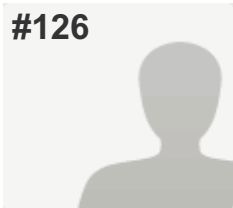


#126

**COMPLETAS**

Coletor: Web Link 1 (Link)

Iniciado em: sexta-feira, 6 de novembro de 2015 21:42:17

Última modificação: sexta-feira, 6 de novembro de 2015 22:10:53

Tempo gasto: 00:28:36

Endereço IP: 179.216.166.10

PÁGINA 2: Informações cadastrais:**P2: Título do projeto ambiental participante:**

Grupo RIC Santa Catarina: pioneiro na neutralização de carbono na comunicação brasileira

P3: Categoria de inscrição:

(sem legenda)

Selecione:

Marketing Ecológico

P4: Escreva um resumo breve e objetivo do projeto: (texto deve ter, obrigatoriamente, no mínimo 650 e no máximo 800 caracteres com espaços) Ex: A empresa catarinense deu início em 2010 ao projeto para preservar uma área de mata nativa de sua propriedade, com mais de 100 mil m² e situada na zona urbana da cidade. Além da conservação ambiental, o local é aberto ao público para visitas pré-agendadas para percorrer as trilhas sinalizadas e com as espécies identificadas, acompanhadas por guias ambientais. Diversas atividades de educação ambiental são realizadas com estudantes de escolas da região. O local já recebeu mais de 10 mil visitantes, sendo 5 mil crianças, e mais de mil árvores nativas foram plantadas.

O Grupo RIC SC iniciou em 2011 um projeto pioneiro no Brasil de neutralização de carbono advindo das suas atividades relacionadas à comercialização de publicidade, com o plantio de 8.000 mudas de espécies nativas. E, em 2014, ampliou o escopo da iniciativa neutralizando as emissões provenientes das atividades administrativas e operacionais da própria empresa em todo o Estado, conquistando a certificação carbononeutro®, mediante a compra de créditos de carbono voluntário (VER's) para neutralizar um volume de 858 tCO₂e (toneladas de dióxido de carbono equivalente). Este case demonstra que é possível as empresas de jornalismo e comunicação executarem projetos visando à gestão ambiental e ao controle da poluição, e promovendo suas ações ecoeficientes através do marketing ecológico.

P5: Sobre a organização participante:

Razão social:

TV O Estado Florianópolis Ltda.

Nome fantasia:

Grupo RIC Santa Catarina

Setor de atuação:

Jornalismo e Comunicação

Data de fundação:(dd/mm/aaaa)

27/04/1987

Número de colaboradores:

619

P6: Informações de contato:

Endereço:

Avenida do Antão, 1762

Bairro:

Centro – Morro da Cruz

Cidade:

Florianópolis

Estado:

Santa Catarina

CEP:

88025-150

Telefone com DDD:

(48) 3212-4100

P7: Informações sobre o responsável pelo preenchimento do questionário:

Nome completo: Santiago Edo
Cargo: Gerente de Marketing
E-mail: santiago.edo@ricsc.com.br
Telefone com DDD: (48) 3212-4050

P8: Informações sobre o responsável pelo projeto:

Nome completo: Santiago Edo
Cargo: Gerente de Marketing
E-mail: santiago.edo@ricsc.com.br
Telefone com DDD: (48) 3212-4050

P9: Informações sobre a direção da empresa:

Nome do(a) presidente ou principal diretor(a): Marcello Corrêa Petrelli
Cargo: Presidente Executivo
E-mail: manuela@ricsc.com.br
Telefone com DDD: (48) 3212-4010

PÁGINA 3: Informações sobre o projeto ambiental participante:

P10: Data de início do projeto: (ex.: 01/02/2012) 01/02/2011

P11: O projeto está em andamento? Sim

P12: Data do término do projeto: (se aplicável, ex.: 01/02/2015) Não aplicável

P13: Número de pessoas que participaram do projeto: (favor digitar somente o valor numérico, ex.: "10.868")

Voluntárias 788
Remuneradas 8

P14: Quantas pessoas, animais e/ou espécies já foram beneficiados pelo projeto? (favor digitar somente o valor numérico, ex.: "5.850")

Pessoas 858 tCO2e
Famílias 858 tCO2e
Animais 858 tCO2e
Espécies 8.000

P15: Parceiros que apoiaram financeiramente o projeto:

Não se aplica

P16: O projeto é decorrente de exigências de órgãos regulamentadores?

