



Joana Peixoto, diretora de marketing, comunicação e sustentabilidade da Edenred Portugal

“Cada vez mais, performance económica está dependente da performance ESG”

A Edenred assumiu desde a sua origem ter como objetivo trabalhar para um mundo melhor, acrescentando valor à sociedade de forma responsável e sustentável. Joana Peixoto, diretora de marketing, comunicação e sustentabilidade não tem dúvidas: “na Edenred, o modelo de negócio e os objetivos de sustentabilidade estão intrinsecamente ligados”.

Ana Rita Almeida
 email: ralmeida@hipersuper.pt
 photo: DR

Especialista em benefícios sociais e presente em Portugal há mais de 35 anos, a Edenred assumiu desde a sua origem, o objetivo de tornar o mundo um sítio melhor.

A esse nível possui importantes conquistas em sustentabilidade. Por exemplo, faz parte do índice FTSE4Good Index Series desde 2010, um dos mais importantes índices internacionais de sustentabilidade, que mede o desempenho de empresas que demonstram fortes práticas

relacionadas à governança, direitos humanos, práticas ambientais e de combate às mudanças climáticas, investimento social e outras.

Fomos falar com Joana Peixoto, diretora de marketing, comunicação e sustentabilidade da Edenred Portugal, que não tem dúvidas: a empresa está cada vez mais comprometida em criar valor com responsabilidade, implementando e aperfeiçoando a sua oferta em toda a cadeia. “A sustentabilidade é, simultaneamente, um requisito e uma meta em tudo o que fazemos” sublinha.

A Edenred tem a preocupação de

acrescentar valor à sociedade de forma responsável e sustentável. A sustentabilidade é fulcral para o vosso modelo de negócio?

Sem dúvida. Na Edenred, o modelo de negócio e os objetivos de sustentabilidade estão intrinsecamente ligados. De tal modo que o nosso propósito é «Enrich connections. For good». Como especialista em benefícios sociais, a Edenred assumiu a missão de promover o bem-estar e o progresso. Estamos no centro de um ecossistema, a conectar empresas, colaboradores e estabelecimentos num círculo virtuoso, com vantagens para todos. Através das

nossas plataformas multibenefício, disponibilizamos vales sociais para diversos fins (como alimentação, infância, educação, formação, saúde ou apoio social), dando resposta a políticas públicas e a questões económicas, sociais e ambientais. Por exemplo, um vale social na área da alimentação, ou seja, o cartão refeição, permite aumentar o poder de compra dos colaboradores em despesas de alimentação, contribuindo para uma alimentação mais nutritiva. Daí advém uma clara vantagem para a empresa, que pode ver os níveis de produtividade aumentar e as taxas de absentismo diminuir. Uma vez que os vales sociais têm de ser utilizados

num determinado setor, em redes específicas no território nacional, os estabelecimentos dessa área terão mais negócio, o que significa mais emprego e mais economia. É por isso que os vales sociais estão associados a benefícios fiscais, porque os Estados reconhecem este valor social e económico.

Como criadores do título de refeição, desde a nossa origem que estamos apostados em criar valor com responsabilidade. Portanto, este posicionamento sustentável não é uma novidade.

Há mais de uma década que incorporamos de forma voluntária indicadores de sustentabilidade nos nossos relatórios e integramos os índices de sustentabilidade CAC 40 ESG e FTSE4Good.

Têm em curso um ambicioso plano ESG, contribuindo para vários pontos do Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas. Quais as principais prioridades e que medidas têm sido tomadas para atingir os objetivos?

Através das nossas soluções e iniciativas, respondemos a 12 dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas. No centro desta abordagem está a nossa política Ideal, com três pilares: Ideal People, melhorar a qualidade de vida das pessoas; Ideal Planet, preservar o ambiente e o planeta; e Ideal Progress, criar valor com responsabilidade. Dentro de cada um destes pilares, definimos objetivos e metas concretas a atingir até 2030.

No eixo Ideal People, a Edenred pretende ser um empregador de eleição, promover o desenvolvimento local, a saúde e o bem-estar, bem como a formação e integração profissional. Temos uma política de RH que promove a diversidade, inclusão, saúde, segurança e desenvolvimento. Por exemplo, em 2022, o Grupo investiu 4 milhões de euros em formação e promoveu o equivalente a 2347 dias de voluntariado. Em Portugal, criámos o Grupo de Voluntariado e, por exemplo, apoiamos todos os meses a Comunidade Vida e Paz. 95% dos nossos colaboradores estão agora a participar no Edenraid, a caminhar, correr e pedalar para percorrer 1,8 M Km e fazer um donativo para apoiar a Médicos sem Fronteiras nas suas ações humanitárias.

