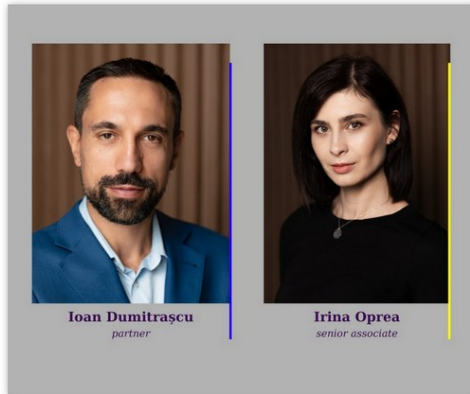


## Sinergia dintre Directiva 2024/ 825 care aduce o protecție sporită împotriva practicilor neloiale și Directiva CSRD asupra companiilor românești



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 aspiră 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 că 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 problemă 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 spalat poate fi prezenta o eticheta care sa indice durata estimata de viața a produsului și garanția legala de conformitate, permițând consumatorilor sa faca 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, daca va fi cazul. Acest lucru asigura o îmbunătățire continua și o adaptare la nevoile în evoluție ale consumatorilor și la dinamica pieței.

În ceea ce privește Directiva CSRD, aceasta este o directiva strategica axata pe divulgarea informațiilor non-financiare, inclusiv a indicatorilor de sustenabilitate. Aceasta ridica sustenabilitatea de la un simplu instrument de marketing la un aspect critic al raportarii corporative, solicitând transparența și responsabilitate în raportarea performanței de mediu, sociale și de governanța (ESG).

Pentru întreprinderile din România, aceste doua directive funcționeaza împreuna. Directiva 825 subliniaza importanța încrederii consumatorilor și a credibilității marcii prin comunicarea transparenta a sustenabilității, în timp ce Directiva CSRD subliniaza impactul financiar al faptului de a fi ecologic, îndemnând companiile sa integreze considerațiile ESG în procesele lor strategice de luare a deciziilor.

Ca antreprenor care își planifica strategia de sustenabilitate, Directiva 825 îți spune sa fii deschis și sincer cu privire la eforturile tale ecologice, în timp ce Directiva CSRD îți reamintește ca 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 convingatoare 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 financiara demonstreaza un angajament față de crearea de valoare pe termen lung și reziliența.

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

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

• viziune pe termen lung: Sustenabilitatea nu este un trend; este o necesitate strategica 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, daca sunteți un producator de alimente, investiți în practici durabile de aprovizionare cu ingrediente, implementați procese de producție cu eficiența energetica și explorați alternative de ambalare pentru a minimiza deșeurile.

• adopta soluții de ultima 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, daca sunteți o companie de construcții, adoptați tehnici de construcție ecologica precum construcții modulare sau designuri cu eficiența energetica pentru a minimiza consumul de resurse și emisiile de carbon.

• intra în parteneriate de încredere: Colaborarea este esențiala pentru a amplifica eforturile dvs. de sustenabilitate. Implicați-va cu părțile interesate din lanțul valoric, inclusiv furnizori, clienți și asociații din industrie, pentru a stimula acțiunea colectiva. De exemplu, daca sunteți o companie de retail, colaborați cu furnizori care se angajeaza 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 transparența. Utilizați indicatori cheie de performanța (KPI) pentru a masura progresul catre obiectivele de mediu, cum ar fi reducerea amprentei de carbon sau creșterea ratelor de reciclare a deșeurilor. De exemplu, daca sunteți o companie hoteliera, urmăriți consumul de energie și apa, generarea deșeurilor și emisiile de gaze cu efect de sera și raportați constatările în rapoartele anuale de sustenabilitate.

• angajați-va catre un viitor mai verde: Fiți motorul schimbarii în industria dvs. prin stabilirea unor obiective

ambitioase 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 răsplătite prin creșterea încrederii clienților și furnizorilor și deci a rezultatelor pe care le veți obține.