

## *INTRODUCERE*

**A fi “eco” a devenit mai mult decât o tendință** în ultimii ani.

Omenirea a început să-și îndrepte atenția asupra mediului, să se preocupe de modul cum acțiunile, activitățile pe care le desfășoară afectează mediul.

Creșterea interesului populației față de problemele legate de protecția mediului și înăsprirea cerințelor legislative în acest domeniu a făcut ca multe companii să-și reconsidere responsabilitatea față de mediu și astfel să acorde atenție calității produselor și serviciilor pe care le oferă.

În aceste condiții produsele ecologice/ verzi au căpătat un loc important, toate aceste acțiuni conducând la apariția pieței produselor verzi/ ecologice.

Noțiunea de „produs ecologic” sau „produs verde” se referă la produsele care posedă cele mai înalte criterii ecologice de mediu și care se fac responsabile pentru un impact mai redus asupra mediului.

Un rol important în apariția pieței „produselor ecologice verzi” îl au autoritățile competente care au elaborat o propunere de politică publică de mediu care are drept scop crearea și punerea în aplicare a unui sistem național de consum și producție durabile. Printre aceste acțiuni se regăsesc și activitățile referitoare la ecoetichetarea produselor și serviciilor.

Broșura își propune să prezinte avantajele și importanța etichetei ecologice precum și modalitatea de obținere a etichetei ecologice.



## Proiect LIFE Green PRO



Proiectul "Promoting Green Products" (LIFE+08/INF/RO/000507) - Promovarea Produselor Verzi, finanțat de Comisia Europeană prin programul LIFE+, are drept obiectiv principal realizarea unei campanii de creștere a conștientizării în vederea promovării producției și consumului de produse verzi.

Proiectul Green Pro promovează politica de mediu a UE și uneltele de piață cu privire la produsele fără impact negativ asupra mediului, și principalul avantaj constă în promovarea politicii de mediu a UE precum și a uneltelor voluntare, cum sunt ECO-LABEL, EMAS și premiile UE de afaceri pentru mediu, prin utilizarea de unelte de piață bazate pe o abordare orientată spre consumator.

### Partenerii proiectului:



Universitatea „Vasile Alecsandri” Bacău



Camera de Comerț și Industrie Bacău



European Focus Consulting S.R.L.



Agenția Regională pentru Protecția  
Mediului Bacău



1 TV Bacău



### *Obiectivele specifice ale proiectului*

1. Să ofere informații producătorilor și distribuitorilor cu privire la produsele verzi.
2. Să crească nivelul de conștientizare al consumatorilor referitor la produsele verzi.

### *Activități desfășurate în cadrul proiectului*

- Cercetare de piață pentru identificarea tuturor produselor fără efecte nocive asupra mediului.
- Realizarea unei analize și a unei comparații între produsele „verzi” și alte produse.
- Implementarea unei campanii destinate creșterii conștientizării consumatorilor cu privire la produsele verzi.
- Găzduirea de evenimente informative destinate educării producătorilor/distribuitorilor în ceea ce privește beneficiile financiare ale pieței produselor ecologice.
- Informarea personalului responsabil cu achizițiile publice.
- Promovarea premiilor europene de afaceri pentru mediu (în special categoria a doua dedicată produselor ecologice) prin găzduirea unui eveniment promoțional unde producătorii/distribuitorii vor fi informați despre cum să se pregătească pentru a aplica pentru premiul Uniunii Europene.

**Achizițiile verzi** se traduc printr-o strategie atentă cu privire la ceea ce cumpără autoritățile publice: produse și servicii cu performanță mare din punctul de vedere al protecției mediului și luarea în considerare a impactului de mediu al achizițiilor din sectorul public. Achizițiile verzi înseamnă totodată cumpărarea în funcție de nevoi și evitarea risipei.

Direcționând această putere de cumpărare spre achiziționarea de produse și servicii verzi se pot :

- realiza imense beneficii directe asupra mediului;
- influența orientarea pieței spre produse și servicii verzi;
- stabili exemple pentru consumatori.

