

Sinergia dintre Directiva 2024/ 825 care aduce o protecție sporită împotriva practicilor neloiale și Directiva CSRD asupra companiilor românești



Peisajul dinamic al afacerilor din România este remodelat de două directive: Directiva 2024/825 în ceea ce privește consolidarea rolului consumatorilor în vederea tranziției verzi printr-o mai bună protecție împotriva practicilor neloiale și o mai bună informare („Directiva 825”) și Directiva 2022/2464 în ceea ce privește raportarea privind durabilitatea de către întreprinderi („Directiva CSRD”). Aceste directive nu sunt simple acte de reglementare; sunt instrumente strategice menite să ghideze practicile de afaceri și să influențeze percepțiile părților interesate. În acest context, este important de observat modul în care aceste directive se intersectează și ce implica ele pentru întreprinderile românești.

Directiva 825 servește drept busolă pentru companiile care aspira să demonstreze responsabilitate față de mediu. Aceasta subliniază transparența și acuratețea în comunicarea declarațiilor de sustenabilitate către consumatori, solicitând dovezi concrete care să susțină afirmațiile de marketing ecologic. În esență, stabilește scena pentru o responsabilitate corporativă autentică față de mediu.

Imaginați-va ca sunteți un antreprenor român care dorește să își prezinte marca drept ecologică. Sunteți tentat să vă umpleți produsele cu etichete care proclama sustenabilitate, însă Directiva 825 impune un nivel mai profund de responsabilitate. **Termeni generici precum „eco”, „prietenos cu mediul” sau „bio” nu mai sunt suficienți.** Directiva 825 impune o abordare cuprinzătoare, solicitând fundamentarea afirmațiilor prin dovezi concrete ale eforturilor de reducere a impactului asupra mediului. Pentru a asigura credibilitatea etichetelor de sustenabilitate, o astfel de sustenabilitate trebuie să fie constatată de entități de certificare recunoscute sau stabilită de autoritățile publice.

Pe piața actuală, consumatorii sunt din ce în ce mai conștienți de impactul asupra mediului al produselor pe care le achiziționează. Directiva 825 servește drept instrument critic în a permite consumatorilor să facă alegeri mai informate și mai sustenabile, obligând companiile în același timp să își asume responsabilitatea pentru declarațiile și practicile lor de mediu.

Unul dintre obiectivele cheie ale Directivei 825 este abordarea **inutilității premature**, o problema de mare importanță pe piețele de consum. De exemplu, companiile trebuie acum să informeze în mod transparent consumatorii despre **modul în care actualizările de software pot afecta funcționalitatea produsului**. Aceasta înseamnă că, dacă cea mai recentă actualizare de software a unui smartphone încetinește semnificativ dispozitivul, producătorul este obligat să dezvăluie acest lucru potențialilor cumpărători, asigurându-se că aceștia sunt conștienți de orice eventuale riscuri sau limitări asociate asistenței continue pentru produs.

Mai mult, în temeiul acestei Directive 825, companiile trebuie să dezvăluie **caracteristicile care pot limita durabilitatea unui produs**, prevenind declarațiile înșelătoare de longevitate. De exemplu, o companie care vinde electrocasnice nu poate prezenta un frigider drept „de lungă durată” fără a dezvălui caracteristici de design care îi pot compromite durabilitatea, cum ar fi piesele ce nu pot fi înlocuite.

Directiva 825 promovează, de asemenea, oferirea de informații clare despre produs înainte de cumpărare. Companiile sunt acum obligate să furnizeze **detalii precontractuale clare cu privire la durabilitatea, reparabilitatea și disponibilitatea actualizărilor de software ale unui produs**. De exemplu, înainte de a cumpara un laptop, consumatorii trebuie să fie informați cu privire la durata de viață estimată a dispozitivului, dacă poate fi reparat cu ușurință, dacă vor fi furnizate actualizări de software, precum și informații cu privire la cât timp va furniza producătorul actualizări de software pentru a se asigura că dispozitivul rămâne sigur și funcțional. Acest lucru permite consumatorilor să evalueze longevitatea și sustenabilitatea unui produs înainte de a face o achiziție, aliniindu-se la valorile și preferințele lor.

Pentru a simplifica și mai mult lucrurile, se introduc **etichete standardizate** care să arate cât de durabil este un produs și ce garanții sunt oferite. Aceste etichete, afișate vizibil pe ambalaje și în listele online, servesc drept repere vizuale pentru consumatori, crescând transparența

și responsabilitatea pe piața. De exemplu, pe ambalajul unei mașini de spălat poate fi prezenta o eticheta care să indice durata estimată de viață a produsului și garanția legală de conformitate, permițând consumatorilor să facă comparații între diferite modele ale produsului în funcție de criteriile de sustenabilitate.

Privind spre viitor, Directiva 825 include, de asemenea, dispoziții privind raportarea și implementarea noilor cerințe referitoare la sustenabilitate. Până în 2026, statele membre au obligația de a transpune aceste dispoziții în legislația națională, iar până în anul 2031, Comisia va evalua eficacitatea directivei și va propune noi acte legislative, dacă va fi cazul. Acest lucru asigură o îmbunătățire continuă și o adaptare la nevoile în evoluție ale consumatorilor și la dinamica pieței.

