



CONSUMER**PRO**

BOOSTING PROFESSIONALS
IN CONSUMER PROTECTION

Sustenabilitate

Ghid teoretic

CUPRINS

Introducere Ghid Teoretic.....	4
1. Sustenabilitate – introducere	5
2. Locuințe durabile	Error! Bookmark not defined.
3. Finanțare durabilă.....	Error! Bookmark not defined.
4. Mobilitate durabilă	Error! Bookmark not defined.
5. Alimente durabile	29
6. Sustenabilitatea produselor: o abordare cuprinzătoare a UE pentru a face produsele mai puțin consumatoare de resurse	
Introducere	Error! Bookmark not defined.
6.1. Ecodesign și etichetare energetică	38
6.2. Etichetă ecologică	44
6.3. Perimare prematură	Error! Bookmark not defined.
7. Punerea în aplicare - sustenabilitatea produsului	Error! Bookmark not defined.
7.1. Practici înșelătoare cu privire la produse ecologice și posibile probleme de aplicare	54
7.2. Drepturile consumatorilor și ceea ce poate contribui la produse mai durabile	57
7.3. Noul regulament de supraveghere a pieței	59



Acest material a fost produs în contextul proiectului Consumer PRO, care este o inițiativă a Comisiei Europene în cadrul Programului european pentru consumatori. Sprijinul Comisiei Europene nu constituie aprobarea conținutului care reflectă doar opiniile autorilor. Comisia nu poate fi trasă la răspundere pentru orice utilizare care ar putea fi făcută a informațiilor conținute în acest document.



INTRODUCERE



Dragi cititori,

Acest document face parte din resursele de formare dezvoltate pentru **Consumer Pro**, o inițiativă a UE care vizează îmbunătățirea activităților organizațiilor de consumatori și a altor actori care activează în domeniul politicii de protecție a consumatorilor, în vederea protejării consumatorilor din țara lor.

Scopul acestui document este de a vă oferi dvs. și echipelor dvs. informații utile și relevante despre sustenabilitate. Acesta acoperă cinci domenii cheie în care atât consumatorii europeni cât și actorii principali în politica consumatorilor pot găsi oportunitatea de implicare în criza climatică, și anume alimentația durabilă, finanțe, mobilitatea, locuința durabilă și sustenabilitatea și reglementare.

Fiecare dintre subiecte este abordat prin:

- De ce este important pentru consumatori.
- Care este agenda politică la nivelul UE.
- Care sunt rolurile organizațiilor, actorilor naționali cât și europeni ?
- Împărtășirea unor exemple practice și studii de caz de instrumente, campanii și comunicări ale organizațiilor naționale de consumatori.

Acest document teoretic face parte dintr-o serie de resurse de instruire. Există documente teoretice complementare privind dreptul general al consumatorilor și drepturile digitale.

Despre CONSUMER PRO

Consumer PRO este o inițiativă a Comisiei Europene în cadrul Programului European pentru Consumatori și implementată de BEUC - Organizația Europeană a Consumatorilor. Scopul său este de a consolida capacitatea organizațiilor europene de consumatori și a altor actori din politica consumatorilor, prin educație non-formală. Proiectul se adresează statelor membre ale UE, Islandei și Norvegiei.

Pentru mai multe informații, vă rugăm să scrieți la Info@consumer-pro.eu.

1. SUSTENABILITATE– INTRODUCERE

De ce este important “sustenabilitatea” pentru consumatori

Există o îngrijorare din ce în ce mai mare în rândul europenilor cu privire la numărul scăzut de acțiuni climatice. Un sondaj al barometrului european¹ privind atitudinile europenilor față de schimbările climatice din martie 2020 arată că:

- 94% dintre cetățenii din toate statele membre ale UE afirmă că protejarea mediului este importantă pentru ei.
- 91% dintre cetățeni au declarat că schimbările climatice sunt o problemă serioasă în UE.
- Conform 83%, legislația europeană este necesară pentru protejarea mediului.

Tabloul de bord privind comportamentul consumatorilor realizat în 2019 indică faptul că mai mult de jumătate dintre consumatorii din UE (56,8%) declară că cel puțin unele dintre deciziile lor de cumpărare sunt influențate de protecția mediului.²

Acest lucru se potrivește cu constatările multor organizații membre ale BEUC care observă un interes crescând din partea consumatorilor legate de subiecte de durabilitate. În consecință, organizațiile naționale ale consumatorilor primesc din ce în ce mai multe întrebări de la consumatori și sunt mai interesate să poată oferi oamenilor sfaturi și instrumente utile, cum ar fi evaluările produselor și aplicații.

Acesta este motivul pentru care am dezvoltat modulul de formare Consumer PRO și resurse privind sustenabilitatea - pentru a vă sprijini, în calitate de profesioniști ai consumatorilor, atât pentru a sprijini, cât și pentru a educa consumatorii în această problemă pentru a-și schimba comportamentul, precum și pentru a susține și a face lobby în numele consumatorilor..

Agenda politică - nivelul UE

Importanța problemelor de mediu pentru cetățenii europeni și preocupările acestora cu privire la schimbările climatice se reflectă în agenda politică a UE. Datorită presiunii publice, UE și-a stabilit obiectivul de a realiza o economie netă de zero carbon până în 2050 și își va crește obiectivul de reducere a emisiilor de 40% în prezent până în 2030, până la 50% sau posibil 55% până în 2030.

Pentru a pune în aplicare schimbările structurale necesare, Comisia Europeană a anunțat în **„Acordul verde european” (decembrie 2019)** măsuri de realizare a sistemelor de alimentare durabile, pentru a îmbunătăți eficiența energetică a transporturilor și a locuințelor, pentru a

¹<https://ec.europa.eu/comfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveyky/2257>

² https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/consumer-conditions-scoreboard-2019-factsheet_en.pdf

transfera aprovizionarea cu energie europeană cu mai multe energii regenerabile și pentru a produce durează mai mult, mai bine reparabile și reciclabile. “Acordul verde European” este un ghid politic cuprinzător pentru următorii cinci ani și nu numai. Toate celelalte politici ale UE, cum ar fi politica industrială, politica de cercetare, mobilitate, alimentație, finanțe, energie etc. trebuie să fie în concordanță cu obiectivele acestui acord. Cu toate acestea, pentru a reuși, vor trebui făcute schimbări sistemice profunde în modul în care trăim, producem, consumăm, încălzim și ne mișcăm.³ De asemenea, este nevoie ca factorii de decizie să se concentreze nu numai pe „schimbările climatice”, ci să se asigure că sunt abordate provocări sociale și de mediu mai largi, precum substanțele chimice, biodiversitatea, utilizarea terenurilor și producția de alimente.

Pentru a se asigura că viziunile și obiectivele prezentate în noul Acord verde european sunt atinse, mișcarea consumatorilor joacă un rol vital alături de alte grupuri ale societății civile pentru a cere UE și statelor membre să răspundă, precum și să acționeze în conformitate cu angajamentele de la Paris.⁴

Agenda politică la nivel național

România a transpus principiile care au stat la baza Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă în priorități, obiective și ținte strategice, specifice la nivel național, și le-a inclus în Strategia națională revizuită pentru dezvoltarea durabilă a României 2030, adoptată în 2018.

Pentru a asigura realizarea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă în fiecare domeniu, sunt în curs de creare, în cadrul ministerelor relevante, nuclee pentru dezvoltare durabilă.

Pentru a beneficia de contribuția societății civile, Coaliția pentru Dezvoltare Durabilă, care va include reprezentanții cei mai activi, este în curs de operaționalizare.

Pentru a monitoriza progresul implementării Agendei 2030, un nou set de indicatori de dezvoltare durabilă este luat în considerare de către Institutul Național de Statistică.

Pentru a stimula implicarea mediului de afaceri în realizarea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă, autoritățile române au inițiat parteneriate cu comunitatea de afaceri din România.

Sunt în curs de desfășurare, eforturi pentru a lansa un Cod al Sustenabilității, în parteneriat cu reprezentanții sectorului privat, dedicat orientării activității economice în conformitate cu politicile de mediu și sociale.

România a fost, de asemenea, foarte activă în promovarea parteneriatelor pentru dezvoltare durabilă la nivel regional.

³ A se vedea de exemplu: Agenția Europeană de Mediu (2019): Tranziții durabile - Politică și practică, <https://www.eea.europa.eu/publications/sustainability-transitions-policy-and-practice>

⁴ La 12 decembrie 2015, părțile la Convenția-cadru a Națiunilor Unite privind schimbările climatice au ajuns la un acord important pentru combaterea schimbărilor climatice și pentru a accelera și intensifica acțiunile și investițiile necesare pentru un viitor durabil cu emisii scăzute de carbon. Obiectivul principal al Acordului de la Paris este de a consolida răspunsul global la amenințarea schimbărilor climatice, menținând o creștere globală a temperaturii în acest secol cu mult sub 2 grade Celsius peste nivelurile preindustriale și continuând eforturile de a limita creșterea temperaturii și mai mult la 1,5 grade Celsius. . <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/what-is-the-paris-agreement>.

Implicarea organizațiilor de consumatori

Organizațiile de consumatori au fost doar parțial implicate în politicile de mediu, în special pe cele care se referă la informații pentru consumatori, cum ar fi de etichetare ecologică și energie sau etichetarea autovehiculelor, politicile de proiectare a produsului și privind protecția drepturilor consumatorilor.

Cu toate acestea, în ultimii ani mișcarea consumatorilor a devenit mai receptivă la nevoia de a proteja planeta și există o înțelegere din ce în ce mai mare că trebuie luate în considerare interesele generațiilor viitoare.

Conștientizarea sporită a publicului, precum și a factorilor de decizie politică cu privire la situația climatică, evidențiază necesitatea unei colaborări între ONG-uri și factorii de decizie politici. Este esențial ca consumatorii să se angajeze cu adevărat în implementarea politicilor pentru ca acest lucru să aibă succes. Fie că este vorba de felul în care mâncăm, ne mutăm, călătorim, trăim în casele noastre sau folosim produse și servicii, este necesară o masă critică de schimbări ale atitudinilor și comportamentelor consumatorilor. Este crucial ca politicile care vor fi implementate în lunile și anii următori să pună consumatorii în centrul tuturor punctelor de acțiune relevante.

Consumatorii europeni au o putere de cumpărare imensă și contează pentru planetă dacă consumatorii optează pentru produse și servicii durabile sau nesustenabile. Majoritatea deciziilor de cumpărare ale consumatorilor sunt luate înainte de a merge la magazine și, prin urmare, provocarea este să ajungă în prealabil la consumatori. Organizațiile consumatorilor joacă un rol important în acest proces și acționează ca intermediari de încredere, informând în fiecare zi milioane de oameni prin reviste, call center, articole web și videoclipuri. Cu toate acestea, produsele și serviciile mai durabile trebuie să fie disponibile pentru consumatorii și apoi să-i putem consilia.

În următorii ani, rolul organizațiilor de consumatori și al profesioniștilor din domeniul protecției consumatorilor va fi necesar, de exemplu, pentru a continua:

- Oferirea de sfaturi independente consumatorilor cu privire la produse și servicii durabile.
- Testarea produselor și serviciilor împotriva impactului lor asupra mediului.
- Organizarea achizițiilor de grup pentru a reduce prețurile pentru produse durabile, cum ar fi, de exemplu, pentru panourile solare.⁵
- Implicarea consumatorilor prin: gestionarea comunităților web în care colegii se pot întâlni și discuta între ei despre experiențele lor, cum ar fi energiile⁶ regenerabile, organizarea de festivaluri pentru a informa oamenii cum vom trăi / putem



⁵ Vezi Capitolul 3 despre Locuințe

⁶ Vezi Capitolul 3 despre Locuințe

trăi în viitor⁷ și în acțiuni colective, cum ar fi colectarea imaginilor de deșeuri de ambalaje nedorite și inutile și trimiterea către factorii de decizie politică și operatorii economici

- Colaborarea cu asistenții sociali pentru a ajuta consumatorii care se luptă să-și plătească facturile de energie și educarea consumatorilor cu privire la utilizarea eficientă a energiei în casele lor.
- Colaborarea cu școlile și formarea profesorilor.⁸
- Organizarea de ateliere demonstrative pentru a explica oamenilor cum să folosească produse și servicii noi, de exemplu un vehicul electric.⁹
- Efectuarea de cercetări privind nevoile și preferințele consumatorilor, cum ar fi dorințele puternice ale consumatorilor de a reduce deșeurile sau de a avea produse mai durabile.¹⁰¹¹
- Dezvoltarea programelor de formare a capacității cu scopul de a face organizațiile de consumatori și alți actori din politica protecției consumatorilor mai puternici și mai bine echipați pentru a proteja consumatorii din țările lor, inclusiv pe teme de durabilitate.
- Programarea de aplicații, astfel încât să ajute consumatorii să evite substanțele chimice dăunătoare din produse și să aleagă alimente mai sănătoase.¹²
- Promovarea etichetelor credibile de excelență ecologică pentru consumatori, cum ar fi eticheta ecologică a UE.

Sustenabilitate în lumina COVID 19

În momentul redactării acestui document, efectele pe termen scurt, mediu și lung ale pandemiei COVID 19 sunt necunoscute, dar ceea ce este clar este că criza va avea un impact drastic asupra vieții noastre și a coeziunii sociale atât pe termen imediat, mediu, cât și pe termen lung. Pe lângă abordarea răspunsului imediat la sănătate, factorii de decizie politică la nivel național, european și internațional discută măsuri politice care pot atenua impactul negativ economic și social. Aceasta se referă la sprijinul imediat de urgență, dar cuprinde și

⁷ <https://www.altroconsumo.it/festival-2019#>

⁸ Atelier pentru vehicule electrice de consiliere a cetățenilor 2019 <https://www.youtube.com/watch?v=i3KkP0AohI8&feature=youtu.be>

⁹ Proiectul MundoOn Portugalia pentru formarea profesorilor: <https://decojovem.pt/iniciativa/mundon/>

¹⁰ Vezi Capitolul 7.3 despre proiectul PROMPT.

¹¹ Verbraucherzentrale Bundesverband a constatat printr-un sondaj de opinie că 96% dintre consumatori consideră că este important să se genereze mai puține deșeuri de ambalaje și 89% au considerat că UE ar trebui să oblige producătorii de aparate electrocasnice mari să facă produsele mai ușor de reparat.

¹² Membrii BEUC, Forbrugerrådet TÆNK (Danemarca), Sveriges Konsumenter (Suedia) și VKI (Austria) fac parte din proiectul finanțat de LIFE Ask Reach: <https://www.askreach.eu/partners-and-supporters/>. Forbrugerrådet TÆNK a realizat, de asemenea, aplicația „Kemiluppen” și UFC Que Choisir, aplicația „QuelCosmetic” pentru a ajuta consumatorii să aleagă produse cosmetice care nu conțin anumite substanțe chimice dăunătoare.

decizii cu privire la investițiile pe termen mai lung pentru a revigora economia după sfârșitul crizei în domeniul sănătății

Reformele Acordului verde european trebuie să rămână pe drumul cel bun, deoarece obiectivul nostru nu poate fi să ne întoarcem pur și simplu la „vechiul normal” care conduce la realizarea crizei climatice. Toți banii publici pentru salvarea companiilor ar trebui să fie condiționați de o schimbare către o economie durabilă. Va fi primordial să nu repetăm erorile din trecut, de exemplu criza financiară și economică din 2009, unde mulți au fost de acord că nu putem ieși din criză cu aceeași ușurată cu care am intrat dar puțin s-au schimbat ulterior în practică. Organizațiile consumatorilor joacă un rol activ în procesul de tranziție.



În timp ce Comisia Europeană asigură în prezent ca organizațiile societății civile să rămână pe drumul cel bun al reformelor acordului european european, criza COVID-19 va avea în mod inevitabil efecte grave și va fi decisivă pentru întrebarea dacă putem rezolva criza climatică la timp.

Există riscuri, precum și oportunități din perspectiva consumatorului. Este important pentru dvs. să reflectați asupra contextului național și să luați în considerare acești factori atunci când formulați strategii de răspuns relevante pentru actorii relevanți în acest domeniu.

Printre riscuri, vedem următoarele:

- Mai puțini bani publici vor fi disponibili pentru investiții în schimbări structurale. Acest lucru poate, de exemplu, să aibă impact asupra bugetelor care sunt cheltuite pentru cercetare și inovare, desfășurarea proiectelor model cu noi infrastructuri (cum ar fi stațiile de încărcare a vehiculelor electrice), clădirile publice ecologice (de exemplu, clădirile de birouri pasive cu concepte inovatoare pentru lumină, ventilație, colectarea apei de ploaie, utilizarea energiilor regenerabile etc.)¹³
- Rezistența factorilor de decizie naționali împotriva proiectului European Green Deal.
- Mai puțină atenție din partea consumatorilor, deoarece aceștia sunt ocupați cu alte probleme, ceea ce face ca creșterea conștientizării să devină o provocare.
- Capacitate mai mică a consumatorilor care și-au pierdut locurile de muncă de a trăi mai durabil în cazul în care acest lucru este mai scump.
- Mai multe stimulente pentru companii care vând consumatorilor produse durabile, cum ar fi cererea unui preț mai mare pentru produsele „durabile”, chiar și pentru cei care nu își respectă promisiunile.

Printre oportunități, vedem următorii factori:

¹³Într-adevăr, negocierile pentru următorul buget multianual al UE indică faptul că ar putea exista mai puțini bani disponibili pentru programul de sănătate, cercetare și dezvoltare, precum și pentru protecția mediului decât s-au propus inițial pentru perioada 2021-2027. <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/priorities/eu-s-long-term-budget/20200722IPR83804/eu-long-term-budget-deal-must-be-improved-for->

- mai mare conștientizare în rândul consumatorilor că schimbarea este necesară, posibilă și fezabilă.
- Noi abilități, cunoștințe și interes în rândul consumatorilor pe care le-au dezvoltat în timpul izolării, cum ar fi gătitul și cusutul, jocul cu copiii, sprijinirea companiilor mici locale, realizarea mai multor lucruri prin videoconferință în scopuri profesionale.
- O apreciere nouă și consolidată pentru un mediu intact, cum ar fi mai puțin zgomot, aer curat, păsări cântătoare în orașe etc.
- Noi mijloace de a schimba stilul de viață, cum ar fi schimbul de haine, jucării și cărți, utilizarea produselor pe termen mai lung sau/și repararea lor, gătitul mai des acasă în loc să mergem la un restaurant, petrecerea timpului de calitate cu familia mai aproape de casa din cauza presiunii economice.
- Mai multă solidaritate și sentimentul că putem depăși o mare criză dacă lucrăm cu toții împreună și acționăm mai mult în interesul comun. Acest lucru le poate oferi oamenilor sentimentul că nu sunt neajutorați și că acțiunile lor contează.