Não

P17: Descreva o problema ambiental identificado no projeto: (máx. 3.000 caracteres)

O desafio global e local de contribuir para a neutralização do CO2 e diminuição do efeito estufa

As mais diversas atividades, em todo o mundo, geram diariamente gases como o dióxido de carbono (CO2), que são emitidos para a atmosfera e geram o efeito estufa. Isto tem sido um dos fatores responsáveis pelo aquecimento global da Terra e pelas decorrentes alterações climáticas que colocam crescentemente em risco a qualidade e o equilíbrio da vida e seus ecossistemas em todo o Planeta.

Com base nessa constatação científica amplamente estudada e reconhecida, tem crescido, progressivamente, o número de pessoas e organizações públicas, privadas e não-governamentais preocupadas em avaliar o quanto determinada atividade emite de CO2 e o que pode ser feito para diminuir ou compensar essas emissões com ações neutralizadoras que ajudem a não agravar o aquecimento global.

O Grupo RIC, consciente de sua responsabilidade socioambiental, decidiu, em 2010/2011, aperfeiçoar a gestão ambiental e o controle de poluição do seu negócio no ramo de comunicação, de modo a contribuir para o controle da poluição no que tange à emissão de GEE (Gases de Efeito Estufa). Desde então, tem aperfeiçoado suas ações nesta área, e utilizado-as também como uma estratégia de marketing ecológico.

Como a principal fonte de receita comercial do Grupo envolve a captação, produção e veiculação de publicidade, a empresa buscou consultoria especializada para avaliar, inicialmente, qual era o impacto da geração de GEE nas atividades relacionadas aos anúncios que comercializa. O objetivo era desenvolver um projeto que respondesse ao problema/desafio diagnosticado e propiciasse uma contribuição efetiva da empresa diante do já citado cenário ambiental.

A primeira meta fixada foi tornar o Grupo RIC SC um exemplo de empresa de comunicação que opera com publicidade sustentável do ponto de vista da neutralização das respectivas emissões de CO2. Além de adotar uma ação ecoeficiente com benefícios concretos ao meio ambiente, o Grupo queria também inovar ao desenvolver um modelo de gestão que pudesse ser replicado e servir de inspiração e referência particularmente para outras empresas do ramo, não apenas em Santa Catarina, mas em todo o Brasil.

Num segundo momento, a partir de 2013/2014, o Grupo ampliou o escopo do seu projeto de neutralização, também por meio de empresa especializada e certificada, de modo a neutralizar o volume de GEE proveniente das atividades Administrativas e Operacionais de todo o Grupo.

Por se tratar de um grupo de comunicação e mídia, a RIC assumiu também o papel de multiplicador deste conceito e de práticas sustentáveis, inserindo-as como marketing ecológico que objetiva não apenas diferenciar e agregar valor ao negócio, mas especialmente incentivar fornecedores, clientes, telespectadores, leitores e sociedade como um todo a se inspirarem e atuarem na direção de uma sociedade mais socioambientalmente responsável, justa e próspera, para as atuais e para as próximas gerações.

P18: Qual a solução encontrada? (máx. 3.000 caracteres)

Foram duas as soluções encontradas e implementadas pelo Grupo RIC SC, em dois distintos momentos: um 1º Projeto, de Plantio de Árvores, iniciado em 2011; e um 2º Projeto, de Compra de Créditos de Carbono VCS, executado em 2013/2014. A seguir, um resumo de cada um deles.