Îmbunătățirea imaginii publice a instituțiilor se poate realiza:

- prin implementarea unei politici de achiziții verzi;
- prin puterea exemplului autoritățile publice pot, de asemenea, încuraja companiile din sectorul privat și publicul larg să își schimbe obiceiurile de consum, având în vedere că piața produselor verzi este în continuă creștere.

Fiecare produs sau serviciu cumpărat are impact asupra mediului pe parcursul întregului său ciclu de viață, de la extracția materiilor prime, fabricarea produsului și până la folosirea și eliminarea și/sau reciclarea lui.

**Achizițiile verzi** pot contribui la diminuarea acestui impact, beneficiile fiind simțite atât la nivel local, cât și la nivel global.

Conform definiției date de Comisia Europeană „ Achizițiile ecologice sunt procesele prin care achizitorii publici iau în considerare factorii de mediu atunci când cumpărați produse, servicii sau lucrări, cu scopul de a reduce impactul asupra sănătății umane și asupra mediului înconjurător.”

## PRODUSELE VERZI

Produsele verzi se referă la produsele care prezintă cele mai ridicate criterii ecologice / de mediu, conform schemelor UE de eco-etichetare sau alte instrumente și inițiative similare (ex: EMAS, Energy Star, Carbon Neutru etc).

În sens general, un produs sau serviciu etichetat eco are dreptul să poarte un logo care să susțină că produsul sau serviciul este de o calitate bună din punct de vedere ecologic.

Produsele verzi :

- **NU pun în pericol sănătatea** oamenilor sau a animalelor;
- **NU afectează mediul înconjurător** în nici un stadiu al vieții lor, inclusiv atunci când sunt fabricate utilizate sau eliminate;
- **NU consumă** o cantitate disproporțională de **energie și alte resurse** în timpul fabricării, utilizării sau eliminării;
- **NU cauzează risipă inutilă**, fie ca o consecință a ambalării excesive sau a unei durate scurte de viață;
- **NU implică cruzime față de animale**;
- **NU folosesc materiale** obținute **din medii** sau specii **periclitate**.

**Avantajele achizițiilor verzi:**

- achizițiile verzi oferă, în ansamblu, o mai bună calitate consumatorilor, deoarece acestea încorporează și cerințele de mediu, în timp ce consumul de produse non-ecologice cauzează efecte grave asupra acestuia;
- produsele „verzi” nu sunt întotdeauna mai scumpe decât produsele non-ecologice ;
- o parte dintre consumatori sunt dispuși să plătească o mică sumă în plus pentru a achiziționa un produs verde;
- utilizați informația de piață pentru a vă orienta spre consumatorii conștienți asupra problemelor mediului;
- consumatorii din segmentul pieței verzi au tendința de a fi clienți loiali.

Producătorii, importatorii, prestatorii de servicii și comercianții sunt cei care trebuie să ofere produse/servicii cu impact minim asupra mediului și au rolul de a informa clienții asupra importanței alegerii acestora.

## *ETICHETELE ECOLOGICE*

Conform standardelor ISO relevante referitoare la etichetarea ecologică (ISO 14020, 14021, 14024, 14025), etichetele ecologice pot fi clasificate în următoarele categorii:

- Tipul I: Ecoetichete / Etichete ecologice ;
- Etichete asemănătoare celor de Tip I : Etichete de mediu ;
- Tipul II : Cerințe de mediu ;
- Tipul III : Informații de mediu

### *Tipul I: Ecoetichete / Etichete ecologice*

Eticheta ecologică este un instrument de marketing modern în comunicare care oferă produselor un avantaj competitiv pe piață și permite dezvoltarea pieței de desfacere a acestor produse la nivel european .

Eticheta ecologică este o schemă facultativă, concepută să încurajeze operatorii economici să comercializeze bunuri și servicii cu un impact redus asupra mediului și consumatorii europeni să le identifice ușor.