LOCUINȚE DURABILE

De ce locuințele durabile sunt importante pentru consumatori

Consumatorii își văd facturile de energie cum cresc și mulți au dificultăți în menținerea facturilor sub control, deoarece locuiesc în case ineficiente sau nu pot accesa soluții mai durabile.

În prezent, clădirile reprezintă cea mai mare pondere de consum de energie din UE. În special, sectorul rezidențial reprezintă 45% din consumul total de energie pentru încălzire și răcire în UE. Locuințele europene trebuie să devină durabile pentru a atinge ambițiile climatice ale UE. Deoarece majoritatea fondului de locuințe din 2050 există deja astăzi, accentul ar trebui pus pe decarbonizarea clădirilor prin creșterea ratei de renovare, trecerea la încălzire și răcire regenerabile, utilizarea celor mai eficiente produse și aparate, sisteme inteligente de gestionare a clădirilor / apartamentelor și îmbunătățirea materialelor pentru izolație.

În timp ce locuințele eficiente din punct de vedere energetic sunt bune pentru portofelul consumatorilor, bune pentru climă și bune pentru sănătatea publică (mai puțină poluare a aerului), consumatorii se luptă adesea să vadă beneficiile investițiilor în renovări și nu au instrumente pentru a face acest lucru. Sprijinul pentru finanțare este fie puțin cunoscut, fie pur și simplu indisponibil. Potrivit membrilor BEUC, organizații naționale ale consumatorilor, principalele probleme care împiedică consumatorii să renoveze locuințele sunt:



- lipsa conștientizării cu privire la beneficiile renovării.
- lipsa finanțării disponibile / adecvate pentru renovări.
- lipsa securității juridice.
- lipsa de sfaturi imparțiale, de încredere disponibile.

Implicarea consumatorilor în tranziția energetică este esențială pentru consolidarea acceptării publice într-o perioadă de schimbare. Deși consumatorii sunt interesați să contribuie în mod activ la tranziția energetică, realitățile lor de zi cu zi înseamnă că trebuie, de asemenea, să fie convinși că pot economisi bani, își pot îmbunătăți nivelul de confort și vor avea securitatea aprovizionării în tranziția energetică. Consumatorii au nevoie de informații despre impactul alegerilor lor și despre amprenta de carbon aferentă. Aceștia trebuie să poată identifica cu ușurință cele mai bune soluții pentru ei, de exemplu atunci când fac alegeri cu privire la utilizarea propriei energii sau costul total pentru proprietatea lor atunci când investesc în echipamente de încălzire sau răcire. Și au nevoie de informații și acces ușor la schemele de asistență disponibile. În același timp, au nevoie de sfaturi adecvate de la profesioniști calificați care să le renoveze casele, precum și de asistență în organizarea relocării în timp ce are loc renovarea. Deși informațiile sunt importante, acestea ar trebui înțelese ca parte a soluției, împreună cu politici bine concepute și stabile, care să ofere certitudine investițiilor și încredere.

Agenda politică la nivel UE

Pentru a îmbunătăți eficiența energetică a clădirilor, UE a stabilit un cadru legislativ care include Directiva privind performanța energetică a clădirilor 2010/31 / UE (EPBD) și Directiva privind eficiența energetică 2012/27 / UE. Ambele directive au fost modificate, ca parte a pachetului Energie curată pentru toți europenii, în 2018 și 2019.

În primul rând, [Directiva privind performanța energetică a clădirilor \(2018/844 / UE\)](#) trimite un puternic semnal politic cu privire la angajamentul UE de a moderniza sectorul clădirilor în lumina îmbunătățirilor tehnologice și a spori renovările clădirilor. EPBD mandatează statele membre să dezvolte strategii naționale de renovare pe termen lung pentru a face construcțiile UE extrem de eficiente până în 2050, ceea ce înseamnă o reducere a emisiilor cu 80-95% față de 1990. Acest obiectiv general de politică va fi atins printr-o varietate de dispoziții, variind de la un „indicator de inteligență” pentru clădiri la certificate de performanță energetică (CPE). Primul este un instrument care măsoară capacitatea clădirilor de a prelua noi tehnologii și de a interacționa cu rețeaua pentru a atinge niveluri de eficiență mai ridicate. Acesta din urmă constă într-un sistem de certificare pentru a îmbunătăți comparabilitatea performanței energetice a clădirilor înainte și după renovări. Directiva stabilește, de asemenea, implementarea punctelor de încărcare pentru vehiculele electrice (EV) pentru clădirile rezidențiale noi și impune statelor membre să ia în considerare măsuri de atenuare a sărăciei energetice atunci când elaborează strategii naționale de renovare. Termenul limită pentru transpunerea EPBD în legislația națională a fost martie 2020.

În al doilea rând, [Directiva revizuită privind eficiența energetică \(2018/2002\)](#) a convenit actualizarea cadrului politic până în 2030 și ulterior. Elementul cheie al directivei modificate este un obiectiv principal de eficiență energetică pentru 2030 de cel puțin 32,5%. Obiectivul, care urmează să fie atins în mod colectiv în întreaga UE, este stabilit în raport cu previziunile de modelare din 2007 pentru 2030. Unul dintre principalele obiective ale Directivei revizuite privind eficiența energetică este reducerea consumului de energie și, prin urmare, scăderea facturilor de energie pentru consumatori. De asemenea, își propune să facă Europa mai puțin dependentă de importurile de energie, să stimuleze producătorii să inoveze și să atragă mai multe investiții în sectorul construcțiilor.

În al treilea rând, [Regulamentul privind guvernanta uniunii energetice și a acțiunilor climatice](#), (Regulamentul 2018/1999) poate fi definit ca piatra de temelie a pachetului Energie curată pentru toți europenii, stabilind direcția de a atinge obiectivele pe termen lung ale Uniunii Energetice în conformitate cu Acordul de la Paris privind modificările climatice. Prin impunerea statelor membre să dezvolte strategii pe termen lung și planuri naționale integrate de energie și climă, regulamentul definește reguli clare cu privire la modul de atingere a obiectivului de eficiență energetică al UE pentru 2030, printre altele.

În prezent, Comisia Europeană a stabilit Acordul verde european ca una dintre prioritățile cheie și a început un val de renovări a clădirilor publice și private ca parte a acordului său verde european. Acesta își propune să ia măsuri suplimentare și să creeze condițiile necesare pentru a extinde renovările și a profita de potențialul semnificativ de economisire al sectorului construcțiilor. Conform [Comunicării Comisiei Europene privind acordul verde](#) din decembrie 2019:



„Comisia va aplica riguros legislația referitoare la performanța energetică a clădirilor. Aceasta va începe cu o evaluare în 2020 a strategiilor naționale de renovare pe termen lung ale statelor membre. Comisia va lansa, de asemenea, lucrări privind posibilitatea includerii emisiilor din clădiri în comerțul european cu emisiile, ca parte a eforturilor mai largi de a se asigura că prețurile relative ale diferitelor surse de energie furnizează semnalele corecte pentru eficiența energetică. În plus, Comisia va revizui Regulamentul privind produsele de construcție. Ar trebui să se asigure că proiectarea clădirilor noi și renovate în toate etapele este în concordanță cu nevoile economiei circulare și să conducă la o digitalizare sporită și la protecția climei a stocului de clădiri ”.

În paralel, Comisia își propune să colaboreze cu părțile interesate, prin includerea pe o platformă deschisă a acestora, platforma care să reunească părțile interesate relevante. Nu în ultimul rând, un mare sprijin financiar va fi pus la dispoziție pentru renovarea clădirilor, care pot oferi, de asemenea, o oportunitate unică organizațiilor membre ale BEUC și altor profesioniști în domeniul protecției consumatorilor de a înființa programe naționale de consiliere și de a ajuta consumatorii să aibă acces la aceste finanțări pentru renovarea clădirilor. Conform programului de lucru al Comisiei, această inițiativă este așteptată în al treilea trimestru al anului 2020.

Agenda politică la nivel național

Strategia Națională a Locuirii 2017- 2030 vizează abordarea integrată a problemelor multiple și complexe ale domeniului locuirii manifestate atât în mediul urban cât și în cel rural, având ca arie de cuprindere atât locuințele, cât și problemele asociate locuirii aflate în domeniul de responsabilitate al statului precum accesul la servicii de utilități publice (apă, canalizare), politici de dezvoltare urbană etc.

Legea nr 350/2001 modificată tocmai pentru a se actualiza gestionarea spațială a teritoriului, pentru a asigura indivizilor și colectivităților dreptul de folosire echitabilă și responsabilitatea pentru o utilizare eficientă a teritoriului, condiții de locuire adecvate, calitatea arhitecturii, protejarea identității arhitecturale, urbanistice și culturale a localităților urbane și rurale, condiții de muncă, de servicii și de transport ce răspund diversității nevoilor și resurselor populației, reducerea consumurilor de energie, asigurarea protecției peisajelor naturale și construite, conservarea biodiversității și crearea de continuități ecologice, securitatea și salubritatea publică, raționalizarea cererii de deplasări.

Implicarea organizațiilor de consumatori în „locuințe durabile”

Domeniile cheie de lucru pentru organizațiile de consumatori sunt următoarele:

- **Consilierea consumatorilor cu privire la modul de reducere a consumului de energie:** accesul la informații clare și transparente nu este întotdeauna disponibil consumatorilor. Ei trebuie să identifice cu ușurință cele mai bune soluții atunci când își aleg furnizorii și sursele de energie sau când investesc în tehnologii curate (cum ar fi pompele de căldură). Unele organizații ale consumatorilor au oferit sfaturi privind eficiența energetică și compararea produselor (de exemplu, pentru aparatele de încălzit).

- **Asistența consumatorilor la renovarea caselor:** de ex. cu privire la modul de reducere a lacunelor de eficiență energetică, precum și la experți independenți sau certificate de performanță energetică. Pe cât posibil, pasul următor, organizațiile de consumatori ar putea să se concentreze în continuare pe furnizarea consumatorilor de consiliere personalizată pentru renovările energetice, precum și pe trecerea consumatorilor prin pașii necesari, să organizeze acțiuni de renovare colectivă a clădirilor și să le ofere noi servicii.



- **Influențarea legislației pentru a se asigura că consumatorii pot accesa cu ușurință toate instrumentele necesare:** consumatorii trebuie să fie susținuți de stimulente financiare și politici stabile și bine concepute, care să ofere certitudinea investițiilor. Programele de renovare, împrumuturile ecologice sau stimulentele pentru proprietari sunt toate domenii cheie în care consumatorii pot fi mai bine activați în tranziția energetică. O atenție specială ar trebui acordată consumatorilor aflați în situații vulnerabile, precum și chiriașilor și clădirilor cu mai multe etaje.
- **Monitorizarea îndeaproape a pieței și pledarea pentru drepturi puternice ale consumatorilor și oferte mai bune:** trebuie să se facă mai multe pentru a crește eficiența energetică și pentru a trece la surse regenerabile în sectorul încălzirii și răcirii. Asigurarea unei concurențe sănătoase între companii, precum și asigurarea drepturilor și protecțiilor consumatorilor sunt parte a acestei lucrări.
- **Testarea și influențarea standardelor tehnice** relevante pentru produse și renovarea clădirilor (de exemplu, testarea materialelor: ferestre, izolație).

Exemple sau instrumente naționale pentru educarea și implicarea consumatorilor

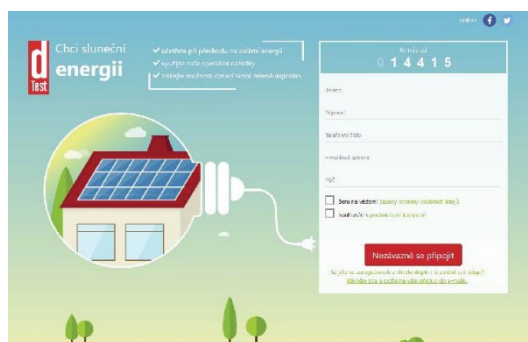
Achiziționarea în grup a instalațiilor de energie regenerabilă

Proiectul CLEAR a sprijinit multe țări cu campanii de achiziții de grup.

Panouri solare - În Belgia și Republica Cehă s-a implementat acest proiect. Belgia este responsabilă în medie pentru emiterea a 8 tone de emisii de CO₂ anual, Test-Achats a reușit să contribuie la reducerea a 60,000 de tone de emisii de CO₂ anual, prin achiziționarea de grup de panouri solare.¹⁴



¹⁴ Revista Test-Achats ediția 623 octombrie 2017.



În Republica Cehă, campania „Vreau energie solară” a înregistrat 14.556 de persoane interesate de achiziționarea unui grup de fotovoltaice.¹⁵

De asemenea, pompele de căldură și sobele de peleți au făcut parte din schemele de achiziții de grup din Belgia, Republica Cehă, Slovenia, Portugalia, Spania și Italia.¹⁶

Lituania - Proiectul SOL „Energie solară pentru clădiri multifamiliale” - Din 2017, ALCO (Alianța organizațiilor lituaniene ale consumatorilor) pledează pentru mai multe tehnologii solare fotovoltaice în sectorul clădirilor de apartamente multifamiliale, unde există un decalaj mare în comparație cu cei care locuiesc în case. Prin realizarea de parteneriate internaționale și efectuarea de cercetări privind cele mai bune practici internaționale și posibile soluții, ALCO a dezvoltat o poziție puternică de advocacy pe scena elaborării politicilor naționale. Acesta a devenit recunoscut ca un factor important de interes de către ministrul energiei și a fost invitat să fie unul dintre cei cinci semnatori inițiali ai Alianței Prosumers sub auspiciile ministerului. Schema pentru prosumatori introdusă în octombrie 2019 este considerată în prezent una dintre cele mai „prietenoase cu prosumatorii” din UE, deschizând posibilități reale familiilor, care locuiesc în apartamente, de a deveni prosumatori și de a depăși numeroasele obstacole considerate insurmontabile în urmă cu doar câțiva ani.

Citizens Advice Bureau, Marea Britanie - [Asistarea consumatorilor pentru a-și face casele mai eficiente din punct de vedere energetic.](#)

Marea Britanie - Evaluarea și susținerea comercianților: organizația consumatorilor WHICH? a dezvoltat **WHICH? Logo-ul Trusted Trader** pentru a ajuta consumatorii să aleagă comerciantul potrivit și să recunoască comercianții buni atunci când întreprind o renovare majoră a locuinței sau caută ajutor profesional pentru îmbunătățirea eficienței energetice la domiciliu. Eticheta este un semn de reputație și încredere.

Proiectul STEP: BEUC coordonează proiectul [Soluții pentru abordarea sărăciei energetice \(STEP\)](#), care implică 9 membri BEUC. Ideea proiectului este de a oferi sfaturi persoanelor vulnerabile simple, concrete și rentabile, astfel încât să poată economisi factura de energie. Ceea ce face ca proiectul STEP să fie unic este că organizațiile naționale de consumatori fac parte din grupuri de lucrători din prima linie, care oferă deja cetățenilor vulnerabili sfaturi cu privire la diferite probleme, cum ar fi sfaturi pentru gestionarea bugetului gospodăriei sau sfaturi de sănătate, pentru a



¹⁵ www.chcislunecnienegii.cz

¹⁶ https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-008_clear.0_factsheet_0.pdf

ajunge la persoanele cu risc de sărăcie energetică. . Proiectul a primit finanțare din programul de finanțare Horizon2020. Pentru mai multe informații, consultați: site-ul web al [proiectului STEP](#) și [rapoartele STEP](#).



Proiecte CLEAR și CLEAR 2.0: CLEAR înseamnă că le permite consumatorilor să afle despre surse regenerabile, să se angajeze și să adopte surse regenerabile. CLEAR 2.0 a fost un proiect al organizațiilor europene de consumatori pentru a

consilia și a sprijini consumatorii care doresc să producă electricitate și căldură din surse regenerabile de energie în gospodăriile lor. Proiectul a fost finanțat de programul de cercetare și inovare al Uniunii Europene Orizont 2020 și s-a derulat din septembrie 2017 până în februarie 2020. Prin CLEAR:

- o Obțineți o mai bună înțelegere a motivațiilor consumatorilor și a principalilor factori declanșatori pentru a-și schimba comportamentul, realizând interviuri online
- o Testați ceea ce îi face pe consumatori să utilizeze energia mai eficient, monitorizând un grup de gospodării, oferindu-le informații și echipamente
- o Ajuțați consumatorii să facă alegeri mai bine informate, evaluând performanța sistemelor regenerabile și făcând aceste informații accesibile mai multor gospodării prin noi instrumente online
- o Însoțiți consumatorul să cumpere mai ieftin și mai inteligent prin achiziții de grup
- o Contribuim la politici energetice naționale și UE mai ambițioase în care am pledat pentru procese administrative și de autorizare ușoare și rapide, precum și pentru ghișee unice care să ofere consumatorilor informații și sfaturi personalizate.

Pentru mai multe informații, consultați site-ul web [CLEAR 2.0](#), [foaia informativă](#) și [rezultatele și recomandările CLEAR 2.0](#)

Resurse suplimentare privind locuințele durabile - fișe tehnice, publicații, linkuri

- Fișă informativă despre proiectul Clear 2.0 - permițând consumatorilor să învețe, să se angajeze și să adopte energie regenerabilă https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-008_clear.0_factsheet_0.pdf
- Document privind poziția BEUC privind viitorul consumatorilor de energie https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-055_the_future_of_energy_consumers.pdf
- Document privind poziția BEUC: consum redus de energie, facturi mai mici de energie: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-029_lower_energy_consumption_lower_energy_bills.pdf

3. FINANȚARE DURABILĂ

De ce finanțarea durabilă este importantă pentru consumatori?

Când vine vorba de sprijinirea consumatorilor să contribuie la lupta împotriva schimbărilor climatice și să poată trăi în mod durabil, abordarea finanțelor și a sistemelor financiare este un subiect crucial. În prezent, consumatorii nu sunt suficient de conștienți că pot face diferența în alegerile lor financiare și pot conduce piețele.

Pentru majoritatea consumatorilor, băncile sunt un ghișeu unic atunci când vine vorba de gestionarea tuturor finanțelor lor. Ei primesc salariul și toate celelalte plăți și beneficii în conturile lor curente, precum și economisesc bani și investesc pentru pensionare, iau împrumuturi, cumpără asigurări și multe altele, prin banca lor. Aceasta înseamnă că trilioane de euro trec prin bănci în fiecare an¹⁷, bani care ar putea fi cheltuiți în inițiative care au un impact pozitiv asupra mediului și societății și care contribuie la atenuarea schimbărilor climatice.



Având în vedere urgența situației și în ciuda eforturilor actuale de a direcționa resursele către o economie durabilă, marea majoritate a băncilor continuă să utilizeze aceste miliarde pentru a investi și a finanța activități intensive de emisii, inclusiv industria combustibililor fosili.