A primeira decisão, a partir de fevereiro de 2011, foi realizar um estudo completo do ciclo produtivo da geração de anúncios nos diversos veículos do Grupo RIC SC. A metodologia empregada para quantificar as emissões de CO2 no processo de geração e veiculação de publicidade levou em conta parâmetros utilizados por organizações credenciadas, tais como: Iniciativa Verde – Carbon Free, Ecological Foot Print, Embrapa e Fundação Mata Atlântica.

As pesquisas foram concluídas em maio de 2011, e em julho do mesmo ano o Grupo RIC apresentou publicamente o seu projeto de neutralização. Uma campanha de comunicação foi desenvolvida e deslançada para divulgar a iniciativa e cumprir um papel de educação ambiental e marketing ecológico junto à comunidade e ao mercado.

O processo envolveu também ações em parceria com organizações governamentais, ONGs, comunidade e instituições educacionais. Para tal, foram criados um convite especial para o lançamento do evento, carta, folder, busdoor, outdoor, anúncios para jornal e revista, spot e VTs para rádio e televisão.

O primeiro programa de neutralização de carbono adotado pelo Grupo RIC definiu o plantio de mudas de árvores nativas do Estado de Santa Catarina como estratégia, já que, além da neutralização do carbono que propiciam pelo processo de fotossíntese, servem como alimentação para a fauna e para a expansão das espécies da flora local.

Para compensar as emissões anuais de CO2, o projeto estabeleceu como meta o plantio de 8.000 mudas de árvores para cumprir o papel de neutralizar a emissão de gás carbônico na atmosfera, referente a todos os processos envolvidos na produção e veiculação de comerciais e anúncios impressos nos veículos de comunicação do Grupo RIC SC.

A partir de 2013/2014, o Grupo RIC ampliou o escopo do seu projeto de neutralização, de modo a neutralizar o volume de Gases de Efeito Estufa (GEE) proveniente das atividades Administrativas e Operacionais do próprio Grupo na sua sede, em Florianópolis, e nas outras cinco praças onde operam as emissoras de televisão em Santa Catarina: Blumenau, Chapecó, Itajaí, Joinville e Xanxerê.

Foram então realizados novos estudos, pesquisas e avaliações com empresa especializada, gerando o Certificado carbononeutro® (veja comprovação nos Anexos). O documento atesta que o Grupo RIC SC aderiu ao programa CarbonoNeutro, sendo a compra de Créditos de Carbono VCS - Verified Carbon Standard, de projeto de substituição de matriz fóssil por renovável, a forma escolhida para a neutralização do volume de 858 tCO2e (toneladas de dióxido de carbono equivalente) provenientes das atividades Administrativas e Operacionais, no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2014

P19: Descreva detalhadamente o que constitui(u) o projeto e de que forma é(foi) desenvolvido: (máx. 5.000 caracteres)

O lançamento oficial do 1º Projeto ocorreu dia 21 de julho de 2011, na Grande Florianópolis, no Parque Estadual da Serra do Tabuleiro, em Palhoça. No mesmo dia, foram também realizadas cerimônias similares de lançamento em todos os demais municípios catarinenses onde o Grupo mantém sedes e operações regionais: em Blumenau, Chapecó, Itajaí, Joinville e Xanxerê.

Em 21 de setembro, Dia da Árvore, foi promovido um evento especial para celebrar a data e reforçar a campanha da RIC, por meio de ações na cidade de Palhoça. Foram entregues mudas de árvores à população e a escolas da rede municipal, além do concurso de conscientização ambiental para estudantes “Plante uma Árvore e Contribua com o Planeta”.

Os locais de plantio da maior parte das mudas foram escolhidos seguindo recomendações dos órgãos ambientais locais ou estaduais. A meta geral foi a de neutralizar cerca de 800 toneladas de carbono, o equivalente à quantidade emitida pelo grupo RIC Santa Catarina em um ano de atividades na produção e veiculação de publicidade de seus clientes.