**ÎNGERUL ALBASTRU** a fost lansat în Germania în anul 1977. Povestea de succes a Îngerului Albastru continuă de aproape 25 de ani. Sistemul de etichetare ecologică include 80 de categorii de produse. Peste 3600 de produse și servicii de la aproximativ 580 utilizatori de etichete din Germania și străinătate sunt îndreptățite să poarte Îngerul Albastru.

Produsul etichetat ecologic este reevaluat la fiecare 2-3 ani. Ingerul Albastru apare mai des pe produsele de hartie, lacuri și vopsele, dar și pe produse care consuma benzina sau gaz.



**LEBĂDA NORDICĂ** este eticheta ecologică nordică oficială. Acest sistem de etichetare ecologică a produselor este comun pentru Suedia, Finlanda, Norvegia și Islanda. Ca și Îngerul Albastru, Lebăda Nordica atestă că un produs respectă mediul, fiind la fel de performant ca și celelalte produse destinate aceleiași folosințe. Logo-ul demonstrează că un produs este o bună alegere din punct de vedere ecologic. Simbolul verde este valabil pentru aproximativ 66 de grupuri de produse.

Această etichetă se regăsește cel mai des pe produsele de hârtie, produsele de întreținere a automobilelor și produsele de curățire a textilelor. Eticheta este de obicei valabilă trei ani, după care criteriile sunt revizuite iar firma trebuie să solicite o nouă licență.

Un produs care poartă Lebăda Nordică îndeplinește standarde de mediu ridicate.

Pentru a se asigura că un produs etichetat cu Lebăda este mereu în vârf din punct de vedere ecologic, criteriile sunt revizuite în mod repetat.

Firmele care solicită o licență pentru a folosi eticheta Lebăda Nordică trebuie să furnizeze rezultatele unor teste independente pentru a dovedi că aceste criterii au fost îndeplinite.



Marca **NF-Environnement** reprezintă eticheta ecologică franceză. Creată în 1991, această marcă este proprietatea AFNOR. AFNOR asigură gestionarea și promovarea acestei etichete. Criteriile de utilizare și de calitate ecologică a produselor sunt înscrise în cadrul unui Regulament Tehnic, specific fiecărei categorii de produse.

Marca NF-Environnement certifică produse care prezintă impact redus asupra mediului și poate fi aplicată, de asemenea, la produse care, prin caracteristicile lor, reduc impactul asupra mediului.



**Eticheta ecologică europeană** este o marcă colectivă de certificare a produselor/serviciilor. Ea aduce consumatorilor dovada indiscutabilă că produsul/serviciul oferit răspunde cerințelor lor și este în conformitate cu normele de calitate și cele de securitate definite în raportul de certificare corespunzător produsului/serviciului.

Etichetarea ecologică operează pe baza unor criterii, pe grupe de produse. O firmă care dorește să obțină eticheta ecologică europeană pentru unul sau mai multe din produsele sale trebuie să solicite acest lucru autorității competente. Dacă produsul îndeplinește cerințele, atunci i se acorda eticheta ecologică europeană.

Scopul introducerii etichetei ecologice a produselor/serviciilor este de a promova produsele/serviciile care au un impact redus asupra mediului, pe parcursul întregului lor ciclu de viață, în comparație cu alte produse/servicii aparținând aceleiași grupe.

Eticheta ecologică europeană a fost creată de Comisia Europeană în anul 1992 și este o schema unică de certificare pentru a ajuta consumatorii să distingă produsele/ serviciile, care nu afectează mediul.





Se poate aplica Eticheta Ecologică atât pentru produse cât și pentru servicii (exceptând produsele alimentare, băuturile, produsele farmaceutice și produsele medicale).