De exemplu, în Suedia, cele mai mari șapte bănci investesc aproape de două ori mai mult din banii economisitorilor în energie fosilă în comparație cu energia durabilă. Din fiecare sută de cenți pe care băncile suedeze le investesc și împrumută sectorului energetic, 64 SEK se îndreaptă către energia fosilă și numai 36 SEK către energia durabilă. În total, băncile au investit 44,2 miliarde SEK în energie fosilă și doar 9,8 miliarde SEK în energie durabilă.¹⁸

Mulți consumatori ar dori ca banii lor să contribuie la construirea unor societăți mai ecologice, mai echitabile și mai favorabile incluziunii, de exemplu finanțarea activităților care au un impact pozitiv asupra mediului. Cu toate acestea, în prezent, instituțiile financiare nu raportează suficient cu privire la strategiile lor privind mediul, inclusiv acolo unde sunt investiți banii. În acest context, instituțiile financiare continuă să ofere sfaturi financiare care nu sunt de încredere atunci când consumatorii contractează un fond de investiții sau o poliță¹⁹ de asigurare de viață, fără a lua în considerare preferințele de durabilitate ale consumatorilor. Drept urmare, consumatorii pot contribui, fără să știe, la

¹⁷ În 2015, gospodăriile europene dețineau peste 10 trilioane EUR în conturi de economii https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-101_savings_accounts_in_eu-a_dormant_market-study.pdf

¹⁸ <https://fairfinanceguide.se/media/494515/lagg-om-vaxeln.pdf>

¹⁹ A se vedea campania BEUC pe thepriceofbadadvice.eu, care evidențiază insuficiența continuă a sfaturilor financiare oferite consumatorilor. BEUC solicită interzicerea plății „stimulentelor” către consilierii financiari, care duc la consiliere imparțială și imparțială a finanțelor către consumatori.

abuzurile asupra mediului, climatului și drepturilor omului și nu au autoritatea care să facă nimic în acest sens.

Agenda politică la nivel UE

În programul său de lucru pentru 2020, Comisia Europeană și-a anunțat intenția de a publica o **strategie reînnoită de finanțare durabilă** în al treilea trimestru al anului 2020. În aprilie 2020, Comisia Europeană a lansat o consultare publică asupra strategiei sale la care BEUC²⁰ a răspuns exprimând preocupările consumatorilor în cadrul dezbaterii mai ample privind finanțele durabile. Consultarea a fost împărțită în două secțiuni principale: 1) Prima adresată tuturor părților interesate cu privire la modul în care sectorul financiar și economia pot deveni mai durabile; 2) Al doilea a fost destinat specialiștilor, care pun întrebări tehnice și strategice suplimentare cu privire la viitorul finanțării durabile. Răspunsul BEUC la consultare a adresat Comisiei Europene o serie de recomandări politice concrete pentru a se asigura că consumatorii pot fi mai bine informați cu privire la caracteristicile de durabilitate ale produselor de servicii financiare pe care se bazează în viața lor de zi cu zi, inclusiv:

- O cerință pentru toate produsele financiare (conturi de economii, fonduri de investiții, asigurări de viață, pensii etc.) pentru a dezvălui cât de durabile sunt acestea. De exemplu, pe baza unui sistem de evaluare a culorilor similar cu eticheta energetică deja cunoscută, unde un verde solid A este cel mai durabil, iar un roșu G cel mai puțin durabil.
- Eforturi mai puternice ale instituțiilor europene pentru a combate spălarea verde a furnizorilor de servicii financiare, un risc esențial pentru consumatori.
- Dezvoltarea unei așa-numite taxonomii Brown a activităților care au un impact negativ asupra climei și a mediului.
- O cerință pentru ca autoritățile europene de supraveghere să evalueze costul și performanța produselor ESG față de omologii lor tradiționali, ca parte a studiilor lor anuale.
- O mai bună supraveghere și reglementare a ratingurilor ESG și a agențiilor de rating ESG.
- Reguli ambițioase pentru crearea unei etichete ecologice UE pentru produse financiare cu amănuntul.
- O cerință pentru consilierii financiari de a evalua preferințele de durabilitate ale clienților atunci când solicită consiliere de investiții și o cerință pentru consilierii financiari să fie instruiți în mod adecvat cu privire la produsele ESG atunci când oferă consiliere de investiții.
- Sprijin pentru inițiative care ghidează și asistă consumatorii în compararea durabilității și practicilor de investiții ale instituțiilor de credit și ale altor firme financiare, cum ar fi Ghidul de finanțare echitabilă.

Alte legislații relevante ale UE și fluxuri de lucru în domeniul finanțelor durabile includ:

- **Eticheta ecologică a UE** pentru produsele de investiții - un grup de experți înființat de Comisia Europeană dezvoltă în prezent o etichetă ecologică²¹ a UE pentru produsele

²⁰https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-069_consultation_on_the_renewed_sustainable_financial_strategy.pdf

²¹ Vezi capitolul 7.2 despre eticheta ecologică

financiare bazată pe taxonomie, un sistem de clasificare a UE pentru activități durabile pentru a ajuta investitorii, companiile, emitenții și promotorii de proiecte să navigheze în tranziția către o economie cu emisii reduse de carbon, rezistentă și eficientă din punct de vedere al resurselor. Societatea civilă, inclusiv coordonatorul etichetei ecologice a BEUC, este implicată pentru a asigura o etichetă fiabilă bazată pe condiții stricte, care să evite consumul de informații despre spălarea verde și informații înșelătoare.

- În martie 2020, Centrul Comun de Cercetare al Comisiei Europene a prezentat o propunere cu privire la cerințele pentru eticheta ecologică a UE pentru produsele de servicii financiare cu amănuntul. În aprilie 2020, BEUC²² și-a publicat comentariile (în cooperare cu alte organizații ale societății civile) la o astfel de propunere, subliniind câteva preocupări. BEUC și alte organizații ale societății civile au declarat că propunerea CCR ar trebui îmbunătățită pentru a se asigura că eticheta ecologică a UE este adecvată scopului și se asigură că produsele din cadrul etichetei ecologice UE vizează investiții în activități economice ecologice. Mai precis, s-a propus, printre altele, ca eticheta finală să corespundă așteptărilor investitorilor cu amănuntul, adică cu cel puțin 51% din investițiile ecologice în fonduri și criterii de excludere strânse pentru sectoarele semnificativ dăunătoare. BEUC și OSC pledează pentru o viitoare etichetă ecologică a UE care să protejeze investitorii cu amănuntul și consumatorii în general de spălarea verde și să își îndeplinească așteptările de la o etichetă de excelență ecologică.
- **Proiecte de acte delegate „MiFID II” (Directiva privind piețele instrumentelor financiare) și „IDD” (Directiva privind distribuția asigurărilor)** - CE a publicat proiectul de acte delegate în 8 iunie 2020 și a lansat o consultare de 4 săptămâni până la 6 iulie 2020. Dacă este adoptată, proiectele de acte delegate vor fi supuse controlului de către Parlamentul European și Consiliu. Normele modificate se vor aplica de la 12 luni de la publicarea lor în Jurnalul Oficial al UE. Conform proiectelor de acte delegate, consilierilor financiari li se va cere să integreze factorii de durabilitate în sfaturile de investiții oferite consumatorilor. Organizațiile consumatorilor depun eforturi pentru a asigura, în faza de redactare, că textele respective protejează în mod adecvat consumatorii, cerând consilierilor financiari să evalueze în mod adecvat preferințele de mediu, sociale și de guvernanță (ESG) ale clienților care solicită consiliere financiară (de exemplu, atunci când solicită sfaturi cu privire la un produs de pensie, o poliță de asigurare de viață sau un fond de investiții).
- **Taxonomia brună** - regulamentul UE privind taxonomia stabilește în prezent doar o „taxonomie verde”²³. Nu include o „taxonomie maro” cu criterii pentru activități economice care au un impact negativ asupra mediului. Campania pentru o taxonomie

²² <http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026 ecolabel financial products ngo joint briefing.pdf>

²³ La 18 decembrie 2019, Consiliul și Parlamentul European au ajuns la un acord politic cu privire la Regulamentul taxonomiei. La 15 aprilie 2020, Consiliul a adoptat prin procedură scrisă poziția sa în primă lectură cu privire la regulamentul privind taxonomia. Parlamentul European a aprobat textul în conformitate cu procedura „acordului de a doua lectură timpurie” la 18 iunie 2020. Textul a fost publicat și în Jurnalul Oficial al UE și va intra în vigoare în a douăzecea zi de la publicare.

maro ar însemna ca investitorii cu amănuntul să înțeleagă când investițiile lor alimentează activități nesustenabile.

Agenda politică la nivel național

Având în vedere faptul ca UE se va confrunta din ce în ce mai mult cu consecințele catastrofale și împrevizibile ale schimbărilor climatice, cu epuizarea resurselor și cu alte aspecte referitoare la durabilitate, sunt necesare acțiuni urgente pentru a mobiliza capitalul nu numai prin politici publice, ci și prin sectorul serviciilor financiare. Prin urmare, participanții la piața financiară și consultanții financiari ar trebui să aibă obligația de a prezenta informații specifice cu privire la abordările lor în ceea ce privește integrarea riscurilor legate de durabilitate și luarea în considerare a efectelor negative asupra durabilității.

În acest sens, întreg mediul bancar român și-a actualizat sistemul de management al riscurilor prin integrarea riscurilor legate de durabilitatea serviciilor financiare oferite, ca urmare a adoptării Regulamentului (UE) 2019/2088 al Parlamentului European și al Consiliului, din 27 noiembrie 2019, privind informațiile privind durabilitatea în sectorul serviciilor financiare (text cu relevanță pentru SEE) stabilește pentru participanții la piața financiară și consultanții financiari norme armonizate privind transparența în legătura cu integrarea riscurilor legate de durabilitate și luarea în considerare a efectelor negative asupra durabilității în cadrul activităților lor și privind furnizarea informațiilor privind durabilitatea în ceea ce privește produsele financiare.

Legea nr. 237/2015 privind autorizarea și supravegherea activității de asigurare și reasigurare și Legea nr. 236/2018 privind distribuția de asigurări vin în sprijinul unui pachet de servicii financiare durabile.

Implicarea organizațiilor de consumatori

Lumea finanțelor durabile este un domeniu în creștere și există multe roluri cheie pe care organizațiile de consumatori le pot juca:

- **Sprijinirea consumatorilor pentru a-și urmări fondurile verzi sau murdare** - cercetarea și furnizarea de informații consumatorilor cu privire la destinația fondurilor lor. De exemplu, ghidul de finanțare²⁴ echitabilă este un exemplu de lucru pe care îl pot face organizațiile de consumatori pentru a-i ajuta pe consumatori să aibă informații mai transparente despre locul în care băncile lor canalizează banii. Acesta a expus practicile distructive din punct de vedere social și ecologic ale băncilor europene de la finanțarea extinderii uleiului de palmier în Indonezia la expunerea amplorii investițiilor lor continue în industria combustibililor fosili, spre deosebire de surse regenerabile.

²⁴ Studii de caz privind finanțarea și investițiile băncilor europene, din ghidul Fair Finance: <https://fairfinanceguide.org/ffg-international/case-studies/>

- **Presiunea pentru o gamă mai largă de produse** - În prezent există o gamă limitată de produse disponibile pentru fonduri de economii, investiții și pensii, pe baza obiectivelor și criteriilor de mediu, social și guvernanta (ESG). Împreună cu informațiile publice limitate, consumatorii au o alegere foarte limitată în ceea ce privește serviciile pe care le utilizează pentru a-și gestiona finanțele private, iar organizațiile de consumatori pot angaja și crea presiunea consumatorilor pentru mai multe produse de bază ESG. Organizațiile consumatorilor ar putea crește gradul de conștientizare cu privire la faptul că consumatorii pot conduce piețele și pot exercita presiuni cu cererile și alegerile lor.
- **Educarea consumatorilor cu privire la „spălarea verde” a obiectivelor și criteriilor ESG** - Deși poate fi pozitiv ca băncile să fie percepute ca fiind durabile și conștiente din punct de vedere social, trebuie făcută o presiune mai mare asupra băncilor pentru a se asigura că obiectivele ESG sunt atât inerente, cât și integrale în sectorul bancar. Practicile de „spălare verde”, adică produsele care par verzi, dar de fapt nu, trebuie contracarate în mod eficient.
- **Oferirea de comparații între ofertele de împrumut ecologic** - O astfel de activitate poate sprijini consumatorii să găsească oferte de împrumut negarantate ecologice de bună valoare pentru a investi în surse regenerabile de energie (cum ar fi pompe de căldură sau panouri solare), bunuri verzi, cum ar fi mașinile electrice, precum și ipoteci eficiente din punct de vedere energetic sau împrumuturi pentru renovări eficiente energetic ale clădirilor rezidențiale.
- **În cele din urmă** - consumatorii nu sunt în măsură să atenueze sau chiar să fie conștienți de riscurile pentru investițiile lor în industriile bazate pe carbon prin **active blocate**²⁵ - investițiile, pensiile și economiile ar trebui protejate împotriva riscurilor schimbărilor climatice și a finanțărilor nesustenabile. Organizațiile consumatorilor ar putea pleda pentru o mai mare transparență în ceea ce privește finanțarea și investițiile făcute de instituțiile financiare.²⁶

²⁵ Activele blocate sunt active care suferă pierderi de valoare premature și neașteptate. Cercetătorii de la London School of Economics au subliniat că schimbările climatice prezintă un risc dublu de a duce la active blocate. În primul rând, evenimentele meteorologice extreme pot distruge direct active esențiale, cum ar fi infrastructura, precum și utilizarea terenului sau pot reduce valoarea lor de producție. În al doilea rând, poate reduce producția acestor active și, astfel, poate duce la rentabilitate mai mică a investiției. Prin urmare, o acțiune mai dură împotriva schimbărilor climatice, care ar preveni astfel de rezultate, are sens și pentru protejarea investitorilor. Pentru mai multe informații, consultați: <https://www.beuc.eu/press-media/news-events/tougher-action-climate-change-makes-sense-investors>

Exemple sau instrumente naționale pentru educarea și implicarea consumatorilor

- **Ghidul Fair Finance - Norvegia și Suedia**



Organizația norvegiană de consumatori Forbrukerrådet și Suedia Sveriges Konsumenter fac parte din rețeaua Fair Finance Guide, un proiect de clasificare și comparare

Ghidul norvegian de finanțare echitabilă înregistrează 13 bănci în ceea ce privește politicile și practicile lor <https://etiskbankguide.no/> Iar Ghidul de finanțare echitabilă Suedia acoperă cele mai mari 7 bănci și cele 2 alternative ale băncilor din Suedia - <https://fairfinanceguide.se/>

- **Lituania - Grupul mixt de monitorizare a finanțelor durabile (proiectul S.U.R.F.).** Similar [proiectului Fair Finance International](#), Alianța Organizațiilor Lituanene pentru Consumatori (ALCO) replică un sistem de rating bancar pentru consumatorii lituanieni. Proiectul se concentrează asupra impactului în trei moduri: Realizarea de campanii de informare orientate pentru a ajuta consumatorii să caute în mod activ și să investească în produse financiare cu amănuntul orientate spre durabilitate; Implicarea cu actorii din sectorul financiar local pentru a încuraja crearea și introducerea pe piață a produselor; Lobby și susținere către factorii de decizie pentru un cadru legal care să reorienteze sectorul financiar de la investițiile „business as usual” în investiții durabile. Scopul este de a construi un sistem financiar, în care rolul și presiunea crescută din partea consumatorilor conștienți de sustenabilitate să permită tranziția profundă a sistemului financiar.
- **Belgia - Réseau Financité (Rețeaua financiară alternativă)** este o rețea belgiană al cărei scop principal este de a promova finanțarea socială și etică. Réseau Financité efectuează cercetări, dezvoltă cunoștințe și sprijină persoanele în căutarea de produse financiare etice și responsabile. Rețeaua publică periodic [rapoarte](#) de evaluare a produselor financiare care promovează preocupări sociale, etice, de guvernanță și de mediu, pentru a ajuta investitorii cu amănuntul care doresc să își investească banii într-un mod responsabil. Rețeaua operează, de asemenea, un site web [de comparație](#) (inclusiv pentru conturi de economii, fonduri de investiții și produse de pensii etc.) permițând utilizatorilor să compare cu ușurință caracteristicile ESG ale produselor de servicii financiare (pe baza unui set de criterii și [metodologie](#) dezvoltate de rețea).

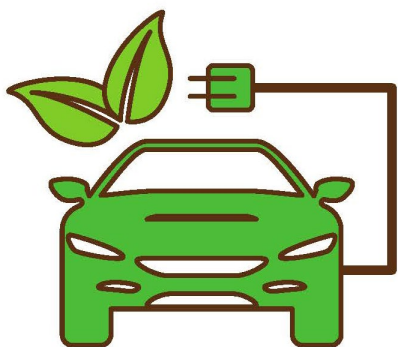
Resurse suplimentare - fișe tehnice, publicații, linkuri

- Site-ul Comisiei Europene privind Strategia de finanțare durabilă reînnoită https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance_en
- Răspunsul BEUC la Acordul european european privind „Finanțare” pagina 10: http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-012_beuc_position_on_european_green_deal.pdf
- **Ghidul de finanțare echitabilă** - un proiect implementat în mai multe țări din UE care promovează conștientizarea consumatorilor prin clasarea instituțiilor financiare în conformitate cu criteriile de durabilitate: <https://fairfinanceguide.org/>
- **Finance Watch** - ONG-ul european a fondat criza financiară după 2008 pentru a atrage atenția și a contracara lobby-ul financiar - <https://www.finance-watch.org/>
- **Recomandările BEUC și ale ONG-urilor pentru eticheta ecologică a UE și produsele financiare:** http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026_ecolabel_financial_products_ngo_joint_briefing.pdf Consultați, de asemenea, secțiunea 7.2 / pagina 30 a acestui document teoretic pentru mai multe detalii despre eticheta ecologică și includerea produselor financiare.
- **Afișarea blogului Finance Watch** „fără justiție climatică fără finanțare durabilă” - <https://www.finance-watch.org/no-climate-justice-without-sustainable-finance/>
- **Postarea blogului Finance Watch:** „Nouă reforme financiare ar trebui să solicite atacatorii climatici” - <https://www.finance-watch.org/uf/9-financial-reforms-that-climate-strikers-should-demand/>
- **Planul de acțiune al Comisiei pentru finanțarea creșterii durabile**, 8 martie 2018- https://ec.europa.eu/info/publications/180308-action-plan-sustainable-growth_en
- **Răspunsul BEUC la consultarea Comisiei Europene cu privire la strategia sa reînnoită de finanțare durabilă-** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-069_consultation_on_the_renewed_sustainable_financial_strategy.pdf
- **Inițiativa de finanțare a Programului Națiunilor Unite pentru Mediu** <https://www.unepfi.org/>
- **Organizația juridică de interes public Frank Bold** <https://en.frankbold.org/about-us>

4. MOBILITATE DURABILĂ

De ce este importantă mobilitatea durabilă pentru consumatori?