Outra característica diferenciada e agregadora de valor a este 1º Projeto realizado pelo Grupo RIC SC foi sua filosofia de envolvimento e participação comunitária, o que conferiu um caráter adicional de “educação ambiental” às ações planejadas e realizadas em parceria com a sociedade, órgãos públicos e entidades educacionais. De modo a também prevenir eventuais falhas e perdas na distribuição, no plantio ou na conservação e desenvolvimento das mudas de árvores (considerando inclusive a mortalidade de algumas), foi projetado o plantio de 1.500 árvores além do necessário.

A empresa que desenvolveu o 2º Projeto de neutralização para o Grupo RIC, a Max Ambiental, atua no Mercado de Carbono desde 2003, e foi pioneira, no Brasil, no desenvolvimento de projetos de Créditos de Carbono. Iniciou a atividade de Neutralização de Emissões de Carbono no País com projetos identificados pelas marcas carbononeuro® e carbonzero®.

O carbononeuro® é um programa socioambiental (no qual o Grupo RIC obteve certificação), que tem como finalidade combater as mudanças climáticas através da mensuração, redução e compensação de emissão de Gases Efeito Estufa, por meio de projetos que contemplem a geração de trabalho e renda, inclusão social e capacitação para atuar em projetos e educação ambiental.

O Grupo RIC SC passou a realizar o seu processo de neutralização, portanto, através da compra de créditos de carbono voluntário, que é a redução Voluntária de Emissões de gases de efeito estufa, VER's, do inglês Verified ou Voluntary Emission Reduction. Os créditos de carbono são gerados a partir de mecanismos e metodologias criadas pelo UNFCCC (United Nations Framework for the Convention on Climate Change), no contexto do Protocolo de Quioto. A UNFCCC é um organismo integrante da ONU (Organização das Nações Unidas).

O Protocolo de Quioto foi a base para a criação do mercado regulado, que inclui os países desenvolvidos da Europa, mais alguns outros que se comprometeram a cumprir metas de redução de emissões de carbono. Daí surgiu o mercado voluntário, que desenvolve projetos de redução de emissão dentro das mesmas metodologias, mas que são validados e verificados por empresas independentes de reconhecimento internacional (tais como a TÜV Nord, LRQA, DNS, Bureau Veritas etc.), e certificados dentro de standards como VCS, Gold Standard, Social Carbon etc., que determinam os padrões a serem seguidos. Tais projetos, após a certificação e verificação da redução de emissão de carbono, comercializam seus VER's a clientes com interesse em compensar suas emissões, como foi o caso do Grupo RIC.

Para comunicar o seu 2º Projeto de neutralização de carbono à sociedade, o Grupo RIC adotou uma estratégia de marketing ecológico que incluiu as ações abaixo resumidas. O objetivo foi dar ciência ao mercado, servir de exemplo a outras empresas e ampliar a consciência socioambiental das comunidades e dos indivíduos de um modo geral, cumprindo um papel informativo e educador.

Foram criados anúncios para os jornais do Grupo RIC SC (mídia impressa) e peças específicas para internet e redes sociais. Releases divulgaram o assunto na imprensa, para o mercado (via email marketing) e internamente, em ação de endomarketing para todos os colaboradores do Grupo, que receberam também um wallpaper temático. Um produto personalizado foi desenvolvido especialmente para a campanha: um “lápiz semente” que, após ser usado até um determinado limite, deveria ser enterrado para que as sementes dentro dele germinassem e brotasse uma flor.

P20: Quais os resultados alcançados com o projeto? (máx. 4.000 caracteres)

O 1º Projeto do Grupo RIC - segundo pesquisas realizadas em todo o território nacional quando do seu lançamento, em 2011 - consagrou-se como a primeira iniciativa brasileira de uma empresa de comunicação com publicidade sustentável, neutralizada por um projeto de plantio de árvores nativas. As 8.000 plantadas abrangiam 17 espécies nativas da Mata Atlântica.