Până acum, criteriile au fost agreate pentru *24 grupe de produse*:

- mașini de spălat rufe, de uz casnic;
  - mașini de spălat vase, de uz casnic;
  - aparate frigorifice;
  - lămpi electrice;
- (toate produsele de mai sus au și eticheta privind reducerea energiei UE)
- aspiratoare;
  - televizoare;
  - computere (PC),
  - laptop – uri,
  - hârtie copiativă și hârtie grafică;
  - hârtie absorbantă;
  - detergenți pentru mașini de spălat de vase;
  - detergenți universali și detergenți pentru grupuri sanitare;
  - detergenți de vase pentru spălare manuală;
  - materiale pentru pardoseli rigide;
- textile;
  - încălțăminte;
  - saltele de pat;
- lacuri și vopsele de interior;
  - amelioratori pentru sol și medii de cultură;
- servicii de cazare turistică;
  - servicii de camping ;
- (grupe de produse pentru sectorul de servicii)
- pompe de căldură;
  - săpunuri și șampoane;



## Energy Star

Energy Star este o etichetă care ajută consumatorii să identifice echipamentele de birou care să le permită să economisească bani și să ajute la protejarea mediului prin economisirea energiei.

Eticheta Energy Star certifică faptul că pentru aparatele care o poartă consumul de energie este sub un anumit nivel.

Info:

EU website: [www.eu-energystar.org](http://www.eu-energystar.org)

US website: [www.energystar.gov](http://www.energystar.gov).



Eticheta Energy Star acoperă aproape toate produsele ce utilizează energie electrică, în timp ce eticheta energetică europeană nu include și calculatoarele. Eticheta ecologică europeană nu se aplică monitoarelor, mașinilor de spălat, mașinilor de spălat vase și frigiderelor. Aceste grupuri sunt în stadiul de "dezvoltare a grupului de produse" la nivelul UE.

## Alte etichete verzi certificate de organisme independente

### Certificarea TCO

Aceasta familie de etichete combina caracteristicile produselor IT, cum ar fi înalta performanță și design-ul ergonomic, cu cele mai severe cerințe de mediu de pe piață. Monitoare, notebook-uri, imprimante și tastaturi care îndeplinesc cerințele stricte pentru consumul de energie, ergonomie de lucru, siguranță de mediu și componente reciclabile în conformitate cu standardele tehnologice actuale, sunt etichetate cu eticheta TCO. Numărul din două cifre de pe etichetă identifică anul în care criteriile de testare au fost stabilite.

Info: <http://www.tcodevelopment.com/>



## Etichetele EPEAT

EPEAT - Electronic Product Environmental Assessment Tool (Instrumentul de analiză de mediu a produselor electronice) reprezintă un sistem de evaluare cuprinzătoare a mediului care ajută la identificarea calculatoarelor și a altor echipamente electronice "verzi".

Info: <http://www.epeat.net/>



## TÜV (EE01, EE02, UE01, UE02)

Marcajele TÜV EE01, EE02, UE01 și UE02 identifică energia electrică produsă din surse de energie regenerabile, ai căror furnizori promovează extinderea utilizării energiei din surse regenerabile.

Info: <http://www.energie-zertifizierung.de>



### *Tipul II:*

Etichetele ce aparțin acestui grup nu îndeplinesc unele dintre cerințele obișnuite ale etichetelor ecologice, principala diferență fiind că aceste etichete nu sunt atribuite de autorități independente. Aceste etichete sunt dezvoltate în interiorul companiilor și pot lua forma unor declarații, logo-uri, materiale publicitare, referinduse la unul dintre produsele companiei.