Mulți consumatori nu au altă opțiune decât să își folosească mașina individuală pentru a-și îndeplini nevoile de mobilitate. Acesta este rezultatul a zeci de ani de politici urbane și economice bazate pe presupunerea alimentată cu benzină, mașina, proprietate individuală a fost modalitatea ideală de a trece de la A la B. Acest lucru a dus la un sistem de mobilitate în care a conduce este costisitor, ineficient și rău pentru climă, mediu și sănătate publică. Consumatorii ar putea economisi mulți bani și timp dacă sistemul nostru de transport ar deveni mai durabil. În paralel, sectorul aviației este una dintre sursele de emisii de CO₂ cu cea mai rapidă creștere și ar putea deveni unul dintre cei mai mari emițatori ai UE până în 2050.



S-au realizat progrese semnificative în ultimii ani pentru a reduce emisiile de CO₂ și consumul de combustibil de la autoturisme. Au intrat în vigoare **noi teste** (WLTP și RDE), UE și-a consolidat semnificativ aprobarea de tip și **cadrul de supraveghere a pieței și a convenit** cu obiective ambițioase de reducere a **CO₂ pentru 2025 și 2030**. Se speră că acest nou cadru de reglementare va accelera semnificativ tranziția către mașini cu emisii reduse de carbon și să realizeze progrese în realitate și nu numai pe hârtie. Prin urmare, în următorul deceniu ne așteptăm la o schimbare profundă în industria auto, cu reduceri ale

emisiilor de CO₂ fiind puternic determinate de o schimbare a tehnologiilor de propulsie și de trecerea de la motoarele cu combustie internă la vehiculele electrice.

Agenda politică la nivelul UE

Următoarele sunt viitoarele procese relevante ale UE pe care trebuie să le cunoașteți:

- Publicarea până la sfârșitul anului 2020 a unei noi strategii a UE pentru „mobilitate durabilă și inteligentă” care stabilește obiectivele politicii în ceea ce privește adoptarea vehiculelor curate, a alternativelor de transport curate (feroviar) și stabilirea stimulentei potrivite pentru consumatori.
- Revizuirea (preconizată în iunie 2021) a directivei UE privind desfășurarea infrastructurii de combustibili alternativi care stabilește cerințe în special pentru lansarea punctelor de reîncărcare pentru mașinile electrice.
- Revizuirea (preconizată în cursul anului 2021) a directivei UE privind etichetarea autovehiculelor, care oferă cumpărătorilor de autovehicule informații despre eficiența autovehiculelor la punctul de vânzare
- Revizuirea (preconizată în iunie 2021) a obiectivelor de reducere a emisiilor de CO₂ pentru autoturisme pentru 2025 și 2030.

Agenda politică la nivel național

La nivel național, legea nr 9/2012 privind taxa pentru emisiile poluante provenite de la autovehicule, corelata cu intrarea în vigoare a normei Euro 6 pentru înmatricularea, vanzarea si introducerea in circulatie a vehiculelor noi, conform Regulamentului (CE) nr. 715/2007 al Parlamentului European si al Consiliului din 20 iunie 2007 privind omologarea de tip a autovehiculelor în ceea ce privește emisiile provenind de la vehiculele ușoare pentru pasageri și de la vehiculele ușoare comerciale (Euro 5 si Euro 6) și privind accesul la informațiile referitoare la repararea și întreținerea vehiculelor stabilește:

- formula de calcul pentru

- o categoria M1(Euro 3, Euro 4, Euro 5, Euro 6)

$$\text{Suma de plată} = [(A \times B \times 30\%) + (C \times D \times 70\%)] \times (100 - E)\%$$

unde:

A = valoarea combinată a emisiilor de CO₂, exprimată în grame/km;

B = taxa pentru emisiile poluante, exprimată în euro/1 gram

CO₂, prevăzută în coloana nr. 3 din anexa nr. 1;

C = cilindree (capacitatea cilindrica);

D = taxa pentru emisiile poluante pe cilindree, prevăzută în coloana nr. 3 din anexa nr. 2;

E = cota de reducere a taxei, prevăzută în coloana nr. 2 din anexa nr. 4

- nivelul taxei pentru emisiile poluante în funcție de emisia de dioxid de carbon

- o categoria M1(non-Euro, Euro 1, Euro 2)

$$\text{Suma de plată} = (C \times D \times (100 - E))/100,$$

unde:

C = cilindree (capacitatea cilindrica);

D = taxa pentru emisiile poluante pe cilindree, prevăzută în coloana nr. 3 din anexa nr. 2;

E = cota de reducere a taxei, prevăzută în coloana nr. 2 din anexa nr. 4

- nivelul taxei pentru emisiile poluante în funcție de emisia de dioxid de carbon

Anexa nr. 1 - Nivelul taxei pentru emisiile poluante în funcție de emisia de dioxid de carbon

Norma de poluare ¹⁾	Emisia de dioxid de carbon	Nivelul taxei pentru emisiile poluante
--------------------------------	----------------------------	--

	- grame CO2/km -	- euro/1 gram CO2 -
Hibride, electrice	-	0
Euro 6	-	0
Euro 5, Euro 4, Euro 3 < =120		0
	121-150	0,5
	151-180	1,0
	181-210	2,0
	211-240	4,0
	241-270	6,0
	> =271	8,0

1) Norma de poluare este cea stabilită prin:

- Regulamentul (CE) nr.715/2007 pentru Euro 5 si Euro 6;
- directivele 98/69/CE si 2002/80/CE pentru Euro 3 si Euro 4.

Anexa nr. 2 - Nivelul taxei pentru emisiile poluante in functie de norma de poluare

Norma de poluare ¹⁾	Cilindree Capacitatea cilindrica - cmc -	Nivelul taxei pentru emisiile poluante - euro/1 cmc -
Hibride, electrice		0
Euro 6 2)		
Euro 5	<=1.200	0,065
	1.201-1.400	0,130
	1.401-1.600	0,195
	1.601-2.000	0,260
	2.001-3.000	0,325
	>3.000	0,390
Euro 4	<=1.200	0,50
	1.201-1.400	0,67
	1.401-1.600	0,90
	1.601-2.000	1,80
	2.001-3.000	2,25
	>3.000	2,70
Euro 3	<=1.200	1,30
	1.201-1.400	2,34
	1.401-1.600	3,51
	1.601-2.000	4,68
	2.001-3.000	5,85
	>3.000	7,02
Euro 2	<=1.200	3,00
	1.201-1.400	4,50
	1.401-1.600	6,75
	1.601-2.000	9,00
	2.001-3.000	11,25
	>3.000	15,00
Euro 1	<=1.200	6,60
	1.201-1.400	9,90
	1.401-1.600	14,85
	1.601-2.000	19,80
	2.001-3.000	24,75
	>3.000	29,70
Non-Euro	<=1.200	15,00
	1.201-1.400	23,77
	1.401-1.600	35,62
	1.601-2.000	47,55
	2.001-3.000	70,00
	>3.000	95,10

1) Norma de poluare este cea stabilită prin:
- Regulamentul (CE) nr.715/2007 pentru Euro 5 si Euro 6;
- Directiva 98/69/CE si Directiva 2002/80/CE pentru Euro 3 si Euro 4;
- directivele 94/12/CE si 96/69/CE pentru Euro 2;
- directivele 91/441/CEE si 93/59/CEE pentru Euro 1;

2) Nivelul taxei pentru emisiile poluante (euro/lcmc) se va determina odata cu intrarea in vigoare a Normei Euro 6 pentru inmatriculare, vanzarea si introducerea in circulatie a vehiculelor noi conform Regulamentului (CE) nr. 715/2007.

Implicarea organizațiilor de consumatori

În timpul tranziției la vehiculele electrice preconizate în următorul deceniu, este important ca organizațiile de consumatori să consilieze și să ajute consumatorii cu privire la opțiunile

de mobilitate potrivite pentru acestea. În ceea ce privește mașinile, informațiile la punctul de vânzare pot ajuta cumpărătorii de mașini să opteze pentru mașini mai eficiente din punct de vedere al consumului de combustibil. O etichetă unificată a emisiilor auto în toate țările UE ar ajuta consumatorii să facă acest lucru și ar influența furnizarea de opțiuni mai durabile, cum ar fi mașinile electrice.

Grupurile de consumatori pot completa această activitate oferind oamenilor informații despre consumul real de combustibil / nivelul de emisii ale autoturismelor lor și îi pot sfătui să selecteze cele mai bune vehicule de pe piață. Multe organizații ale consumatorilor fac acest lucru în proiecte precum [Green NCAP](#) sau [MILE21](#).

Există alte evoluții în sectorul auto care pot crea provocări noi și diferite pentru politica consumatorilor. Noile inovații, cum ar fi automatizarea sporită și funcțiile conectate la Internet, ridică un set complet de întrebări cu privire la răspundere, siguranță, protecția datelor, concurență loială și multe altele.

În paralel, consumatorii ar trebui să aibă un acces mai bun la transportul alternativ respective, cum ar fi transportul public, mobilitățile active (mersul pe jos și cu bicicleta) sau micro-mobilitățile. Întregul nostru sistem de mobilitate trebuie regândit pentru a oferi consumatorilor alternative mai eficiente și mai durabile.

Exemple sau instrumente naționale pentru educarea consumatorilor și implicarea în mobilitate durabilă

Testarea modelelor de mașini „mai ecologice” (mașini electronice și alegerea combustibilului)

- **Test Achats, Belgia:**

- compararea mașinilor pentru a face cea mai ecologică alegere
- sfaturi pentru stil de condus mai ecologic

- o **MILE21** - „mai multe informații mai puține emisii” - oferă consumatorilor date reale despre consumul de combustibil al autoturismelor, ajutându-i să ia decizii de cumpărare bine informate pentru vehicule mai eficiente
<https://www.mile21.eu/about>

- o **Green NCAP** - compararea mașinilor - <https://www.greenncap.com/>

- **Promovarea transportului public**

- **Forbrugerrådet Tænks, Danemarca** - Proiectul „Pulsul pasagerului” ajută consumatorii cu transportul public.
- **vzbv, Germania** - Efectuarea de studii privind revendicările legale cu privire la accesibilitatea locului de reședință prin transportul public ar putea arăta și conectarea cu noile moduri de transport public (de exemplu, transportul în comun): [https://www.vzbv.de/dokument / mobil-bleiben-auch-ohne-auto](https://www.vzbv.de/dokument/mobil-bleiben-auch-ohne-auto)

- **Campanie pentru îmbunătățirea drepturilor pasagerilor**



- **Procese collective**

- **Cazul Volkswagen** - Când Volkswagen a fost expus cu ajutorul software-ului „dispozitiv



de invalidare” în vehiculele sale, simulând în mod eficient producția de emisii mai bune, astfel încât mașinile să fie vândute și para ca a îndeplinit standardele de poluare, organizațiile consumatorilor la nivel național și BEUC la nivel european au lucrat împreună pentru a ajuta consumatorii să fie despăgubiți și să își facă vehiculele în conformitate cu cerințele legale..

Grupurile de consumatori din Germania, Lituania, Slovenia, Slovacia, Elveția, Belgia, Italia, Portugalia și Spania au lansat acțiuni de grup împotriva VW.

- **Educația consumatorilor și cercetarea**

- **Citizens Advice UK** - a organizat o serie de ateliere cu privire la modul de încărcare eficientă a unui vehicul electric (de exemplu, modul în care consumatorii ar putea profita de „tarifele inteligente” pentru a-și optimiza consumul de energie electrică și a economisi bani). Urmăriți videoclipul:

<https://www.youtube.com/watch?v=i3KkP0Aohl8&feature=youtu.be>

Resurse suplimentare - fișe tehnice, publicații, linkuri

- **Document privind poziția BEUC cu privire la modul în care politica consumatorilor poate ajuta la curățarea transporturilor în Europa:**

https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-065_fossil_fuelled_mobility.pdf

- **Fișă informativă BEUC privind mobilitatea durabilă:**

<http://www.beuc.eu/sustainability/sustainable-mobility>

- **Fișă informativă BEUC privind accesibilitatea mașinilor electrice:**

https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-036_making-electric-cars-convenient-across-europe.pdf

- **Fișă informativă BEUC privind accesibilitatea mașinilor electrice:**

https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018_113_when_will_electric_cars_be_an_affordable_option_for_european_consumers_-_a5_format.pdf

- **Document privind poziția BEUC pentru a face mașinile electrice mai convenabile:**

https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-032_making_electric_cars_convenient.pdf

5. ALIMENTE DURABILE

De ce este important pentru consumatori?

Un număr tot mai mare de consumatori sunt dispuși să mănânce alimente care sunt bune pentru sănătatea lor și bune pentru planetă. Aceasta este tendința încurajatoare care a reieșit dintr-un sondaj privind atitudinea consumatorilor față de alimentele durabile, publicat de BEUC în iunie 2020.²⁷ Sondajul, care centralizează răspunsul a 11 țări, a constatat că două treimi dintre europeni sunt dispuși să-și schimbe obiceiurile alimentare din motive de mediu. Cu toate acestea, a arătat, de asemenea, că consumatorii se confruntă cu obstacole în transformarea cuvintelor lor în fapte. Prețul, lipsa cunoștințelor, informațiile neclare și alegerea limitată a opțiunilor durabile sunt ceea ce spun majoritatea consumatorilor care îi împiedică să mănânce mai durabil.

Sustenabilitatea alimentelor se reduce la satisfacerea nevoilor alimentare ale populației, cu cel mai mic impact asupra mediului, oferind în același timp opțiuni de alimentație sănătoasă. Acest subiect include

- 1- Cum se evită risipa de alimente și
- 2- Cum să faci alegerea durabilă ușoară și accesibilă pentru consumatori.

Risipa alimentară

Conform estimărilor Comisiei Europene²⁸, aproximativ 88 de milioane de tone de alimente sunt irosite anual în UE. Pe baza datelor disponibile, jumătate din aceste deșeuri (53%) apar la nivelul gospodăriei²⁹.

Cu toate acestea, risipa de alimente este o responsabilitate comună pe întregul lanț alimentar. Sunt necesare acțiuni la toate nivelurile, inclusiv: abordarea supraproducției la nivelul fermei și a produselor / ambalajelor deteriorate la nivel de fabricație; prevenirea ruperilor lanțului de frig în timpul transportului și a manipulării și gestionării deficitare a stocurilor la nivelul comerțului cu amănuntul; abordarea ambalajului rău sau deloc pentru consumatori, a obiceiurilor proaste de cumpărare sau a depozitării necorespunzătoare a alimentelor la nivel de consumator etc.

Pe lângă impactul negativ asupra mediului, risipa de alimente este inacceptabilă din punct de vedere etic, dar are și consecințe financiare pentru consumatori. În fiecare an, în medie, o familie belgiană aruncă alimente perfect comestibile în valoare de aproximativ 300 €³⁰. În

²⁷ BEUC (2020). [One bite at a time: consumers and the transition to sustainable food.](#)

²⁸ http://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/index_en.htm

²⁹ FUSIONS, 2015.

³⁰ Test-Achats 589. Gaspillage alimentaire. September 2014.

Marea Britanie, în fiecare lună, familia medie aruncă aproape 60 de lire sterline de mâncare pe care a cumpărat-o, dar nu a mâncat-o.³¹

Cercetările arată că alimentele cele mai irosite de gospodăriile UE constau în fructe și legume (în special salată proaspătă), produse de panificație, carne și pește, produse lactate, alimente uscate (paste, orez) și condimente³². Deșeurile alimentare la domiciliu sunt legate în mare parte de rutinele³³ legate de alimente, inclusiv rutinele de cumpărături (adică achiziționarea de porții de alimente supradimensionate) și rutinele privind utilizarea (sau neutilizarea) resturilor (cu cantitatea de resturi afectată de porțiile de mâncare care au fost cumpărate). Potrivit unui sondaj la nivelul UE³⁴, 58% dintre respondenți au indicat că disponibilitatea porțiunilor mai mici în magazine i-ar ajuta să reducă risipa de alimente. Un studiu³⁵ recent realizat de Comisia Europeană estimează, de asemenea, că până la 10% din deșeurile alimentare ale consumatorilor sunt corelate cu marcarea datei din cauza interpretării greșite a consumatorilor, dar și din cauza utilizării incoerente sau necorespunzătoare a datelor de „utilizare până la” și „cel mai bun înainte” de către producătorii de alimente și comercianții cu amănuntul.

Efectuarea de alegeri sănătoase și durabile, ușoare și accesibile pentru consumatori

Asigurarea faptului că alegerile alimentare sănătoase și durabile sunt opțiunea ușoară pentru consumatori înseamnă:

- Îmbunătățirea accesului consumatorilor la produse mai durabile la un preț accesibil
- Crearea unui mediu care să susțină alegeri alimentare sănătoase și durabile, de exemplu prin /

- o Creșterea disponibilității și a gamei de produse alimentare durabile.

- o Restricționarea marketingului și publicității alimentelor nesănătoase pentru copii

- o Furnizarea consumatorilor cu informații dintr-o privire despre valoarea nutrițională a alimentelor printr-o etichetă obligatorie din fața ambalajului (Nutri-Score).



³¹ WRAP 'Love Food, Hate Waste' campanie. <http://england.lovefoodhatewaste.com/content/5-sure-fire-ways-save-money-your-food-bills>

³² Ministerul Federal German al Alimentației și Agriculturii (2012). http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Ernaehrung/WvL/Studie_Lebensmittelabfaelle_Langfassung.pdf?__blob=publicationFile

³³ Crem, bureau voor duurzame ontwikkeling, raport (2013).

³⁴ Stancu, 2015; Stefan et al, 2013

³⁵ Flash Eurobarometer 316 (martie 2011). Atitudinile europenilor față de eficiența resurselor/ Comisia Europeană (2018). [Market study on date marking and other information provided on food labels and food waste prevention.](#)

o Asigurarea faptului că alimentele bogate în grăsimi, zahăr și / sau sare nu mai pot pretinde beneficii pentru sănătate.

o Îmbunătățirea informațiilor consumatorilor cu privire la originea alimentelor

- Combaterea unor afirmații alimentare durabile false (adică spălarea verde) prin asigurarea faptului că etichetele de durabilitate alimentară sunt clare, lipsite de ambiguitate, fiabile, verificabile, nu înșelătoare și testate de utilizator.