As 8.000 árvores plantadas objetivaram as seguintes neutralizações:

- o 3.500 árvores para neutralizar as 688 toneladas de carbono emitidas na produção e veiculação anual dos VTs (comerciais) da RICTV;
- o 2.000 árvores para neutralizar a emissão de 86 toneladas de carbono e o papel utilizado na veiculação dos anúncios no jornal Notícias do Dia;
- o 750 árvores para a neutralização da emissão de carbono e o papel utilizado na produção e veiculação dos anúncios da Revista Its;
- o 200 árvores para neutralizar as emissões de carbono emitidas pelos anúncios da Rádio Record 1470 AM;
- o 1.550 árvores como margem de segurança.

As árvores consomem dióxido de carbono da atmosfera durante o processo de fotossíntese, fixando o carbono em suas estruturas e contribuindo para reduzir a concentração deste gás na atmosfera. Cada praça onde o Grupo RIC atua, em Santa Catarina, recebeu cerca de 500 mudas de diversas espécies de árvores, distribuídas de acordo com o solo da região.

As mudas plantadas incluíram uma variedade de 17 espécies nativas da Mata Atlântica, a seguir relacionadas: Araçá (vermelho e amarelo), Araucária, Aroeira (vermelha e branca), Canafístula, Canela, Cortiça, Ipê (roxo e amarelo), Farinha Seca, Goiaba, Ingá (anão e feijão), Jacarandá, Jerivá, Palmito, Pau Brasil, Pinheiro Araucária, Pitanga e Quaresmeira.

Já o 2º Projeto de neutralização de carbono, realizado em 2013/2014, neutralizou um volume de 858 tCO₂e (toneladas de dióxido de carbono equivalente) provenientes das atividades Administrativas e Operacionais, no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2014, gerando o Certificado carbononeutro® (veja em Anexos).

Este case demonstra, portanto, que é possível as empresas catarinenses - e nacionais - de jornalismo e comunicação executarem projetos criativos e eficazes visando à gestão ambiental e ao controle da poluição, e promovendo suas ações ecoeficientes através de um marketing ecológico fundamentado e responsável.

Foi com este espírito que o Grupo RIC Santa Catarina criou e implementou seus dois projetos de neutralização de carbono, a partir de 2011, tornando-se a primeira empresa do Brasil a neutralizar as emissões de CO₂ advindas da publicidade dos clientes; e, a partir de 2013/2014, a neutralizar as atividades administrativas e operacionais do Grupo RIC, conforme certificação carbononeutro® detalhada e documentada no presente case.

P21: Quantifique em números os resultados obtidos com o projeto: (Essa questão exige ao menos um resultado quantificado. Exemplo: 150 árvores foram plantadas; 10 kg de material reciclado; 25 crianças atendidas pelo programa ambiental; 150 animais beneficiados)

Resultado 1	8.000 árvores foram plantadas para neutralização de carbono.
Resultado 2	Neutralização do volume de 858 tCO ₂ e (toneladas de dióxido de carbono equivalente) através da compra de créditos de carbono voluntário (VER's).

P22: AUTORIZO a disponibilização de download gratuito do arquivo digital do projeto inscrito através do site da Editora Expressão?

Sim

P23: Faça um breve histórico da organização participante e suas principais práticas de gestão ambiental adotadas: (máx. 4.000 caracteres)

O Grupo RIC (<http://www.gruporic.com.br/>) teve suas origens no ramo de jornalismo e comunicação em meados dos anos 1970, com a participação em diferentes empreendimentos e associações englobando jornais, TVs e rádios em Santa Catarina e no Paraná.

No final dos anos 1980, começou a integrar-se e assumir definitivamente sua identidade corporativa como Grupo empresarial independente, cujo DNA é a comunicação regional. Especializou-se nos mercados catarinense e paranaense, em uma área de 16,8 milhões de habitantes e que representa cerca de 10% do PIB brasileiro.

O Grupo busca estar em linha com as tendências mais contemporâneas de responsabilidade empresarial, cidadã e socioambiental, abrangendo projetos de cunho comunitário, educativo, esportivo, cultural e ambiental, em parceria com o Terceiro Setor, entidades públicas e privadas.