No âmbito do Ideal Planet, a nossa

A sustentabilidade é, simultaneamente, um requisito e uma meta em tudo o que fazemos. É algo que já faz parte da nossa cultura e que está cada vez mais enraizado nas nossas pessoas e nos diferentes departamentos. Não só a sustentabilidade é intrínseca à atividade da Edenred, como envolvemos os colaboradores nesta missão.

ambição é atingir a neutralidade carbónica em 2050, reduzindo o consumo de recursos e produção de resíduos, gerindo a pegada das soluções ao longo do ciclo de vida e promovendo a economia circular. As emissões de Gases com Efeito Estufa (GEE) do Grupo foram reduzidas em 46% em 2021 face ao ano de referência (2013), superando o objetivo global de reduzir os GEE 36% até 2022. A meta de redução para 2030 é 52%. Para minimizar o impacto ambiental das suas soluções, a Edenred produz todos os seus cartões com materiais alternativos e mais amigos do ambiente, seja em PVC reciclado ou degradável. Além disso, através do programa MERECE, todos os cartões podem ser reciclados de novo e, por cada por cada quilo de cartões reciclados, é plantada uma árvore, promovendo-se a economia circular e compensando-se as emissões de carbono.

No capítulo do Ideal Progress, estamos focados na segurança e proteção de dados, na digitalização de forma responsável na digitalização de serviços de forma segura e responsável, bem como na promoção de alimentação saudável e sustentável. A título de exemplo, criámos o programa FOOD (que tem o apoio da União Europeia e da DGS), para promover hábitos alimentares mais saudáveis, ajudando as pessoas a fazerem melhores escolhas e impulsionando os restaurantes a adotarem menus com melhor qualidade nutricional. No âmbito do nosso Programa de Vantagens para os estabelecimentos, e entre muitas outras ações, temos uma parceria com a Too Good To Go, oferecendo condições especiais aos estabelecimentos do setor alimentar que integram a Rede Edenred, para que possam escoar os seus excedentes (combatendo o desperdício alimentar) e rentabilizar a sua oferta. De resto, ao integrarem a Rede Edenred, os estabelecimentos

vêm a sua digitalização acelerada, beneficiando das nossas plataformas e de um conjunto de ferramentas que facilitam a gestão do seu negócio e oferecem novas possibilidades. Oferecemos o acesso e um valor para investirem em publicidade digital, tanto na plataforma Mygon (para promoção do negócio, gestão de pedidos e mesas), como para a Zomato Delivery e Take-away.

Como referiu, os vossos cartões são produzidos com materiais ecológicos e fazem parte do movimento Merece. É todo um ciclo pensado com claras preocupações ambientais. Como pensam e executam todo este ciclo?

A sustentabilidade é, simultaneamente, um requisito e uma meta em tudo o que fazemos. É algo que já faz parte da nossa cultura e que está cada vez mais enraizado nas nossas pessoas e nos diferentes departamentos. Não só a sustentabilidade é intrínseca à atividade da Edenred, como envolvemos os colaboradores nesta missão. Temos uma semana, a IdealWeek, em que todos os colaboradores são convidados a aprofundar os seus conhecimentos sobre sustentabilidade, ESG e CSR e a envolver-se em ações concretas. Só quando a sustentabilidade é uma preocupação transversal à organização, é possível construir um ciclo de vida com o menor impacto possível, porque tem de existir um trabalho multidisciplinar.

Todas as nossas soluções são desenhadas para acrescentar valor ao nosso ecossistema e contribuir para um mundo melhor, o que implica, impreterivelmente, a proteção do planeta e a salvaguarda dos recursos. Hoje, não faz sentido lançar uma solução que não dê resposta às preocupações ambientais. Do mesmo modo, e porque na Edenred acreditamos na melhoria contínua, estamos sempre a aperfeiçoar

os nossos produtos e serviços, conferindo-lhes novas valências ou funcionalidades, mas também reduzindo os seus impactos. E aplicamos isto a toda a cadeia de valor, procurando parceiros que estejam também alinhados com este posicionamento.

Encontrar um equilíbrio entre o crescimento económico e a responsabilidade ambiental e o bem-estar social é o grande desafio quando falamos em sustentabilidade?

Cada vez mais, a performance económica está dependente da performance ESG. É uma tendência que já se sente e que deverá acentuar-se muito no futuro próximo. Nos mercados financeiros, o acesso a capitais já começa a levar em conta os indicadores ESG, obrigando as empresas a terem ações concretas e a procurarem fornecedores que também as tenham. Por outro lado, os consumidores também procuram um consumo mais responsável.

Todos os anos realizamos um estudo junto dos nossos utilizadores e dos estabelecimentos, o Barómetro FOOD, e na edição de 2022, por exemplo, 88% dos consumidores indicaram que o desperdício alimentar é uma questão importante ou muito importante para si e que gostariam de ser informados dos estabelecimentos que têm ações concretas para combatê-lo.

Até do ponto de vista da atratividade da empresa para os candidatos e colaboradores, a sustentabilidade é relevante. O mercado de trabalho é cada vez mais competitivo e as pessoas querem trabalhar em organizações que partilhem os seus valores e preocupações.

Ou seja, a sustentabilidade, a responsabilidade social e os critérios ESG são condições essenciais e indispensáveis ao crescimento económico, não um elemento adicional. **H**