustenabil sunt esențiale pentru o întreprindere socială de succes. Iar aceste elemente sunt mai ușor de atins atunci când cauza ta îți este apropiată și are impact măsurabil.



Câteva exemple de afaceri sociale din Europa

- În Italia, un centru medical oferă asistență specializată de nivel înalt, inclusiv mediere culturală, cu precădere în zonele slab deservite de serviciile publice și cu orientare preponderentă către persoanele aflate în situații socio-economice vulnerabile (cum este cazul imigranților).
- În România, o companie cu 5 angajați și 5 voluntari lucrează din 1996 pentru a oferi servicii culturale în limba română persoanelor cu deficiențe de vedere prin adaptarea conținuturilor media (în special cărți audio și filme adaptate) pentru aproximativ 90 000 de persoane.
- În Franța, o afacere a lansat în 2004 un concept inovativ de servicii de spălare a mașinilor fără apă, utilizând produse biodegradabile și angajând personal necalificat sau marginalizat pentru reintegrarea pe piața muncii.
- În Ungaria, o fundație a pus bazele unui restaurant ce operează cu personal cu dizabilități (40 de angajați) și a oferit formare și servicii de îngrijire a copiilor pentru a asigura tranziția la un loc de muncă stabil.
- În Olanda, o companie dezvoltă abilitățile de citire prin utilizarea unor instrumente digitale inovative și a unei metode bazate pe joc. Această metodă este potrivită în mod special pentru copiii hiperactivi sau care suferă de autism, însă poate fi folosită și pentru persoane cu probleme de analfabetism și imigranți.
- În Polonia, o cooperativă socială formată din două asociații lucrează cu persoane care nu au fost angajate pe termen lung și personal cu dizabilități, oferind o varietate de servicii: catering și servicii alimentare, construcții minore și artizanat, dar și formare profesională pentru persoanele defavorizate.



Întreprinderile sociale – studiu de caz: Human



Human Ventures (Human) este o întreprindere socială creativă, lider în domeniu.

Referința video aici: <https://www.youtube.com/watch?v=X31MRWhJv7w>



Co-funded by
the European Union

Care este viitorul antreprenoriatului social în Europa?

Generația antreprenorilor sociali este în creștere în Europa și se produce schimbare, în sensul în care antreprenorii se concentrează mai puțin pe rezolvarea problemelor pentru beneficiari și mai mult pe instruirea celor mai afectați de o anumită problemă, astfel încât să își dezvolte ei înșiși soluțiile.



Schimbări în antreprenoriatul social

1. Crearea de noi roluri

O modalitate prin care inovatorii își mobilizează comunitățile este prin alocarea unui nou rol, cel de soluționare a problemelor. Acest lucru se realizează adesea prin asigurarea de formare și de instrumente care să adreseze cu succes provocările pe care comunitatea le vede și le experimentează

2. Dezvoltarea de spații colaborative

Inovatorii operează, de asemenea, ca arhitecți sociali, construind noi spații în care generatorii de schimbare să se conecteze, să învețe unii de la ceilalți și să creeze împreună soluții.



3. O nouă narativă: membrii comunității sunt generatori de schimbare

Poate că cel mai important aspect este că inovatorii lucrează pentru a-și sprijini comunitățile să-și dezvolte noi identități bazate pe producerea de schimbare. Ei reinterpretează diferențele ca puncte forte și cristalizează o schimbare de mentalitate legată de ce pot realiza membrii comunității.



Ce este economia socială?



Ce presupune economia socială? Acest scurt videoclip explică principalele caracteristici ale acestui mod alternativ de a face afaceri.

Acest videoclip a fost realizat în contextul Planului de Acțiune pentru Economia Socială, adoptat de Comisia Europeană pe 9 decembrie 2021.

Referința video aici: <https://www.youtube.com/watch?v=GDSqf2Kjxi8>

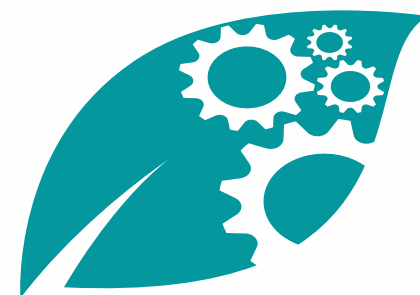


Co-funded by
the European Union

Inițiativa de afaceri sociale- crearea unui climat favorabil pentru întreprinderi sociale, actori-cheie în economia socială și inovare



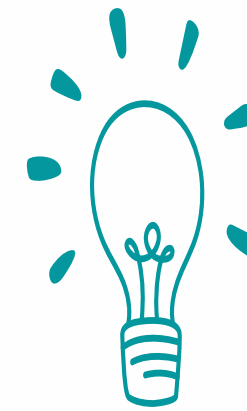
Piața unică are nevoie de o nouă creștere, incluzivă, axată pe locuri de muncă pentru toți, care să susțină dezideratul europenilor ca munca, economiile, consumul și investițiile lor să fie racordate și aliniate la principiile etice și sociale.



Pentru a promova o „piață economică socială foarte competitivă”, Comisia a plasat economia socială și inovarea socială în centrul preocupărilor sale, atât în ceea ce privește coeziunea teritorială, cât și căutarea de noi soluții la problemele societale, în special lupta împotriva sărăciei și excluziunii, prin strategia Europa 2020, inițiativa emblematică „O Uniune a inovării”, Platforma Europeană împotriva Sărăciei și Excluziunii Sociale și Actul privind piața unică (SMA).



Planul de Acțiune pentru Economia Socială



O scurtă explicație despre ce reprezintă Planul de Acțiune pentru Economia Socială și despre cum aduce acesta beneficii comunităților din întreaga Europă.

Video Reference here: https://www.youtube.com/watch?v=NYtuAt_JyOc



Co-funded by
the European Union

Referințe:

<https://www.beeco.green/sustainable-consumption/>

<https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility>

<https://www.econline.com/glossary/ecological-footprint>

<https://climate.selectra.com/en/environment/ecological-footprint>

<https://www.euronews.com/green/2023/01/03/here-are-all-the-positive-environmental-stories-from-2022-so-far>

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/esg/social-enterprise/>

<https://www.shopify.com/blog/social-entrepreneurship>

<https://alaturidevoi.ro/wp-content/uploads/2022/01/Modele-de-bune-practici-din-economia-sociala-si-ISI-AFF-2021.pdf>

<https://www.weforum.org/agenda/2022/11/what-is-the-future-of-social-entrepreneurship-in-europe/>

<https://www.fi-compass.eu/sites/default/files/publications/social-business-initiative-creating-a-favourable-climate-for-social-enterprises-key-stakeholders-in-the-social-economy-and-innovation.pdf>



Co-funded by
the European Union

Resurse:

The social responsibility of business | Alex Edmans | TEDxLondonBusinessSchool - <https://www.youtube.com/watch?v=Z5KZhm19EO0>

European Commission, Executive Agency for Small and Medium-Sized Enterprises, Corporate Social Responsibility (CSR) by European Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) and Start-ups: Good Practice, Publications Office, 2021, <https://data.europa.eu/doi/10.2826/093808>

<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/frsus.2021.647542/full> Reflections on Sustainable Consumption in the Context of COVID-19



Co-funded by
the European Union

Thank you!

@Regio.Digi.Hub



Co-funded by
the European Union