Agenda politică la nivel UE

În ceea ce privește **risipa de alimente**, în septembrie 2015, ca parte a Obiectivelor de dezvoltare durabilă pentru 2030, Adunarea Generală a Organizației Națiunilor Unite a adoptat un obiectiv de reducere la jumătate a deșeurilor alimentare pe cap de locuitor la nivel de retail și consumator și de reducere a pierderilor de alimente de-a lungul lanțurilor de producție și aprovizionare. Planul de acțiune al Comisiei Europene pentru economia circulară³⁶ adoptat în decembrie 2015 subliniază acțiunile pentru a sprijini realizarea acestui obiectiv:

- A fost creată o platformă³⁷ (Platforma UE privind pierderile de alimente și risipa de alimente), care reunește instituțiile UE, experți din țările UE și părțile interesate relevante, pentru a sprijini toți actorii în definirea măsurilor necesare pentru prevenirea risipei de alimente, schimbul de bune practici și evaluarea progreselor realizat în timp.

- A fost elaborată o metodologie comună a UE pentru a măsura în mod consecvent risipa alimentară de-a lungul lanțului de aprovizionare cu alimente.³⁸

- A fost inițiată o lucrare la nivelul UE pentru a examina modalitățile de îmbunătățire a utilizării marcatului de dată de către actorii din lanțul alimentar și înțelegerea acestuia de către consumatori, în special etichetarea „cel mai bine înainte”.³⁹

Strategia UE de la fermă la furcă⁴⁰ pentru un sistem alimentar echitabil, sănătos și ecologic a fost publicată la 20 mai 2020. O componentă majoră a Acordului verde global, acesta vine împreună cu un plan de acțiune care cuprinde 27 de măsuri care deschid calea pentru o producție alimentară mai ecologică, diete mai sănătoase și mai durabile și mai puține deșeurile alimentare. Aceste măsuri - multe încă fac obiectul unor studii suplimentare, consultări și alte evaluări de impact - includ în special:

- O propunere de etichetare nutrițională obligatorie armonizată din partea din față a ambalajului pentru a permite consumatorilor să facă alegeri alimentare conștiente de sănătate (până la Q4 2022).

³⁶ http://ec.europa.eu/priorities/jobs-growth-investment/circular-economy/docs/communication-action-plan-for-circular-economy_en.pdf

³⁷ https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/eu-platform_en

³⁸ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ:L:2019:248:TOC>

³⁹ https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/date_marking_en

⁴⁰ https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf

- O propunere de a solicita indicarea originii pentru anumite produse (până la Q4 2022).
- O propunere pentru un cadru durabil de etichetare a alimentelor care să permită consumatorilor să facă alegeri alimentare durabile (până în 2024).
 - Profiluri nutritive pentru a restricționa utilizarea mențiunilor nutriționale și de sănătate ale alimentelor bogate în sare, zahăr și / sau grăsimi (până la Q4 2022).
- O propunere de obiective la nivelul UE pentru reducerea deșeurilor alimentare (2023).
 - O propunere pentru o revizuire a normelor UE cu privire la marcarea datei (date de „utilizare până la” și „cele mai bune înainte”) (Q4 2022).
- Inițiative pentru a stimula reformularea alimentelor procesate, inclusiv stabilirea nivelurilor maxime pentru anumiți nutrienți (Q4 2021).
- Work has been initiated⁴¹ at EU level to examine ways to improve the use of date marking by actors in the food chain and its understanding by consumers, in particular "best before" labelling.

Agenda politică la nivel național

Legea nr. 217/2016 privind diminuarea risipei alimentare, cu normele metodologice de aplicare aparute în 30.01.2019, Măsurile vizează toți operatorii economici implicați în activitatea de alimentație, însă sunt facultative, dar cei care le aplică pot beneficia de anumite facilități fiscale.

Cine poate dona alimente conform legislației în vigoare?

Operatorii economici din sectorul agroalimentar care aplică măsurile de prevenire a risipei alimentare sunt definiți de Lege prin raportare la Regulamentul (CE) nr. 178/2002 al Parlamentului European și al Consiliului din 28 ianuarie 2002. Conform Regulamentului citat: operatorul economic în domeniul alimentar este reprezentat de persoanele fizice sau juridice care răspund de îndeplinirea cerințelor legislației în domeniul alimentar în cadrul întreprinderii cu profil alimentar aflată sub controlul lor”, iar întreprinderea cu profil alimentar este reprezentată de orice întreprindere, indiferent dacă are sau nu drept scop obținerea de profit și indiferent dacă este publică sau privată, care desfășoară oricare dintre activitățile legate de orice etapă de producere, prelucrare și distribuție a alimentelor”

Ce benefici poți avea?

Operatorii economici care transferă alimente prin donare vor beneficia de facilități fiscale în temeiul Codului Fiscal, în principal prin deducerea cheltuielilor cu alimentele donate din impozitul pe profit, scăderea bazei impozabile. Conform Legii: „Operatorii economici care transferă alimente prin donare, în baza prezentei legi, beneficiază de facilități fiscale, așa cum sunt acestea reglementate de prevederile art. 25 alin. (4) lit. c), pct. 4, 5 și 6 din Legea nr. 227/2015 privind Codul fiscal, cu modificările și completările ulterioare”

⁴¹ https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/date_marking_en

Implicarea organizațiilor de consumatori în alimentația durabilă

În funcție de capacitatea și resursele acestora, există o gamă largă de activități pe care organizațiile de consumatori le pot angaja pentru a evita risipa de alimente și pentru a face alegerea alimentelor sănătoase și durabile mai ușoară pentru consumatori:

- **Creșterea gradului de conștientizare:** prin articole pe care le publică în revistele lor / pe site-urile lor web și prin campanii pe care le desfășoară, organizațiile de consumatori contribuie la sensibilizarea consumatorilor cu privire la aspecte precum risipa ⁴²de alimente sau impactul asupra mediului al obiceiurilor noastre alimentare.⁴³

- **Sprijinirea schimbărilor de comportament:** organizațiile consumatorilor pot oferi sfaturi simple consumatorilor pentru a-i ajuta să schimbe comportamentul. De exemplu, aceasta include furnizarea de recomandări de depozitare a alimentelor și idei de rețete pentru reutilizarea resturilor⁴⁴, ajutarea consumatorilor să înțeleagă mai bine diferența dintre datele de „utilizare până la” și „înainte de data”⁴⁵, sfătuirea părinților cu privire la cele mai sănătoase gustări școlare⁴⁶ pentru copiii lor sau ajutând consumatorii să afle care pește este mai durabil.⁴⁷

- **Promovarea reglementărilor care fac alegerea sănătoasă și durabilă mai ușoară pentru consumatori:** organizațiile de consumatori au un rol cheie de jucat în asigurarea faptului că legile UE și naționale care modelează sistemele noastre alimentare și ceea ce se termină pe farfurii consumatorilor favorizează producția agricolă și alimentară durabilă și creează un mediu alimentar în care alegerea sănătoasă și durabilă este cea mai ușoară.

- **Utilizarea noilor medii și tehnologii pentru a ajunge la consumatori:** organizațiile de consumatori folosesc din ce în ce mai mult noile medii și tehnologii (aplicații pentru smartphone-uri, postări și videoclipuri Facebook, Twitter, forumuri de discuții etc.)⁴⁸ pentru a ajunge la consumatori ⁴⁹- în special cei mai tineri - și susțineți-i în eforturile lor de a adopta obiceiuri alimentare mai sănătoase și mai durabile. În funcție de capacitatea și resursele acestora, există o gamă largă de activități pe care organizațiile de consumatori le pot angaja pentru a evita risipa de alimente și pentru a face alegerea alimentelor sănătoase și durabile mai ușoară pentru consumatori:

⁴² OCU (2017). [No tires la comida!](#)

⁴³ CLCV (2020). [Manger durable.](#)

⁴⁴ Federația francofonă a consumatorilor (2012). [Gestionarea resturilor tale: rețetele FRC.](#)

⁴⁵ OCU (2018). [10 alimentos que se pueden comer “caducados”.](#)

⁴⁶ Test-Achats/Test-Aankoop (2019). [Comment choisir une collation saine ? Pour les enfants.](#)

⁴⁷ UFC – Que Choisir (2018). [Pêche durable. Manger des poissons en bonne conscience.](#)

⁴⁸ A se vedea, de exemplu, [aplicația dezvoltată de Forbrugerrådet Tænk](#) (în parteneriat cu un grup de organizații) pentru a ajuta consumatorii să reducă risipa de alimente acasă.

⁴⁹ A se vedea, de exemplu, [campania Facebook](#) Forbrugerrådet privind risipa de alimente.

Exemple sau instrumente naționale pentru educarea și implicarea consumatorilor

- **Portugalia- Green Chef-** Invită școlile membre ale DECOJovem să producă videoclipuri cu rețete culinare realizate din resturi de mese și / sau cu o mai bună utilizare a alimentelor, cu scopul de a sensibiliza tinerii consumatori cu privire la importanța combaterii deșeurilor și adoptarea unor comportamente de consum.

- **Portugalia „Pește bucătar”** - Invită școlile să producă videoclipuri cu rețete culinare de pește, dezvăluind alegeți sănătoase și durabile, în ceea ce privește consumul de produse din fructe de mare, video-uri care arată subliniază respectul pentru Ocean și resursele sale.



- **Franța - „Zéro Gâchis Académie”:** Timp de trei luni, 100 de gospodării au fost „antrenate” de organizația de consumatori CLCV (familii, dar și persoane singure, pensionari etc.). În primele cincisprezece zile, gospodăriile au fost invitate să măsoare cantitatea de alimente pe care de obicei le-au irosit. Apoi li s-a oferit recomandări și sfaturi despre cum să reducă risipa de alimente acasă. În general, participanții la proiect și-au redus risipa de alimente cu mai mult de jumătate (59%).

- **Portugalia „Prea mult plastic”** - Este o inițiativă care a fost dezvoltată anul trecut din iunie până în noiembrie. Consumatorii au fost invitați să trimită fotografii cu bunuri și produse ambalate în plastic excesiv. Apoi, organizația de consumatori a contactat furnizorii pentru a solicita măsuri privind reducerea ambalajului excesiv.

- **Belgia - Concurs de redenumire „Doggy Bag”:** Test-Achats / Test-Aankoop a făcut echipă cu trei orașe belgiene pentru a promova utilizarea sacilor pentru câini în rândul consumatorilor belgieni. Din motive culturale, practica nu era obișnuită în Belgia și mulți consumatori s-au simțit inconfortabili cerând să-și aducă resturile acasă atunci când mănâncă afară.

Trois villes adoptent le Rest-O-Pack contre le gaspillage



Un concurs a fost organizat pe rețelele de socializare pentru a redenumi cuvântul englezesc „doggy-bag” în flamandă și franceză, pentru a ajuta la popularizarea practicii în rândul consumatorilor belgieni.

Resurse suplimentare - fișe tehnice, publicații, linkuri

- Scrisoare deschisă de BEUC privind strategia Farm to Fork https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-092_csos_open_letter_on_the_farm_to_fork_strategy_to_achieve_sustainable_food_systems.pdf
- Raport BEUC privind sondajul consumatorilor din UE și alimente durabile, iunie 2020: http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-042_consumers_and_the_transition_to_sustainable_food.pdf
- Documentul de poziție al BEUC privind alimentele durabile - un document elaborat de BEUC în 2016 pentru a iniția o discuție despre „alimentele durabile” - a fost elaborat de atunci pe https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-029_ipa_cpe_beuc_position_on_food_sustainability.pdf
- Poziția BEUC privind etichetarea nutrițională pe ambalaj: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-033_front-of-pack_nutritional_labelling.pdf
- Comentariile BEUC către consultarea publică a Comisiei Europene cu privire la Foaia de parcurs privind strategia Ferma la furculiță pentru alimentația durabilă <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12183-Farm-to-Fork-Strategy-/F507869>
- Evaluarea BEUC a strategiei Farm to Fork https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-057_beucs_take_on_farm_to_fork_strategy.pdf

6. SUSTENABILITATEA PRODUSELOR: O ABORDARE CUPRINZĂTOARE A UE PENTRU A FACE PRODUSELE MAI PUȚIN CONSUMATOARE DE RESURSE

Introducere

Uniunea Europeană are o lungă tradiție de a elabora reguli specifice pentru produsele de consum, fie din motive de siguranță, fie din motive de mediu. Acțiunile UE cuprind dezvoltarea de noi legislații, standarde tehnice și informații pentru consumatori. Rolul UE în acest proces nu poate fi supraestimat deoarece, pe o piață internă, aceste reguli se aplică fiecărui producător care introduce produse pe piața UE.

În primii ani ai politicii privind produsele, UE s-a concentrat pe informațiile oferite consumatorilor pentru a consolida cererea de produse eficiente din punct de vedere energetic. Acest lucru a fost făcut, de exemplu, prin intermediul etichetei energetice a UE, introdusă de la mijlocul anilor '80, începând cu aparatele de uz casnic. De la începutul anilor 1990, aceasta a fost completată cu eticheta ecologică a UE, care urmărește în continuare să informeze consumatorii și să-i orienteze către cele mai ecologice produse de pe piață.

Cu toate acestea, doar „oferirea de informații consumatorilor” aduce schimbări limitate și nu poate aborda anumite eșecuri ale pieței, cum ar fi o aprovizionare limitată de produse

durabile. Prin urmare, în anii de după 2005, UE a început să abordeze proiectarea produselor prin stabilirea unor cerințe obligatorii pentru producători prin așa-numitele cerințe de proiectare ecologică. Acest lucru se datorează noțiunii că 80% din impactul asupra mediului al produselor este determinat prin alegerile de proiectare ale unui producător și asupra cărora consumatorul are puțină sau deloc influență.

În primii săi ani, procesul de proiectare ecologică s-a concentrat pe eficiența energetică și alte impacturi esențiale asupra mediului, cum ar fi cantitatea de zgomot și consumul de apă. Acest instrument este în prezent în transformare pentru a aborda în mod sistematic noi provocări, cum ar fi utilizarea materialelor reciclate, prelungirea duratei de viață a produsului și permiterea reparării și întreținerii, demontării, refolosirii și reciclării mai ușoare.

Setul de instrumente al UE privind politica durabilă a produselor cuprinde, de asemenea, diverse instrumente pentru abordarea substanțelor chimice, cum ar fi prin abordarea UE privind înregistrarea, evaluarea și autorizarea și restricționarea substanțelor chimice (REACH), clasificarea, ambalarea și etichetarea substanțelor chimice (CLP), restricția substanțe chimice periculoase (RoHS) și legislația referitoare la reducerea, colectarea, ambalarea și reciclarea deșeurilor.

Din 2015, UE lucrează la o abordare pe scară largă către produse mai durabile prin dezvoltarea și implementarea unei așa-numite economii circulare. De atunci, au fost prezentate două planuri de acțiune cu măsuri concrete, unul în 2015 și unul în 2020. O economie circulară este un sistem care vizează eliminarea deșeurilor și asigurarea utilizării continue a resurselor. Sistemele circulare utilizează refolosirea, partajarea, repararea, recondiționarea, remanufacturarea și reciclarea pentru a crea un sistem cu buclă închisă, minimizând utilizarea resurselor și crearea deșeurilor, poluării și emisiilor de carbon. Economia circulară își propune să mențină produsele, echipamentele și infrastructura utilizate mai mult timp, îmbunătățind astfel productivitatea acestor resurse. Toate „deșeurile” ar trebui să devină „alimente” pentru un alt proces: fie un produs secundar, fie o resursă recuperată pentru un alt proces industrial sau ca resurse regenerative pentru natură (de exemplu, compost). Această abordare regenerativă este în contrast cu economia liniară tradițională, care are un model de producție „ia, realizează, dispune”.



În acest capitol despre politica produselor, vă oferim informații despre următoarele subiecte și de ce acestea sunt importante pentru consumatori:

- Eco-design
- Etichetarea energetică
- Eticheta ecologică a UE
- Produse mai durabile și mai bine reparabile
- Rolul unor drepturi mai bune ale consumatorilor pe durata de viață prelungită a produsului
- Aplicarea regulilor politicii de produs la nivel național
- Viitoarele inițiative politice în cadrul celui de-al doilea plan de acțiune pentru economia circulară pe care UE intenționează să îl dezvolte și să îl pună în aplicare în următorii ani

Nu includem informații cuprinzătoare despre substanțele chimice, deoarece acest subiect ar necesita instruire pe cont propriu datorită naturii sale complexe. Cu toate acestea, pentru acei experți care sunt interesați de acest domeniu, BEUC va putea oferi expertiză în:

- Cadrul de reglementare al UE în materie de produse chimice
- Produse chimice din produsele de larg consum, cum ar fi produse cosmetice, jucării, textile, materiale de contact cu alimentele etc.
- Deficiență în aplicarea la nivel național în ceea ce privește cerințele privind produsele chimice pentru produsele de consum și pericolele aferente pentru consumatori.
- Consecințele negative asupra sănătății legate de produsele care au un impact negativ asupra sistemului hormonal (așa-numitele perturbatoare endocrine) și cum putem reduce expunerea în viața noastră de zi cu zi.



6.1 Ecodesign și etichetare energetică

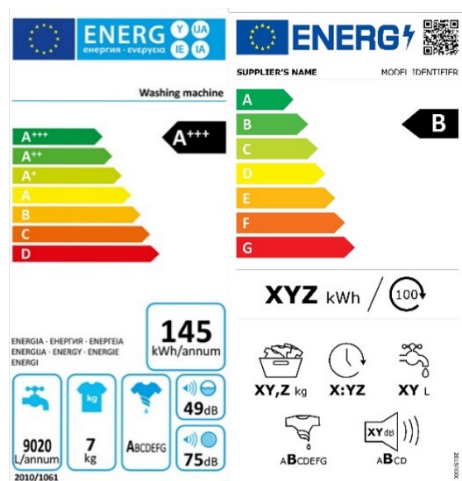
În fiecare lună, consumatorii cheltuiesc o cantitate considerabilă din buget pentru consumul de energie. Astăzi, consumatorii nu numai că dețin produse care consumă mai multă energie, cum ar fi calculatoare, telefoane mobile și televizoare, dar le folosesc pentru ore mai lungi în fiecare zi. Acest lucru a dus la o creștere a facturilor de electricitate.

În aceeași timp, consumatorii se confruntă adesea cu produse care nu pot fi reparate la scurt timp după expirarea garanției, care se defectează prea repede sau care nu pot fi reparate din cauza pieselor de schimb indisponibile. Mulți consumatori trebuie să facă față acestui eșec timpuriu al produselor, numit și „perimare prematură”, care pune o presiune suplimentară pe bugetul lor și pe mediu.

De ce Ecodesign-ul și etichetarea energetică sunt importante pentru consumatori

Directiva europeană privind proiectarea ecologică nu numai că protejează mediul, ci îi ajută și pe consumatori să economisească bani. Potrivit unui sondaj comandat de BEUC în 2016⁵⁰, o gospodărie medie din UE poate economisi până la 330 EUR anual datorită proiectării ecologice deoarece produsele au devenit mai eficiente din punct de vedere energetic în timp.