Companiile dezvoltă propriile etichete ecologice sau cerințe deoarece consumatorii și cei care efectuează achiziții publice devin din ce în ce mai atenți cu impactul asupra mediului a ceea ce cumpără. Din acest motiv, furnizarea informațiilor asupra performanțelor de mediu a produselor și serviciilor devine o opțiune comercială interesantă pentru multe firme. Când o companie face voluntar o declarație proprie referitoare la aspecte de mediu ale unui produs, la un element constituent al produsului sau la ambalaj, ori la procesul de producție a produsului sau ambalajului, în cărțile tehnice sau în materialele publicitare, aceasta este numită cerință de mediu sau cerință verde. O astfel de declarație a producătorului poate furniza informații utile pentru cumpărători și solicitanți dar cerințele verzi nu sunt întotdeauna bine definite și

adevărate cum ar trebui să fie. Dacă informațiile transmise în declarații sunt vagi, înșelătoare sau inexacte, consecința poate fi pierderea încrederii în cerințe și în etichete în general.

Câteva exemple de etichete mai cunoscute:



- etichete privind reciclarea ambalajului



- LG eco-logo



- Phillips eco-logo



- Panasonic eco-logo



- Toshiba eco-logo



Green IT - Fujitsu-Siemens eco-logo

### *Tipul III: Informații de mediu*

Această categorie constă în informații calificate despre produs bazate pe impactul ciclului de viață. Parametrii de mediu sunt definiți de o terță parte calificată, apoi companiile adună informațiile privitoare la mediu sub forma unui raport și aceste date sunt verificate independent. Impactul de mediu este exprimat într-un mod ce face foarte ușoară comparația diferitelor produse și seturi de parametri, de exemplu în scopul achizițiilor publice.

Tipul III de etichete nu evaluează sau nu măsoară performanța de mediu a produselor pe care le descriu, ele prezintă doar date obiective, iar evaluarea este lăsată pe seama cumpărătorilor. Acest tip de etichete se regăsesc doar în 9 țări și necesită tabele cu date speciale referitoare la ciclul de viață, numite „Declarația de mediu a produsului” (EPD).

## *Pași pentru obținerea Etichetei Ecologice Europene*

### 1. Verificarea eligibilității produsului:

- 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 - solicitanți eligibili: producători, importatori, prestatori de servicii, comercianți.

3. Contactarea autorității competente : Ministerul Mediului și Pădurilor.

4. Completarea formularelor de solicitare.

### 5. Evaluarea solicitării.

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

Taxa pentru procesarea cererii de acordare a etichetei ecologice variază între 200-1200 euro.

- întreprinderi mici - maxim este 350 euro;
- întreprinderi mici și mijlocii – maxim este 600 euro;

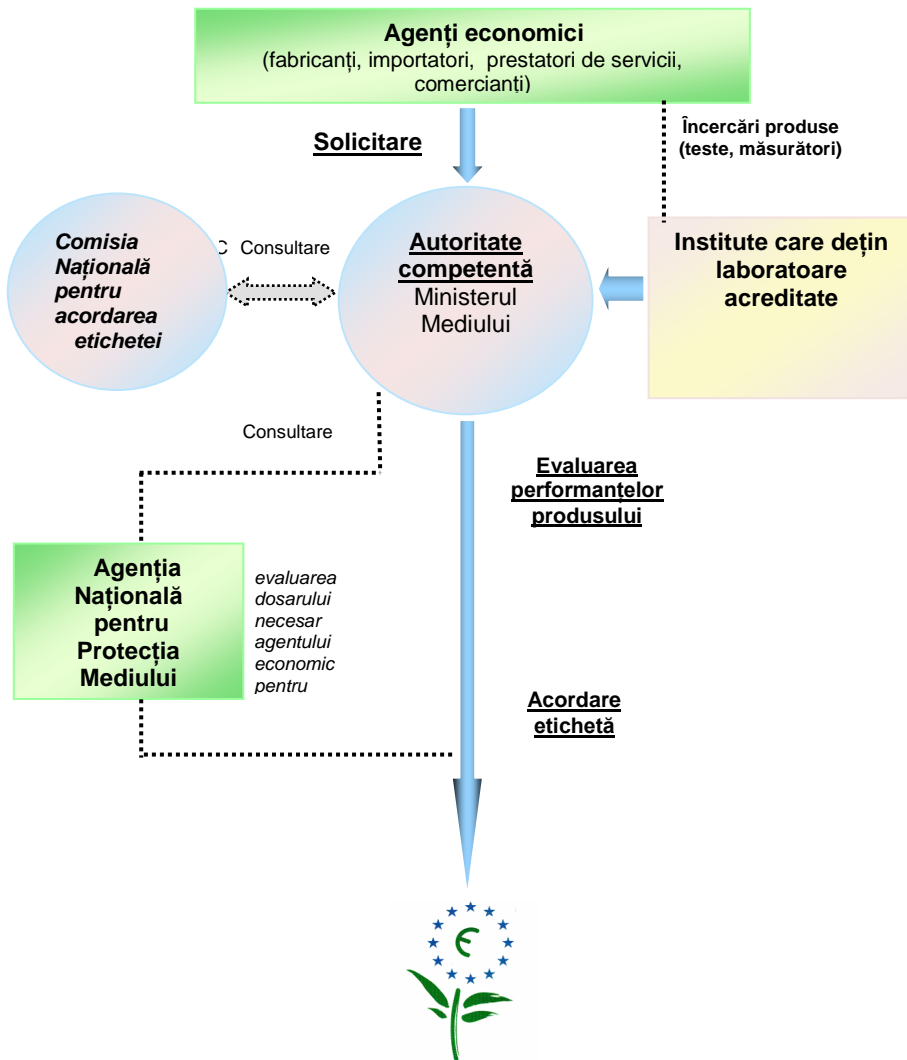
### 6 Acordarea etichetei ecologice europene

