

Sustainable Brands Oceans alerta que “há futuro para os oceanos mas a luta começa agora”

22 de Novembro, 2019

O Sustainable Brands Oceans (SB Oceans) foi um espaço para reflexão, partilha e discussão. Cerca de 100 oradores, entre eles empresários, investigadores e ativistas, reuniram-se para debater o futuro dos oceanos na primeira iniciativa dedicada ao tema da Sustainable Brands (SB).

Durante três dias, o evento foi o “habitat natural” de mais de 500 participantes e de 22 nacionalidades, desde os EUA, África do Sul, México, Noruega ou Índia. O SB Oceans, em parceria com a Plastic Bank, tornou-se no primeiro evento do Mundo a oferecer um ano de “neutralidade de plástico” aos participantes.

Esta primeira edição foi apenas o começo de uma “viagem” que promete continuar a mudar mentalidades e a alertar para a importância da sustentabilidade dos oceanos. 2020 marca o ano do SB Oceans World Tour, que “atraca” já em fevereiro no Japão e Tailândia, seguindo-se a Turquia (abril), EUA (junho) e França (novembro). De 2 a 6 de junho do próximo ano, é a vez de Portugal acolher o “2020 UN Ocean Conference”, em Lisboa. Brevemente, será anunciada a cidade que irá acolher, em 2021, o SB Oceans Global Summit.

Hugo Almeida, fundador e CEO da SB Oceans, conta: “É um enorme orgulho acolher e organizar uma iniciativa com um impacto tão fundamental no desenvolvimento sustentável do planeta como o SB Oceans, em Portugal. Tivemos a oportunidade incrível de contar com a presença de oradores que lutam todos os dias pela preservação da vida marítima, pela conservação dos recursos marinhos, mas acima de tudo pelo futuro dos oceanos.”

Três dias dedicados à sustentabilidade dos oceanos

O primeiro dia do evento contou com o testemunho, em formato de vídeo, do Comissário Europeu dos Assuntos Marítimos e das Pescas, Karmenu Vella, que realçou a importância de um evento focado nos oceanos e no mar. Este dia ficou ainda marcado pela contribuição da ativista Alexandra Cousteau – que apresentou na conferência o seu manifesto global “Restoring Abundance”, no âmbito da Unesco World Ocean Heritage Program –, David Katz, CEO da Plastic Bank, projeto que permite trocar plástico por dinheiro, Fanny Douvere, da Unesco Coordinator Marine Programme World Heritage Centre, ou Vidar Gundersen, da BioMar empresa líder de aquicultura sustentável.

Luís Rochartre, presidente da Sustainable Waves, recebeu os participantes no segundo dia e “preparou o palco” para Scott Mauvais, diretor de Inovação Cívica da Microsoft, que apresentou o seu projeto “AI For Earth” – programa que combate os desafios ambientais e protege a sustentabilidade do nosso planeta através do recurso à Inteligência Artificial. Na parte da tarde, foi

altura para Rúben Eiras, da Direção Geral de Políticas do Mar, discutir a forma como as startups e a inovação podem ajudar a combater as alterações climáticas.

No último dia do SB Oceans, grandes multinacionais, como o IKEA (Cristoph Mathiessen), Lidl (Vanessa Romeu) e BioMar (Katherine Bryar), discutiram o papel dos retalhistas na escolha do consumidor e o seu impacto no futuro dos oceanos. Para encerrar o evento dedicado à preservação da vida marítima, Peter Thomson, enviado especial do secretário-geral da ONU para os Oceanos, alertou para as consequências dos gases do efeito estufa, um dos maiores responsáveis pela destruição dos nossos oceanos.

Destaque ainda para a conferência na qual personalidades como Kristin Hughes, do World Economic Forum, ou Yui Kamikawa, da Coca-Cola, debateram a forma como a colaboração ativa e contínua contribui para redução do plástico nos oceanos. O debate "Partnerships for Scalable Goals" contou com as intervenções de Michele Kuruc, líder para a política dos oceanos dos EUA da World Wide Fund for Nature (WWF) e Rob Zieger, vice-presidente e Global Chief Communications Officer dos cruzeiros Royal Caribbean. Paulo Mirpuri, da companhia aérea High Fly, também apresentou uma palestra sobre a importância da sustentabilidade na sua indústria, denominada "*How Sustainable Can you Fly?*".

O SB Oceans acolheu mais de meia centena de projetos de vanguarda em diferentes áreas como a tecnologia, banca, turismo, educação, cultura ou desporto e contou, ainda, com a presença de quase 150 empresas, das quais se destacam The Coca Cola Company, CNN, PWC, P&G, Gerard Bertrand, National Geographic Society, WWF, Greenpeace, MSC Cruises ou The Ocean Race. Já do ponto de vista do *sponsoring*, o evento teve patrocínio de marcas como Royal Caribbean Cruises Ltd, BioMar, Corbion, Debut, Hifly ou Mirpuri Foundation.