De asemenea, proiectarea ecologică promovează produse mai performante în ceea ce privește eficiența resurselor pe durata de viață a unui produs, de ex. cerințele de reparații. De asemenea, ia în considerare calitatea și confortul produselor și oferă consumatorilor mai multe informații despre utilizarea durabilă a produselor. Regulamentul privind etichetarea



Left: the old label; right: the new one set to appear on appliances as of 2021.

Sources: European Commission

energetică impune Comisiei Europene să adopte măsuri pentru etichetarea obligatorie pentru grupuri de produse specifice legate de energie, cum ar fi mașinile de spălat și televizoarele. Acest lucru asigură consumatorilor o alegere în cunoștință de cauză cu privire la consumul de energie al produselor în faza de utilizare.

Deși eticheta energetică există de zeci de ani, o revizuire în 2010 a compromis principiile transparenței și a înțelegerii atunci când a introdus clasele suplimentare de A+, A++ și A+++ pe lângă schemă.

Deoarece aceste schimbări au condus la pierderea unor mesaje simple către consumator - cum ar fi „cumpărați verde” sau „cumpărați A” - confuzia în rândul consumatorilor a subminat capacitatea sistemului de a

⁵⁰[http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109benefits of ecodesign for eu households executive summary.pdf](http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109benefits%20of%20ecodesign%20for%20eu%20households%20executive%20summary.pdf)

transforma piețele către aparate mai eficiente. Un nou cadru de etichetare energetică a fost adoptat în 2017 pentru a readuce eticheta cât mai repede posibil cu bine cunoscuta scală de etichetare A-G închisă.

Agenda politică la nivel UE

Printre cele mai importante instrumente pentru consumatori din agenda politică a UE se numără **Directiva privind proiectarea ecologică 2009/125 / CE** și **Directiva UE / UE privind etichetarea energetică 2010/30 / UE**. Aceste două instrumente acoperă produsele legate de energie, de la mașini de spălat, la aspiratoare la cazane.

În martie 2020, UE și-a lansat **planul de acțiune pentru economia circulară**, subliniind că politica durabilă a produselor ar trebui să ia în considerare și durabilitatea produsului, capacitatea de actualizare, reparabilitatea și reutilizarea și că mai multe produse ar trebui să fie acoperite de directiva de proiectare ecologică, în special produsele TIC și textilele.

Procesul UE de îmbunătățire a eficienței energetice a produselor de consum a fost lansat în 2005, ceea ce a condus la adoptarea **Directivei de proiectare ecologică 2009/125 / CE**⁵¹ care stabilește un cadru pentru îmbunătățirea performanței de mediu a produselor, cum ar fi aparatele de uz casnic, de la aspiratoare și iluminat.

Conform actualei directive UE privind proiectarea ecologică⁵², Comisia Europeană este mandată să reglementeze nu numai eficiența energetică, ci și **eficiența resurselor**⁵³ (durabilitate, reparabilitate, reciclabilitate, actualizare etc.) a produselor legate de energie și să adopte măsuri de implementare pentru proiectarea ecologică. Prin optimizarea durabilității produselor, menținând în același timp calitățile lor funcționale, Directiva privind proiectarea ecologică este menită să ofere noi oportunități producătorilor, consumatorilor și societății în ansamblu.⁵⁴

Atât Parlamentul European, cât și Consiliul subliniază importanța proiectării ecologice și a etichetării energetice și au solicitat Comisiei să adopte un nou plan de lucru pentru proiectarea ecologică (2020-2024), care să includă și noi grupuri de produse dincolo de produsele legate de energie, în special produsele TIC.



⁵¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32009L0125>

⁵² Directiva 2005/32 / CE a Parlamentului European și a Consiliului stabilește un cadru pentru cerințele de proiectare ecologică a produselor care utilizează energie și de modificare a Directivei 92/42 / CEE a Consiliului și a Directivelor 96/57 / CE și 2000/55 / CE a Parlamentului European și a Consiliului.

⁵³ Pentru o listă a grupurilor de produse acoperite, consultați: <https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/harmonised-standards/ecodesign/>

⁵⁴ A se vedea Planul de lucru pentru proiectarea ecologică 2012-2014, Documentul de lucru al serviciilor Comisiei, Stabilirea planului de lucru 2012-2014 în conformitate cu Directiva privind proiectarea ecologică, p.1

Consiliul European și Parlamentul European au subliniat⁵⁵, de asemenea, că ar trebui făcută o nouă propunere legislativă pentru un cadru coerent de politică a produselor, care să permită utilizarea mai îndelungată a produselor și să păstreze materialele în ciclul economic cât mai mult posibil.

⁵⁵ A se vedea Rezoluția din 15 ianuarie 2020 ca răspuns la comunicarea Comisiei Europene privind un acord verde european



Agenda politică la nivel național

În România, autoritatea competentă să atribuie eticheta ecologică europeană este MMAF. Legislația comunitară privind eticheta ecologică europeană a fost transpusă în România prin Hotărârea Guvernului nr. 661/2011 pentru stabilirea unor măsuri pentru asigurarea aplicării la nivel național a prevederilor Regulamentului (CE) Parlamentului European și al Consiliului nr. 66/2010/CE din 25 noiembrie 2009 privind eticheta UE ecologică.

Astfel, potrivit reglementărilor în vigoare, eticheta este „un simbol grafic și/sau un scurt text descriptiv aplicat pe ambalaj, într-o broșură sau alt document informativ, care însoțește produsul și care oferă informații despre cel puțin unul și cel mult trei tipuri de impact asupra mediului”. Acest simbol este o dovadă a recunoașterii faptului că produsul respectiv are un impact redus asupra mediului, pe tot parcursul ciclului de viață începând de la proiectarea produsului până când acesta devine deșeu în urma utilizării și necesită eliminare și, în general, are o performanță peste medie. Aplicarea etichetei ecologice europene se face pe produs, ca urmare acesta trebuie să îndeplinească criteriile ecologice.

Trebuie specificat încă de la început faptul că sistemul etichetei ecologice europene este valabil și identic în toată Europa, adică cererile de acordare a etichetei ecologice a UE sunt realizate prin intermediul unei proceduri unice care acoperă întregul Spațiu Economic European. Comisia Europeană a elaborat criterii specifice care vizează toate produsele și serviciile, cu excepția produselor alimentare, băuturilor, produselor farmaceutice și aparaturii medicale.

Cerințele pentru atribuirea eco-etichetării se bazează pe criterii specifice fiecărui grup de produse atestat atât pentru performanța tehnică, cât și pentru calitatea sa ecologică.

Operatorii economici (producători, importatori, prestatori de servicii sau comercianți) care doresc să obțină eticheta ecologică europeană înaintează solicitările către minister. Totodată, aceștia trebuie să depună și dosarul care demonstrează că produsul corespunde exigențelor ecologice, stabilite de Comisia Europeană.

Ministerul Mediului primește solicitarea și informează Comisia Europeană de decizia sa de acordare a etichetei ecologice europene. Apoi, Comisia publică această decizie pe site-ul etichetei ecologice europene.

Comisia Națională pentru Acordarea Etichetei Ecologice, organ consultativ cu rol în evaluarea dosarului necesar pentru acordarea etichetei ecologice, propune modificările corespunzătoare cu privire la informațiile care urmează să fie incluse pentru obținerea etichetei ecologice.

După acordarea drepturilor de utilizare a etichetei ecologice europene, ministerul încheie cu operatorul economic un contract, prin care se stabilesc condițiile de utilizare a acesteia.

Contractul prevede gama de produse vizate, inclusiv eventualele denumiri comerciale sau numere de referință interne ale producătorului. Contractul respectiv stabilește condițiile de utilizare a etichetei ecologice UE, în conformitate cu contractul standard din regulamentul european.

După semnarea contractului de către solicitant, operatorul economic va primi un certificat în care vor fi precizate:

- ✓ numărul licenței care poate fi utilizat cu logoul etichetei ecologice a UE;
- ✓ denumirea juridică a solicitantului;
- ✓ gama de produse pentru care s-a acordat eticheta ecologică a UE;
- ✓ toate denumirile comerciale relevante sub care este vândut produsul.

Important! Testarea și verificarea produselor în procesul de evaluare a performanțelor acestora se realizează de către institute acreditate specializate. Încercările se pot efectua și în alte institute din străinătate, ale căror laboratoare sunt acreditate.

Pe piața românească există, în prezent, conform MMAP, mai multe categorii de produse care au fost etichetate ecologic, astfel că în România sunt furnizate servicii ecologice de cazare turistică, vopseluri de interior și de exterior, broșuri, reviste și textile.

Pentru mai multe informații accesați link-ul <http://ccisv.ro/content/eticheta-ecologica-pentru-produse-si-servicii-ce-trebuie-sa-faca-o-firma-pentru-obtinerea-acesteia/> si <http://www.economie.gov.ro/energie>

Implicarea asociațiilor de protecția consumatorilor

a) Contribuiți la realizarea criteriilor și reglementărilor privind proiectarea ecologică ca părți interesate - Legislația privind proiectarea ecologică impune Comisiei Europene să se consulte cu părțile interesate, inclusiv cu organizațiile consumatorilor, în procesul de stabilire și revizuire a criteriilor de produs pentru proiectarea ecologică și etichetarea ecologică.

Articolul 18 din **Directiva privind proiectarea ecologică** prevede că:

„Comisia se asigură că, în desfășurarea activităților sale, respectă, pentru fiecare măsură de punere în aplicare, o participare echilibrată a reprezentanților statelor membre și a tuturor părților interesate în legătură cu produsul / grupul de produse în cauză, cum ar fi industria, inclusiv IMM-urile și industria meșteșugărească, sindicatele, comercianții, comercianții cu amănuntul, importatorii, grupurile de protecție a mediului și organizațiile de consumatori ”.

Odată cu construirea noului plan de lucru 2020-2024, organizațiile de consumatori au posibilitatea de a contribui la stabilirea de noi criterii pentru grupurile de produse care nu sunt încă acoperite de proiectarea ecologică, cum ar fi produsele TIC, precum și revizuirea măsurilor existente și asigurarea reglementărilor obligatorii.

Prin intermediul Forumului de consultare privind proiectarea ecologică și etichetarea energetică, forum oficial în care aceste politici sunt discutate cu părțile interesate, organizațiile de consumatori au posibilitatea de a comenta aspecte orizontale, inclusiv, dar fără a se limita la:

- Planul de lucru 2020-2024
- Metoda de elaborare a criteriilor de proiectare ecologică (MEErP)
- Sistemul de notare pentru reparații
- Posibila revizuire a Directivei privind proiectarea ecologică 2009/125 / CE
- Eficacitatea supravegherii pieței

b) **Comunicarea noilor scheme și etichete** - Datorită schimbărilor cauzate de etichetare și deoarece vor coexista diferite etichete, informarea și educarea consumatorilor vor fi esențiale pentru a-i ajuta pe consumatori să devină mai familiarizați.

c) **Pledați către factorii de decizie politică** - Interesele consumatorilor vor trebui să fie bine luate în considerare de factorii de decizie politici atunci când elaborează măsuri privind eticheta energetică. Acest lucru poate fi realizat prin:

- Oferirea de contribuții la lucrările tehnice de pregătire și participarea la reuniunile părților interesate atunci când etichetele sunt recalificate.
- Oferirea de sfaturi Comisiei Europene cu privire la modalitatea de a comunica mai bine despre beneficiile etichetei energetice pentru consumatori.
- Participarea la proiecte de promovare a etichetei energetice. De exemplu, organizațiile consumatorilor sunt implicate și conduc proiectul BELT - “Boost the Energy Label Take up” pentru a promova adoptarea unor produse energetice mai eficiente.⁵⁶

Resurse suplimentare - fișe tehnice, publicații, linkuri

- BELT - “Boost the Energy Label Take up”: <https://www.belt-project.eu/>

BELT este un proiect finanțat prin programul UE Orizont 2020 care are ca scop promovarea utilizării unor produse energetice mai eficiente. Obiectivul său este de a facilita perioada de tranziție de la vechea etichetă energetică la cea nouă. Datorită BELT, procesul de tranziție către noua etichetă recalificată va fi realizat mai ușor, oferind instruire și îndrumare tehnică producătorilor, distribuitorilor și comercianților cu amănuntul. Confuzia și erorile în rândul consumatorilor și personalului de achiziții publice și de afaceri vor fi evitate prin campanii de comunicare clare și direcționate. Alte descoperiri ale proiectului vor fi disponibile la BEUC la o dată ulterioară.

⁵⁶ <https://www.belt-project.eu/>

- Economii prin utilizarea Ecodesign, cercetare comandată de BEUC: <http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109-benefits-of-ecodesign-for-eu-households-executive-summary.pdf>

Descoperiri cheie:

- Consumatorii economisesc în fiecare an până la 330 EUR datorită proiectării ecologice. Acest lucru se datorează faptului că legislația UE a permis producătorilor să producă produse mai puțin consumatoare de energie.
- Economiiile consumatorilor pot crește la peste 450 EUR pe an dacă aleg un produs care se află în clasa superioară a etichetei energetice.
- Proiectarea ecologică poate contribui, de asemenea, la îmbunătățirea produselor de consum, cum ar fi realizarea de aspiratoare mai silențioase.

Fișă informativă BEUC pe eticheta energetică - <https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-120-new-energy-label-back-to-the-a-g-scale.pdf>

În martie 2017, instituțiile Uniunii Europene au actualizat eticheta energetică. În viitor, consumatorii vor beneficia de o scară A-G mai simplă, care va înlocui clasele confuze A +, A ++ și A +++.

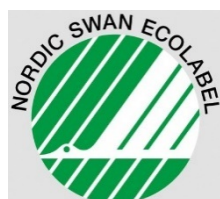
Această fișă informativă evidențiază principalele schimbări, aspecte pozitive și provocări care vor veni odată cu redimensionarea.

6.2 Eticheta ecologica

Eticheta ecologică a UE a fost înființată în 1992 ca o etichetă voluntară la nivel european, concepută pentru a face alegerile mai ecologice și mai sănătoase pentru consumatori.

Peste 77.000 de produse și servicii din 24 de categorii diferite afișează acum eticheta ecologică, cifră care s-a dublat aproape din 2016. Acestea variază de la haine pentru copii și produse de curățare la televizoare, vopsele, șampoane, pardoseli din lemn, hârtie pentru copiat sau cazare. Produsele și serviciile trebuie să îndeplinească o listă de criterii de mediu și de sănătate pentru a putea purta logo-ul florii, variind de la durabilitatea produsului până la expunerea la substanțe chimice toxice.

În UE există alte etichete ecologice recunoscute la nivel național sau regional, care sunt echivalente cu eticheta ecologică UE, cum ar fi lebada nordică în țările nordice, îngerul albastru din Germania sau eticheta ecologică austriacă.⁵⁷



⁵⁷ Pentru un inventar al altor etichete naționale recunoscute oficial în UE, [acest studiu al Comisiei](#) poate fi consultat.

De ce este important pentru consumatori

Eticheta ecologică îi ajută pe consumatori să identifice cu ușurință acele produse și servicii care tind să se încadreze între 10-20% dintre cele mai ecologice. 8 din 10 cumpărători care cunosc eticheta ecologică a UE⁵⁸ au deja încredere în ea.

Eticheta ecologică îi împinge pe producători să facă un efort suplimentar. Într-adevăr, numai acele produse care au performanțe mai bune pentru mediu și sănătate decât cele prevăzute de lege pot avea eticheta. Companiile trebuie să abordeze impactul produsului sau serviciilor luând în considerare întregul lor ciclu de viață, de la producție la reciclare sau eliminare și să se asigure că produsele respectă praguri de performanță de înaltă calitate.

Eticheta ecologică este un reper pentru companiile care doresc să-și îmbunătățească produsele, chiar dacă nu solicită acest lucru. Acesta joacă un rol important în cadrul mai larg al politicii UE în materie de produse, ca instrument de atragere a pieței, ceea ce înseamnă că în jurul consumatorilor obțin produse și servicii mai ecologice.

Eticheta este fiabilă - producătorii pot utiliza eticheta numai după ce o autoritate națională a verificat dacă produsul sau serviciul este de fapt „verde”. Pentru a face acest lucru, ei se asigură că produsul îndeplinește cerințele, care sunt actualizate în mod regulat în funcție de progresul tehnologiei.

Agenda politică la nivelul UE

Noul **plan de acțiune pentru economia circulară** a propus inițiative de reglementare și nereglementare importante care se pot baza pe cerințele stabilite de Regulamentul UE privind eticheta ecologică nr. 66/2010 pentru diferite grupuri de produse și servicii. În special, cadrul de politici pentru produse durabile va extinde **Directiva privind proiectarea ecologică** dincolo de produsele legate de energie. Ar putea integra criteriile de etichetă ecologică existente care se referă la durabilitatea sau înlocuirea substanțelor chimice periculoase în produse precum textile sau mobilier.

Vor fi propuse noi măsuri legislative pentru a sprijini mai bine consumatorii cu informații fiabile și de încredere cu privire la acreditările de durabilitate ale produselor, care ar putea fi o bună oportunitate de a consolida eticheta ecologică a UE. În special companiilor li se va cere să-și justifice cererile ecologice și se vor stabili cerințele minime pentru etichetele de durabilitate. Este prevăzută și o inițiativă legală separată pentru a proteja mai bine consumatorii de spălarea ecologică.

În prezent, Comisia extinde domeniul de aplicare al etichetei ecologice a UE pentru a acoperi produsele financiare cu amănuntul durabile (de exemplu, conturi de economii sau fonduri de investiții) și toate produsele cosmetice. Planul de lucru 2020-2022 ar putea avea în vedere includerea și a serviciilor suplimentare, cum ar fi energia regenerabilă din instalații noi sau panouri fotovoltaice. Cu toate acestea, dincolo de extinderea portofoliului etichetei ecologice, Comisia dorește să se concentreze pe creșterea utilizării de către industrie a criteriilor existente. Va întreprinde activități de marketing și comunicare sporite către

⁵⁸ [Special Eurobarometer 468: Attitudes of European citizens towards the environment](#), noiembrie 2017.

consumatori și cumpărători publici. De asemenea, va îmbunătăți adoptarea etichetei prin stimulente financiare, cum ar fi achizițiile publice ecologice sau, eventual, responsabilitatea extinsă a producătorului. În acest proces, Comisia solicită sprijinul din partea statelor membre și a altor părți interesate, cum ar fi organizațiile de consumatori.