În ceea ce privește Directiva CSRD, aceasta este o directivă strategică axată pe divulgarea informațiilor non-financiare, inclusiv a indicatorilor de sustenabilitate. Aceasta ridică sustenabilitatea de la un simplu instrument de marketing la un aspect critic al raportării corporative, solicitând transparența și responsabilitate în raportarea performanței de mediu, sociale și de governanță (ESG).

Pentru întreprinderile din România, aceste două directive funcționează împreună. Directiva 825 subliniază importanța încrederii consumatorilor și a credibilității mărcii prin comunicarea transparentă a sustenabilității, în timp ce Directiva CSRD subliniază impactul financiar al faptului de a fi ecologic, îndemnând companiile să integreze considerațiile ESG în procesele lor strategice de luare a deciziilor.

Ca antreprenor care își planifică strategia de sustenabilitate, Directiva 825 îți spune să fii deschis și sincer cu privire la eforturile tale ecologice, în timp ce Directiva CSRD îți reamintește că sustenabilitatea nu are ca beneficiu doar salvarea planetei, ci, mai palpabil și cu efect mai rapid, economisirea banilor și luarea unor decizii de afaceri inteligente.

Directiva 825 și Directiva CSRD converg pentru a crea o poveste convingătoare pentru companiile românești. Prin adoptarea transparenței și autenticității în comunicarea sustenabilității, întreprinderile își pot îmbunătăți reputația brandului și încrederea consumatorilor. În același timp, integrarea indicatorilor de sustenabilitate în raportarea financiară demonstrează un angajament față de crearea de valoare pe termen lung și reziliența.

Cum pot antreprenorii români să valorifice potențialul sinergiei dintre Directiva 825 și Directiva CSRD? Iată câteva sugestii:

• asigura transparența în acțiune: Nu este suficient să susții sustenabilitatea, ci trebuie să o demonstrezi! Furnizați dovezi concrete pentru a vă susține declarațiile de mediu, cum ar fi certificări, date privind reducerea emisiilor sau practici de achiziție sustenabile. De exemplu, dacă sunteți un brand de îmbracaminte, prezentați utilizarea bumbacului organic sau a materialelor reciclate în produsele dvs., împreună cu certificări de la organizații de renume precum GOTS (Global Organic Textile Standard).

• viziune pe termen lung: Sustenabilitatea nu este un trend; este o necesitate strategică pentru viabilitatea pe termen lung. Integrați aspectele de sustenabilitate în strategia dvs. de afaceri, de la dezvoltarea produselor până la managementul lanțului de aprovizionare. De exemplu, dacă sunteți un producător de alimente, investiți în practici durabile de aprovizionare cu ingrediente, implementați procese de producție cu eficiența energetică și explorați alternative de ambalare pentru a minimiza deșeurile.

• adopta soluții de ultimă generație: Țineți pasul cu progresul tehnologic prin adoptarea tehnologiilor și practicilor inovatoare care reduc impactul asupra mediului, sporind în același timp eficiența activității dvs.. De exemplu, dacă sunteți o companie de construcții, adoptați tehnici de construcție ecologică precum construcții modulare sau designuri cu eficiența energetică pentru a minimiza consumul de resurse și emisiile de carbon.

• intra în parteneriate de încredere: Colaborarea este esențială pentru a amplifica eforturile dvs. de sustenabilitate. Implicați-vă cu părțile interesate din lanțul valoric, inclusiv furnizori, clienți și asociații din industrie, pentru a stimula acțiunea colectivă. De exemplu, dacă sunteți o companie de retail, colaborați cu furnizori care se angajează la practici durabile și colaborați cu cei din aceeași industrie pentru a promova inițiative ecologice.

• masoara progresul și promoveaza responsabilitatea: Urmăriți și raportați periodic performanța dvs. de sustenabilitate pentru a demonstra responsabilitate și transparență. Utilizați indicatori cheie de performanță (KPI) pentru a măsura progresul către obiectivele de mediu, cum ar fi reducerea amprentei de carbon sau creșterea ratelor de reciclare a deșeurilor. De exemplu, dacă sunteți o companie hotelieră, urmăriți consumul de energie și apă, generarea deșeurilor și emisiile de gaze cu efect de seră și raportați constatările în rapoartele anuale de sustenabilitate.

• angajați-vă către un viitor mai verde: Fiți motorul schimbării în industria dvs. prin stabilirea unor obiective

ambicioase de sustenabilitate și dând dovada de leadership. Inspirați-i pe alții să vă urmeze exemplul împărtășind poveștile de succes și cele mai bune practici. De exemplu, dacă sunteți un start-up din domeniul tehnologiei, străduiți-vă să obțineți neutralitatea carbonului prin investiții în surse regenerabile de energie și compensarea emisiilor inevitabile, și încurajați alte companii din sectorul dvs. să facă același lucru.

În esență, aceste directive nu sunt obstacole administrative; ele sunt instrumente strategice care permit companiilor românești să se dezvolte. Valorificând sinergiile dintre Directiva 825 și Directiva CSRD, întreprinderile pot descoperi noi oportunități de creștere durabilă, generând rezultate pozitive din punct de vedere al mediului și financiar. Faptele bune și înțelepte trebuie să fie comunicate și vor fi rasplatite prin creșterea încrederii clienților și furnizorilor și deci a rezultatelor pe care le veți obține.