Seus produtos e serviços beneficiam a sociedade por meio de: 10 emissoras RICTV Record, 1 emissora Record News SC, 218 retransmissoras de TV, 2 jornais diários Notícias do Dia - Florianópolis e Joinville, 4 emissoras de rádio, 3 portais de internet, 2 editoras de revistas e 1 Plataforma jovem multimídia.

Este case foca especificamente o projeto - pioneiro nacionalmente no ramo de Comunicação e Mídia - de Neutralização das emissões de carbono advindas da publicidade dos clientes, a partir de 2011; e, posteriormente, em 2013/2014, de Neutralização das atividades administrativas e operacionais do Grupo RIC, conforme certificação carbononeutro® da empresa especializada Max Ambiental.

Por intermédio dessas ações, adotou um modelo de gestão ambiental e controle da poluição os quais, além dos benefícios socioambientais decorrentes, tornou-se uma estratégia pioneira de marketing ecológico no segmento em que atua.

P24: Quais foram os principais beneficiários das ações ambientais de sua organização?

Comunidades vizinhas, Comunidades distantes,
Organizações governamentais,
Organizações não governamentais,
Organizações comunitárias,
Entidades educacionais,
Outros (especifique)
Comunidades vizinhas: plantio de árvores do 1º projeto na Grande Florianópolis
Comunidades distantes: plantio de árvores do 1º projeto em Blumenau, Chapecó, Itajaí, Joinville e Xanxerê
Organizações governamentais: plantio conjunto de árvores do 1º projeto no Parque Estadual da Serra do Tabuleiro, com a participação da Polícia Ambiental de Santa Catarina
Organizações não governamentais: participação conjunta no plantio de árvores do 1º projeto
Organizações comunitárias: participação conjunta no plantio de árvores do 1º projeto
Entidades educacionais: plantios de árvores do 1º projeto com alunos da rede pública do município de Palhoça
Benefícios gerais decorrentes do 2º projeto, com a adesão do Grupo RIC SC ao programa CarbonoNeutro, mediante a compra de Créditos de Carbono VCS - Verified Carbon Standard, de projeto de substituição de matriz fóssil por renovável, para a neutralização do volume de 858 tCO₂e (toneladas de dióxido de carbono equivalente).

P25: Sua organização divulgou, seja em meio impresso ou internet, suas ações ambientais em relatórios ou balanços?	Divulgou em 2013, Divulgou em 2014
P26: Em relação à questão anterior, no caso de a divulgação ter sido feita via internet, favor colar o(s) link(s) de acesso:	<i>O respondente ignorou esta pergunta</i>
P27: Possui profissional(is) encarregado(s) de segurança, saúde e meio ambiente?	Não se aplica
P28: Possui procedimentos para redução, reutilização e reciclagem de materiais?	Não
P29: Possui um plano de redução das emissões de carbono?	Não
P30: Por quais normas a organização é certificada?	Nenhuma certificação

PÁGINA 5: Perspectiva financeira:

P31: Faturamento (R\$) anual em 2014: (favor digitar somente o valor numérico, ex.: "25.868,52")	<i>O respondente ignorou esta pergunta</i>
P32: Investimento (R\$) em ações ambientais em 2014: (favor digitar somente o valor numérico, ex.: "25.868,52")	<i>O respondente ignorou esta pergunta</i>
P33: Investimento (R\$) total com o projeto inscrito no 23º Prêmio Expressão de Ecologia: (favor digitar somente o valor numérico, ex.: "25.868,52")	<i>O respondente ignorou esta pergunta</i>
P34: Investimento (R\$) com projetos culturais aprovados pela Lei Rouanet de Incentivo à Cultura em 2014: (favor digitar somente o valor numérico, ex.: "25.868,52")	<i>O respondente ignorou esta pergunta</i>
P35: AUTORIZO a divulgação de informações financeiras no Guia de Sustentabilidade 2016 e no site da Editora Expressão?	Não