Instituțiile UE și statele membre pot face următoarele pentru a spori etichetarea ecologică:

- Creșterea gradului de conștientizare a publicului și atragerea comercianților cu amănuntul și a companiilor de vârf prin eforturi sporite de marketing.
- Consolidarea sistemului prin includerea mai multor bunuri și servicii relevante pentru consumatori și achiziții publice ecologice.
- Conduceți prin exemplu și procurați produse verzi care sunt certificate cu eticheta ecologică UE sau etichete regionale sau naționale echivalente, cum ar fi Lebăda nordică, Îngerul albastru sau Eticheta ecologică austriacă.
- Păstrarea excelenței ecologice a sistemului, asigurând criterii ambițioase în toate domeniile relevante pentru mediu și sănătate.
- Alocați resurse umane și financiare suficiente pentru a vă asigura că sistemul funcționează corespunzător și crește cooperarea cu etichetele ecologice regionale și naționale recunoscute oficial pentru a optimiza resursele existente.



Agenda politică la nivel național

Guvernul României, prin Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor clarifică etichetarea ecologică și propune agenților economici interesați un plan în 5 pași de obținere a acestei etichete tocmai pentru o transparentizare și eficientizare a procesului de etichetare ecologică în România.

Legislația din România care vizează acest aspect:

- HG nr. 661/2011 privind stabilirea unor măsuri pentru asigurarea aplicării la nivel național a Regulamentului (CE) nr. 66/2010 al Parlamentului European și al Consiliului privind eticheta UE ecologică (M. Of. Partea I, nr. 477/06.07.2011)
- Ordinul ministrului mediului și schimbărilor climatice nr.1718/12.07.2013 privind aprobarea componenței nominale a Comisiei pentru eticheta UE ecologică.

Cei 5 pași către Eticheta Ecologică sunt:

1. Verificarea eligibilității produsului

Produsul/serviciul trebuie să aparțină uneia din grupele de produse/servicii care pot obține eticheta ecologică europeană.

Acesta trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

- potențial ridicat de protecție a mediului
- avantaje competitive pentru producătorii de bunuri și/sau prestatorii de servicii
- cerere mare de consum sau utilizare finală prin volumul de vânzări

2. Verificarea eligibilității companiei

Pot solicita acordarea etichetei ecologice europene operatorii economici:

- producători, importatori, prestatori de servicii, comercianți

3. Contactarea autorității competente

Ministerul Mediului este autoritatea competentă la nivel național, pentru acordarea etichetei ecologice europene.

4. Completarea formularelor de solicitare

Operatorul economic care dorește să obțină eticheta ecologică europeană trebuie să depună un dosar care să demonstreze că produsul corespunde exigențelor ecologice stabilite de către Comisia Europeană.

5. Evaluarea solicitării și acordarea etichetei ecologice europene

Autoritatea competentă primește solicitarea și, dacă criteriile ecologice sunt respectate, informează Comisia Europeană de decizia sa de acordare a etichetei ecologice europene.

Implicarea organizațiilor de consumatori

Unele dintre rolurile cheie pentru organizațiile de consumatori sunt:



- **Să împingă autoritățile publice să facă mai multe activități promoționale**, care pot spori gradul de conștientizare a consumatorilor asupra etichetei ecologice și pot crește presiunea publică pentru bunurile și serviciile care au sigla.
- **Solicitați ca comercianții cu amănuntul și companiile să ofere consumatorilor** mai multe produse cu etichetă ecologică și să susțină afirmațiile lor de mediu prin scheme de certificare fiabile, precum eticheta ecologică a UE.
- **Participați la definirea criteriilor** pentru a vă asigura că numai produsele de excelență ecologică prezintă floarea UE. În calitate de membru al Comitetului pentru etichetare ecologică al UE, BEUC are un cuvânt de spus în dezvoltarea criteriilor de etichetare ecologică și oferă contribuții din partea organizațiilor consumatorilor în procesul decizional. Consiliul UE de etichetare ecologică reunește, de asemenea, Comisia Europeană, statele membre, ONG-urile de mediu, industria și comercianții cu amănuntul.
- **Ajutați la cunoașterea etichetei ecologice**⁵⁹ a UE mai bine și educați consumatorii cu privire la etichetele de încredere și la identificarea companiilor care „își spală” produsele. Odată cu creșterea cererilor pentru produse mai durabile, a existat o creștere a diferitelor inițiative de etichetare a acestora, precum și o creștere a „spălării verzi” care induce în eroare consumatorii în achiziționarea de bunuri care nu sunt atât de ecologice pe cât pretind. În prezent, există peste 500 de astfel de etichete utilizate în întreaga lume⁶⁰ și 3 din 4 produse prezintă o declarație de mediu în UE⁶¹. Drept urmare, consumatorii se simt deseori pierduți atunci când trebuie să aleagă între mai multe opțiuni „verzi” și pot alege neintenționat un produs care este departe de a fi „verde” sau etc.

Resurse suplimentare pe eticheta ecologică

- Fișă informativă BEUC privind eticheta ecologică UE - https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-056_ecolabel_factsheet.pdf
- Fapte, cifre și elemente grafice ale etichetei ecologice UE - <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>
- Infografie UE pe etichetă ecologică - https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/label_you_can_trust.pdf

⁵⁹ Comisia a dezvoltat un set de instrumente digitale cu informații relevante și materiale de comunicare disponibile pentru organizațiile interesate să promoveze eticheta ecologică a UE. BEUC oferă în mod regulat materiale de comunicare care pot fi utilizate de organizațiile de consumatori, cum ar fi campania de primăvară pentru detergenți și produse de curățenie sau campania de sărbători pentru cazările turistice. Organizațiile interesate pot contacta secretariatul BEUC pentru orice întrebări și informații necesare pentru promovarea etichetei ecologice UE.

⁶⁰ [Gruère, G \(2013\), “A Characterisation of Environmental Labelling and Information Schemes”, OECD Environment Working Papers, No. 62, OECD Publishing, Paris.](#)

⁶¹ Ibid

6.3 Perimare prematură

De ce este important pentru consumatori

Modelele actuale de consum sunt marcate de două tendințe: consumatorii dețin mai multe produse decât în trecut și parțial sunt utilizate doar pentru perioade mai scurte. Timpii de utilizare mai scurți și ratele de înlocuire mai rapide conduc la creșterea presiunii asupra resurselor. Studiile care analizează timpul de utilizare al produselor constată că acestea au scăzut în ultimii ani. Cu toate acestea, motivațiile pentru consumatori de a înlocui produsele mai frecvent decât în trecut nu sunt încă pe deplin clare. S-ar putea să fie legat de schimbarea preferințelor consumatorilor, de produsele care cedează timpuriu și de presiunea de marketing care determină consumismul. În mod remarcabil, în ciuda faptului că unele produse sunt înlocuite după un timp scurt de utilizare, mai multe studii indică faptul că consumatorii ar dori ca produsele să dureze mult mai mult și că informațiile referitoare la durabilitatea produselor sunt importante pentru ei.⁶² ⁶³ Mai mult, mulți consumatori sunt frustrați în cazul în care produsele pe care le-au achiziționat nu se ridică la înălțimea așteptărilor lor.⁶⁴ Prea des, mărfurile necesare pentru un stil de viață convenabil, cum ar fi mașinile de spălat⁶⁵, periuțele de dinți electrice⁶⁶, televizoarele⁶⁷, imprimantele și smartphone-urile⁶⁸ se strica la scurt timp după sfârșitul perioadei de garanție⁶⁹ și nu mai pot

⁶² Arbeiterkammer Wien: timpul de utilizare și perimarea bunurilor durabile în epoca accelerării. O investigație empirică în rândul gospodăriilor austriece.

⁶³ Comisia Europeană (2013): Flash Eurobarometer 367 - Atitudinile europenilor față de construirea piețelor unice pentru produse au indicat că „Peste nouă din zece respondenți au fost de acord că ar trebui indicată durata de viață a produselor disponibile pe piață (92%). http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_367_en.pdf

⁶⁴ Aproximativ o treime din toate mașinile de spălat și frigiderele și un sfert din toate aspiratoarele înlocuite în Marea Britanie în fiecare an nu au reușit să îndeplinească așteptările clienților medii pentru viața fiecărui produs. Vezi WRAP: Activat la Value. De ce extinderea duratei de viață a aparatelor și a produselor electronice pentru consumatori și comercializarea produselor uzate poate aduce beneficii consumatorilor, comercianților cu amănuntul, furnizorilor și mediului, <http://www.wrap.org.uk/content/switched-value>.

Într-un sondaj realizat de AK Wien în rândul consumatorilor austrieci, 45% dintre respondenți au declarat că sunt mulțumiți de durata actuală de viață a produselor, dar aproape 30% au declarat că sunt destul de nemulțumiți. http://media.arbeiterkammer.at/wien/PDF/studien/Bericht_Produktnutzungsdauer.pdf

⁶⁵ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/1014_DECO_Portugal.pdf

⁶⁶ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/1013_Test_Achats_Belgium.pdf

⁶⁷ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/0913_Stiftung_Warentest_Germany.pdf

⁶⁸ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/conference/presentations/Gerjan_int_Veld.pdf

⁶⁹ Deși nu există date statistice privind ratele de defalcare pentru întreaga UE, Agenția Federală de Mediu din Germania efectuează cercetări privind durata de viață a produselor. Rezultatele preliminare sugerează că numărul de aparate mici care nu ating o durată de viață de 5 ani este în creștere și că durata de viață a aparatelor mari - deși depășește încă zece ani - este în scădere. Mai mult, peste 10% din mașinile de spălat au realizat în 2013 doar 5 ani de viață sau mai puțin, comparativ cu 6% în 2004. A se vedea: http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/texte_10_2015_einfluss_der_nutzungsdauer_von_produkten_auf_ihre_umwelt_obsoleszenz_17.3.2015.pdf

Prakash, Siddharth; Stamminger Rainer & Ines Oehme (2015): Verificarea caducității: Analiza dezvoltării duratei de viață și a duratei de viață a dispozitivelor electrice și electronice selectate. În: Brönneke, Tobias și Andrea Wechsler: Obsolescența interdisciplinară. Uzura prematură din perspectiva științei și practicii.

fi reparate, ceea ce pune o presiune ridicata asupra bugetelor consumatorilor și asupra mediului în special atunci când se ia în considerare faptul că eșecul timpuriu apare pentru diferite grupuri de produse și poate duce la efecte combinate.

Învechirea este o problemă cu mai multe fațete și poate acoperi eșecul intenționat și neintenționat al produselor din cauza designului deficitar, a incapacității produsului de a fi actualizat cu software nou, întreținut sau reparat. Uneori există, de asemenea, nemulțumirea consumatorilor față de funcționarea actuală a unui produs, care duce la înlocuirea acestuia în timp ce funcționează bine.

Agenda politică la nivel UE

UE a început să abordeze problema produselor care cedează timpuriu prin planurile sale de acțiune pentru economia circulară (a se vedea introducerea și capitolul despre proiectarea ecologică de mai sus). Există o anexă cu un plan de timp și măsuri foarte concrete care vor fi puse în aplicare în următorii ani și care oferă o mulțime de oportunități organizațiilor de consumatori de a contribui cu propuneri concrete care vor aduce îmbunătățiri.⁷⁰

În plus, unele țări din UE au acționat deja în privința aspectelor care pot aborda învechirea prematură:

- ✓ Garanții mai lungi pentru anumite categorii de produse (Olanda, Finlanda, Suedia, Islanda, Norvegia, Irlanda și Marea Britanie).
- ✓ Interzicerea legislativă⁷¹ a planificării unei uzurii morale în Franța⁷² și recente măsuri de punere în aplicare adoptate în Italia și în Franța de către autoritățile naționale pe baza Directivei privind practicile comerciale neloiale.
- ✓ TVA mai mic pentru reparații din Suedia.

Cu toate acestea, alte țări au solicitat abordarea problemelor la nivel european (Belgia și Germania). Acesta este motivul pentru care planul de acțiune pentru economia circulară menționează în mod special combaterea perimării planificate. Planul de acțiune al UE pentru economia circulară conține, de asemenea, planuri pentru măsuri viitoare, cum ar fi:

- **Mai multe produse vor deveni sustenabile.** Datorită viitorului „cadru de politici pentru produse durabile”, se așteaptă ca multe alte produse de consum - cum ar fi smartphone-urile și computerele - să fie mai durabile, reutilizabile, actualizabile, reparabile și reciclabile.

⁷⁰ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0098&from=EN>

⁷¹ În 2018, Autoritatea italiană pentru consum și concurență (AGCM) a amendat Apple și, respectiv, Samsung cu 10 milioane EUR și 5 milioane EUR pentru practici comerciale neloiale (pentru mai multe informații consultați aici). În mai 2020, decizia împotriva Apple a fost confirmată de instanța Lazio din Italia (a se vedea hotărârea [aici](#)).

⁷² În februarie 2020, autoritatea franceză (DGCCRF) a amendat Apple cu 25 de milioane EUR pentru că nu a informat consumatorii despre faptul că actualizarea iPhone-ului lor va afecta performanța dispozitivului, care a constituit o practică comercială neloială (a se vedea aici pentru mai multe informații).

- **Se așteaptă ca sectoarele foarte poluante** - cum ar fi textilele și clădirile - să utilizeze materiile prime mai eficient. Abordarea de a elabora reguli pentru sectoare specifice se inspiră din interzicerea mult discutată a materialelor plastice de unică folosință, pe care instituțiile UE au promovat-o anul trecut într-un timp record.
- **„Dreptul la reparație” al consumatorilor va primi un impuls.** Mai multe produse de larg consum vor trebui să devină ușor de remediat și actualizat. Telefoanele inteligente, aparatele de cafea și imprimantele ar trebui să fie prioritare, deoarece acestea se află pe lista plângerilor consumatorilor din întreaga Europă.
- **Consumatorii vor obține informații mai fiabile despre durabilitate și reparabilitate.** De exemplu, în viitor, companiile ar putea avea nevoie să dezvăluie, la punctul de vânzare, durata de viață a produselor lor sau cât timp vor fi disponibile piese de schimb.
- **Consumatorii vor fi mai bine protejați împotriva** spălării ecologice și a cazurilor de uzură prematură. De exemplu, Uniunea Europeană își propune să abordeze mai bine afirmațiile de mediu nefondate și cazurile de uzura morală.
- **Produsele chimice periculoase** vor fi abordate astfel încât să nu persiste în produsele reciclate.

Comisia Europeană se angajează să creeze o cultură a reparației, iar cele mai recente măsuri de punere în aplicare a directivei privind proiectarea ecologică arată că pot fi luate măsuri concrete pentru a prelungi durata de viață a produsului, permițând „reparația”. Pentru mai multe categorii de produse, furnizarea de piese de schimb trebuie menținută în timp, iar informațiile despre reparații și întreținere trebuie să fie accesibile.

Bazându-se pe măsurile existente, „Dreptul la reparație” european, care va fi aplicat mai întâi produselor TIC, poate acoperi:

- Accesibilitatea la piesele de schimb, cel puțin pe durata de viață a produselor. Extinderea pieselor de schimb la piesele software este posibilă și este în prezent aplicabilă serverelor de întreprindere
- Accesibilitate la manualele de reparații și întreținere
- Proiectare pentru reparabilitate, cu acces ușor la piesele care trebuie reparate
- Informații despre reparabilitatea produsului la punctul de vânzare, posibilitate sub forma unui scor de reparații

Agenda politică la nivel național

Una dintre provocările României este reprezentată de minimizarea pierderilor de resurse care ar putea reintra în circuitul economic prin utilizarea excesivă a depozitării și incinerării. În acest sens, este necesară schimbarea mentalității tuturor părților interesate pentru promovarea unui comportament ecologic. În România se introduc pe piața internă anual aproximativ 1,3 milioane de tone ambalaje, ceea ce determină o obligație de reciclare a 750

000 tone de deșeuri, activitate care este finanțată doar de producătorii și importatorii de bunuri ambalate.

Creșterea potențialului economiei circulare în România poate fi realizată prin:

- informarea și educarea populației pentru a o determina să folosească corect sistemul de colectare separată a deșeurilor;
- implementarea unui calendar de măsuri și instrumente specifice;
- o mai bună recirculare a resurselor la nivelul economiei naționale;
- dezvoltarea platformelor online de tranzacționare a deșeurilor pentru eficientizarea procesului de producție și/sau distribuție;
- crearea unei baze de date online/portal de informare a factorilor interesați privind modalitățile de implementare a economiei circulare.

Economia circulară este parte a economiei verzi, ambele contribuind activ la realizarea obiectivelor de dezvoltare durabilă.

România mai are pași importanți de făcut în direcția promovării economiei circulare, respectiv a unui model național de bună practică, care să contribuie activ la promovarea de noi modele de afaceri durabile.

Rolul organizațiilor de consumatori

Având în vedere complexitatea acestei probleme, organizațiile consumatorilor, alături de academicieni și profesioniști, sunt implicați într-un proiect de cercetare PROMPT,⁷³ privind dezvoltarea unui program de testare a uzurii premature, pentru telefoane mobile, aspiratoare, televizoare și mașini de spălat.

Proiectul PROMPT vizează:

- Consolidarea reclamațiilor consumatorilor cu privire la produsul cu performanțe slabe în ceea ce privește durabilitatea și reparabilitatea prin intermediul platformelor online pentru a colecta feedback cu privire la produsele defectate timpuriu și un web-crawler capabil să scaneze recenziile consumatorilor de produse pe platformele de vânzare cu amănuntul online.
- Furnizarea unei metode de testare care să permită semnalizarea produselor cu performanțe slabe pentru a orienta alegerea consumatorului.
- Informarea industriei cu privire la cele mai bune practici și strategii de proiectare pentru a evita perimarea prematură.

⁷³ <https://prompt-project.eu/>

Alte resurse privind uzura prematură

- ✓ Fișă informativă BEUC privind uzura prematură: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-057_premature_obsolescence.pdf
- ✓ Noul plan de acțiune al UE pentru economia circulară: https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf
- ✓ Foaie informativă PROMPT: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-063_prompt_testing_products_to_promote_longer_lifetime.pdf

Exemple naționale de instrumente - etichetă ecologică și etichetă energetică, Eco Design și uzura prematură

Belgia - Organizația consumatorilor Test-Achats a derulat o campanie de conștientizare video numită „[trop vite usé](#)”, subliniind uzura prematură și ireparabilitatea produselor și determinând consumatorii să se înscrie cu produsele pe care le-au cumpărat, si care s-au stricat repede.



Sfaturi pentru consumatori cu privire la produse:

- **Franța** - Sfaturi pentru consumatori cu privire la [modul de reducere a consumului de energie prin intermediul produselor](#)
- **Spania** - Un studiu care [compară platformele](#) de cumpărare și vânzare de produse second hand

7.1 PUNEREA ÎN APLICARE - SUSTENABILITATEA PRODUSULUI

Practici înșelătoare cu privire la produse ecologice și posibile probleme de aplicare

De ce este important pentru consumatori

Un număr din ce în ce mai mare de comercianți profită de interesul crescut al consumatorilor în materie de mediu și utilizează produse ecologice pentru a se diferenția de concurenții lor. Conform Tabloului de bord⁷⁴ al condițiilor pentru consumatori din UE din noiembrie 2019, mai mult de jumătate din consumatorii din UE sunt receptivi la revendicările de mediu atunci când fac cumpărături.

Consumatorii se confruntă cu o multiplicare a cererilor ecologice. Multe dintre ele sunt îndoielnice (pentru că nu sunt sau nu pot fi justificate) și înșelătoare. Această situație declanșează confuzie și neîncredere în rândul consumatorilor și pune în pericol contribuția lor activă în tranziția către economia verde. Potrivit unui sondaj Eurobarometru publicat în martie 2020⁷⁵ și care se concentrează pe afirmațiile de mediu din sectorul îmbrăcăminte, majoritatea consumatorilor consideră că multe produse sunt ecologice, dar s-ar putea să nu aibă încredere că afirmația este adevărată.

Agenda politică la nivelul UE

La nivelul UE, **Directiva privind practicile comerciale neloiale (Directiva 2005/29 / CE, UCPD)**⁷⁶ este legislația orizontală cheie care se aplică cererilor ecologice. Este punctul de referință utilizat pentru a stabili dacă o cerere este înșelătoare fie în conținutul său, fie în modul în care este prezentată consumatorilor. În afară de interzicerea generală a practicilor înșelătoare, mai multe practici relevante pentru plangerile ce vizează produse ecologice sunt incluse pe lista neagră în anexa 1.

Ca o încercare de a spori eficacitatea UCPD față de afirmațiile de mediu înșelătoare, UE a actualizat, de asemenea, documentul de orientare UCPD în 2016⁷⁷ pe baza activității grupului cu mai multe părți interesate și a documentelor de orientare publicate de mai multe organisme naționale. Pe lângă UCPD, alte legislații specifice ale UE au implicații și asupra revendicărilor ecologice (de exemplu, **Directiva 2012/27 privind eficiența energetică**, **Directiva 2010/31 / UE privind performanța energetică a clădirilor** etc.).

⁷⁴ https://ec.europa.eu/info/publications/consumer-conditions-scoreboard-consumers-home-single-market-2019-edition_en

⁷⁵ <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveyky/2257>

⁷⁶ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>

⁷⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016SC0163>

În septembrie 2019, în scrisoarea de misiune adresată noului comisar pentru justiție Reynders⁷⁸, președinta van der Leyen a subliniat necesitatea „găsiri de noi modalități de a împuternici consumatorii să facă alegeri în cunoștință de cauză și să joace un rol activ în tranziția verde”. În decembrie 2019, **Comunicarea europeană privind acordul verde**⁷⁹ a subliniat că „informațiile fiabile, comparabile și verificabile (...) joacă un rol important în a permite cumpărătorilor să ia decizii mai durabile și să reducă riscul spălării ecologice”. Cu această ocazie, Comisia și-a anunțat obiectivul de a-și intensifica „eforturile de reglementare și non-reglementare pentru a aborda falsele cereri ecologice”. În ianuarie 2020, Summitul UE pentru Consumatori a dedicat un atelier „luptei împotriva spălării verzi” și a discutat despre posibile soluții pe care le poate oferi politica UE în domeniul consumatorilor pentru a soluționa revendicările ecologice înșelătoare. În aprilie 2020, Comisia UE a publicat un nou **plan de acțiune pentru economia circulară**⁸⁰, care include noi măsuri pentru abordarea falselor afirmații de mediu. De asemenea, Comisia a anunțat un nou instrument legislativ pentru „împuternicirea consumatorului pentru tranziția verde”.

Agenda politică la nivel național

În februarie 2020, Franța a adoptat noua sa lege privind economia circulară. Acesta prevede diferite măsuri care au ca scop asigurarea unei mai bune informații pentru consumatori, prevenirea deșeurilor etc. De exemplu, începând cu 1 ianuarie 2021, producătorii și importatorii vor fi obligați să informeze consumatorii cu privire la performanța de mediu a produselor lor, în special cu privire la durabilitatea, reparabilitatea acestora, potențial de reutilizare, utilizare a materialelor reciclate etc. Legea din 10 februarie 2020 privind lupta împotriva deșeurilor și a economiei circulare: <https://www.vie-publique.fr/loi/268681-loi-lutte-contre-le-gaspillage-et-economie-circulaire>

Piața produselor ecologice din România este încă modestă, iar un motiv este și că românii nu cunosc avantajele produselor ecologice pentru sănătate și le consideră costisitoare. Cu toate acestea, cererea de produse certificate ecologic este în mod constant în creștere, în prezent piața internă de produse ecologice aflându-se în expansiune, indică un document oficial. De ce este important: Cota de TVA va fi redusă de la 9% la 5% pentru livrarea alimentelor de înaltă valoare calitativă, respectiv produse montane, bio, tradiționale, autorizate de Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale.

”Piața produselor ecologice din România este încă modestă, întrucât nivelul de conștientizare al beneficiilor aduse sănătății în urma consumului de produse ecologice este scăzut. Consumatorii români nu cunosc avantajele produselor ecologice pentru sănătate și consideră acest lucru drept costisitor. Cu toate acestea, cererea de produse certificate ecologic este în mod constant în creștere, în prezent piața internă de produse ecologice aflându-se în expansiune”, este concluzia Ministerului Agriculturii

⁷⁸ https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/mission-letter-didier-reynders-2019_enpdf.pdf

⁷⁹ https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf

⁸⁰ https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

România este prezentă cu produse certificate ecologic pe aproape toate piețele Uniunii Europene: Italia, Germania, Franța, Danemarca, Olanda, UK, Ungaria, Belgia, Bulgaria, Slovenia, Slovacia, Republica Cehă, Polonia, Spania, Lituania, Grecia, Finlanda, Suedia, Portugalia, Estonia, Norvegia, Letonia.

Produsele comercializate pe piața internă, sunt fructele și legumele proaspete, produse prelucrate din fructe și legume, ceaiuri din plante, pâine, paste, făină, produse prelucrate din lapte de vacă (unt, smântână, cașcaval), ouă, ulei, vin ecologic, miere și produse apicole, carne și produse procesate din carne de vită.

Agenția Națională pentru Achiziții Publice este menționată drept una dintre instituțiile care contribuie la îndeplinirea acestor obiective întrucât, împreună cu Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor, a definit un număr de criterii care pot fi aplicate de către autoritățile contractante pentru a realiza achiziții ecologice. Mai mult, în materialul publicat sunt prezentate date referitoare la numărul de autorități contractante care au realizat achiziții de autobuze electrice sau hibride precum și valoarea totală a acestor contracte.

Rolul organizațiilor de consumatori

În societățile în care conștientizarea importante protejării mediului în rândul consumatorilor crește, mulți comercianți încearcă să profite de acest lucru, atunci când își vând produsele. Ei fac revendicări care nu pot fi justificate. Organizațiile consumatorilor au un rol cheie în protejarea consumatorilor împotriva unor astfel de practici neloiale și, în special, în:

- ✓ Observarea pieței și detectarea oricăror afirmații ecologice care ar putea fi înșelătoare și, prin urmare, ilegale: consumatorii nu sunt adesea capabili să evalueze în mod independent, dacă afirmațiile specifice sunt veridice sau nu și pot cădea cu ușurință într-o capcană de produse care pretind că sunt mai ecologice .
- ✓ Testarea produselor și serviciilor: organizațiile de consumatori au o expertiză unică în evaluarea revendicărilor ecologice specifice justificate și în asistarea consumatorii în alegerea celor mai bune produse.
- ✓ Contestarea cererilor ecologice neloiale și a cazurilor de uzura în fața instanțelor și / sau autorităților publice: organizațiile de consumatori au un rol important în aplicarea normelor care se aplică cererilor ecologice.
- ✓ Educarea consumatorilor despre spălarea verde: Deși consumatorii sunt din ce în ce mai conștienți de impactul achizițiilor lor asupra mediului și doresc să țină cont de acest lucru atunci când aleg un produs, de multe ori nu realizează că unele dintre revendicările sau etichetele prezente pe piață nu sunt fiabile sau neadevărate.
- ✓ Influențarea legislației pentru a se asigura că consumatorii sunt protejați eficient de cererile ecologice înșelătoare: în prezent, la nivelul UE nu există nici o lege specifică care să reglementeze cererile ecologice. Se aplică numai regulile generale ale directivei UCPD. Lipsa siguranței juridice și aplicarea fluxului nu contracarează numărul tot mai mare de creanțe verzi nefondate pe piață.

Resurse suplimentare privind drepturile consumatorilor

- **Document de poziție BEUC: Consumatorii sunt în centrul direcției către durabilitate. Opinia BEUC cu privire la acordul verde european:** http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-012_beuc_position_on_european_green_deal.pdf
- **Document de poziție BEUC: BEUC solicită o interdicție eficientă a cererilor ecologice înșelătoare (va fi actualizată în 2020):** <https://www.beuc.eu/publications/2011-09991-01-e.pdf>

7.2 Drepturile consumatorilor și ceea ce poate contribui la produse mai durabile

De ce este important pentru consumatori

Consumatorii preferă produsele de lungă durată. Potrivit studiului recent⁸¹, aceștia sunt chiar gata să plătească mult mai mult pentru produsele care sunt mai durabile și reparabile.

Mai mult, ei devin din ce în ce mai conștienți de problemele de mediu cu care ne confruntăm și situația de urgență privind schimbările climatice. Ei ar dori să se angajeze mai mult în economia circulară⁸² și cel mai bun mod de a contribui este să cumpere produse de lungă durată.

Legislația consumatorilor îi ajută în realizarea acestor obiective. În termen de doi ani de la achiziționarea unui produs, consumatorii sunt acoperiți de drepturi de garanție legală care se asigură că, în cazul în care produsul lor se defectează, îl pot repara, schimba sau chiar în unele cazuri își pot recupera banii. Astfel de obligații creează un stimulent pentru ca vânzătorii (și indirect producătorii) să opteze pentru produse cu o durată de viață mai lungă.

Agenda politică la nivel UE

Principalele instrumente utilizate de legislația privind protecția consumatorilor în vederea promovării produselor de lungă durată sunt drepturile privind garanția legală.

În prezent, acestea sunt încă reglementate la nivelul UE prin Directiva 1999/44 / CE privind vânzările și garanțiile consumatorilor. Este o directivă de armonizare minimă care oferă consumatorului dreptul la anumite remedii în cazul în care bunul său se defectează. Această directivă stabilește o ierarhie a acestor remedii. În caz de lipsă de conformitate, consumatorul poate solicita în primul rând repararea sau înlocuirea. Dacă acest lucru nu este posibil într-un

⁸¹ Studiu comportamental privind implicarea consumatorilor în economia circulară, octombrie 2018, [raport final](#).

⁸² Ibid

timp rezonabil sau fără un inconvenient semnificativ, el poate solicita și o reducere a prețului sau rezilierea contractului său (ceea ce duce la o rambursare a prețului de achiziție).

Cu toate acestea, în curând va începe să se aplice o **nouă directivă (UE) 2019/771**.⁸³ Noua directivă a adus unele modificări care ar putea contribui la achiziția de produse de lungă durată:

- ✓ Prelungirea perioadei în care se presupune că a existat lipsa de conformitate la momentul livrării (inversarea sarcinii probei) la un an, cu posibilitatea ca statele membre să o extindă la doi ani.
- ✓ Durabilitatea a devenit o nouă cerință obiectivă pentru conformitate.
- ✓ Obligația de a furniza actualizări pentru a se asigura că bunurile cu elemente digitale rămân conforme.
- ✓ A fost introdusă o nouă garanție comercială voluntară de durabilitate - conform căreia producătorul poate fi direct răspunzător față de consumator.

Această directivă este în prezent transpusă în legislațiile naționale ale diferitelor state membre ale UE (cu termenul de transpunere la 1 ianuarie 2021) și va deveni aplicabilă începând cu 1 ianuarie 2022.

În decembrie 2019, ⁸⁴Comisia Europeană a publicat programul “European Green Deal”, unde și-a anunțat obiectivul de a face UE neutră din punct de vedere al emisiilor de carbon până în 2050. Pentru a o atinge, a anunțat o serie de inițiative și în domeniul dreptului consumatorilor. Acestea au fost specificate în continuare în noul **Plan de acțiune pentru economia circulară**⁸⁵, publicat în martie 2020. Planul de acțiune a anunțat o revizuire a legislației UE în domeniul consumatorilor pentru a se asigura că consumatorii primesc informații de încredere și relevante la punctul de vânzare, inclusiv durata de viață a produsului, cu privire la disponibilitate de servicii de reparații, piese de schimb și manuale de reparații. Au fost anunțate mai multe propuneri legislative pentru următorii ani, printre care:

- Propunere legislativă privind abilitarea consumatorilor în tranziția verde (2020)
- Propunere legislativă privind fundamentarea cererilor ecologice (2020)
- Măsuri legislative și non-legislative care instituie un nou „drept la reparație” (2021)

“European Green Deal” a fost anunțat a fi de cea mai mare prioritate pentru Comisarul Ursula von der Leyen, dar din păcate unele dintre inițiativele sale ar putea fi amânate din cauza pandemiei actuale COVID-19.⁸⁶

⁸³ Directiva 2019/771 privind anumite aspecte privind contractele de vânzare a bunurilor.

⁸⁴ https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf

⁸⁵ https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

⁸⁶ Aceasta se referă, de asemenea, la cele două inițiative de mai sus privind abilitarea consumatorilor și cu privire la cererile ecologice care au fost amânate până în 2021. Cu toate acestea, lucrările pregătitoare în cadrul Comisiei sunt în curs de desfășurare și au fost publicate mai multe consultări publice la care BEUC va contribui. Consultările sunt disponibile pe acest site web: https://ec.europa.eu/info/consultations_en

Rolul asociațiilor de consumatori

Organizațiile consumatorilor sunt cei mai importanți supraveghetori ai pieței care îi ajută pe consumatori în căutarea de produse de lungă durată. Cel mai important:

- **Testarea produselor și serviciilor:** organizațiile consumatorilor îi ajută pe consumatori să aleagă produsele cele mai performante și cele mai durabile.
- **Faceți recomandări pentru consumatori:** pe baza rezultatelor testelor, organizațiile de consumatori publică clasamente în diferite categorii de produse și acordă recompense pentru cele mai bune produse.
- **Informați și sfătuiți consumatorii** cu privire la drepturile lor în cazul în care produsele pe care le-au achiziționat sunt defecte, nu își îndeplinesc așteptările
- **Educați și informați** consumatorii despre drepturile lor privind garanție legală prin campanii de conștientizare, articole din reviste, linii de asistență etc.
- **Respectarea drepturilor consumatorilor** în fața instanțelor și / sau autorităților publice
- **Influențarea legislației:** cel mai important, pentru a ne asigura că, consumatorii se pot baza pe garanția produselor pe toată durata de viață a produselor lor.

Resurse suplimentare privind drepturile consumatorilor

- ✓ Document BEUC cu privire la propunerea de directivă privind anumite aspecte privind contractele de vânzare la distanță de bunuri: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-053_csc_beuc_position_paper_on_tangible_goods_proposal.pdf
- ✓ Document BEUC: Bunuri durabile: Produse mai durabile, drepturi mai bune ale consumatorilor: http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-069_sma_upa_beuc_position_paper_durable_goods_and_better_legal_guarantees.pdf
- ✓ Site-ul BEUC privind bunurile de folosință îndelungată: <https://www.beuc.eu/durable-goods>
- ✓ Noul plan de acțiune al UE pentru economia circulară: https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

7.3 Noul regulament de supraveghere a pieței

UE a adoptat în primăvara anului 2019 un nou regulament privind supravegherea pieței.⁸⁷ În timp ce această legislație s-a concentrat în trecut în primul rând pe aspecte privind siguranța produselor, acum a fost extinsă pentru a acoperi anumite aspecte de protecția mediului privind produsele, inclusiv cerințele privind proiectarea ecologică, eticheta ecologică și etichetarea energetică, precum și unele cerințe privind substanțele chimice și deșeurile.

Obiectivul prezentului regulament este :

„îmbunătățirea funcționării pieței interne prin consolidarea supravegherii pieței produselor reglementate de legislația de armonizare a Uniunii (...), în vederea asigurării că numai produsele conforme care îndeplinesc cerințe care asigură un nivel ridicat de protecție a intereselor publice, precum sănătatea și siguranța în general, sănătatea și siguranța la locul de muncă, protecția consumatorilor, protecția mediului și securitatea publică și orice alte interese publice protejate de legislația respectivă sunt puse la dispoziție pe piața Uniunii. '

Acest nou regulament poate fi utilizat de organizațiile de consumatori în multe moduri pentru a îmbunătăți conformitatea cu cerințele de mediu ale produselor:

- În cazul în care organizațiile de consumatori descoperă neconformitate între produse cu cerințele de mediu prin teste de laborator, pot utiliza acest nou regulament ca bază legală pentru a raporta rezultatele testelor de laborator autorităților naționale de supraveghere a pieței și pentru a le cere să ia măsuri împotriva neconformității.
- În plus, noul regulament permite încheierea unor acorduri de cooperare mai formalizate cu părți terțe, inclusiv cu grupuri de consumatori: „autoritățile de supraveghere a pieței pot conveni cu (...) organizații care reprezintă (...) utilizatorii finali cu privire la realizarea de acțiuni comune activități care au ca scop promovarea conformității, identificarea neconformității, sensibilizarea și furnizarea de îndrumări în legătură cu legislația de armonizare a Uniunii în ceea ce privește categoriile specifice de produse, în special categoriile de produse care deseori prezintă un risc serios, inclusiv produse oferite spre vânzare online. '
- Noul regulament impune, de asemenea, Comisiei UE să înființeze rețele de autorități de aplicare în statele membre, astfel încât acestea să colaboreze mai bine în ceea ce privește conformitatea produselor decât în trecut (așa-numita rețea de conformitate a produselor din Uniune). Prin urmare, dacă grupurile de consumatori devin conștienți de produsele neconforme care sunt susceptibile de a fi vândute în multe țări ale UE, aceștia ar trebui să solicite autorităților naționale să împărtășească aceste informații cu alte state membre pentru urmărirea lor pe alte piețe naționale ale UE și să asigure coerența în acțiuni de punere în aplicare pe toată piața internă a UE.
- Grupurile de consumatori pot informa consumatorii prin intermediul revistelor de testare despre produsele neconforme.

⁸⁷ Regulamentul (UE) 2019/1020 privind supravegherea pieței și conformitatea produselor <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019R1020>



This document has been produced under a service contract with the European Commission. The content of it represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.