Ministerul Mediului și Pădurilor acordă dreptul de utilizare a etichetei ecologice.

7. Semnarea contractului între Ministerul Mediului și Pădurilor și solicitant prin care se stabilesc condițiile de utilizare a etichetei ecologice.

Domenii pentru protecția mediului:

- deșeurile
- poluarea solului
- poluarea apei
- poluarea aerului
- zgomot
- consum de energie
- consum de resurse naturale
- efecte asupra eco-sistemelor



## *AVANTAJELE SCHEMEI DE ACORDARE A ETICHETEI ECOLOGICE EUROPENE*

### ⇒ **Are o dimensiune europeană**

Eticheta ecologică europeană este “pașaportul” care autorizează libera circulație a produselor pe teritoriul european.

### ⇒ **Este selectivă**

Eticheta ecologica este acordată numai acelor produse/servicii cu un impact minim asupra mediului pe parcursul ciclului lor de viață.

### ⇒ **Funcționează pe baza analizei criteriilor**

Criteriile de acordare se bazează pe studii care analizează impactul produsului/serviciului asupra mediului de-a lungul întregului ciclu de viață, începând cu extracția materiilor prime în perioada de pre-producție și continuând cu producția, distribuția și eliminarea finală a acestuia.

### ⇒ **Este voluntară**

Operatorul economic nu este obligat să aplice eticheta ecologică europeană pe produse/servicii. Este o alegere voluntară a acestuia.



## *AVANTAJELE ETICHETEI ECOLOGICE EUROPENE PENTRU OPERATORII ECONOMICI*

### **Sporește încrederea clienților**

Daca obiectivul operatorului economic este acela de a crește fidelitatea clienților și încrederea pentru produsele sale, eticheta ecologica europeana este un real suport, aceasta fiind cel mai bun mijloc de a răspunde întrebărilor din ce in ce mai multe ale consumatorilor, oferindu-le o informare mult mai fiabilă asupra produselor, fondată pe baze științifice.

### **Întărește imaginea firmei**

Eticheta ecologică contribuie la consolidarea poziției firmei în fața clienților, in ceea ce privește angajamentul luat în lupta pentru protecția mediului.

### **Îmbunătățește imaginea de marcă**

Eticheta ecologică reprezintă un “alt semn de calitate” pentru produse, capabil sa îmbunătățească imaginea de marcă.

### ***LEGĂTURI UTILE:***

European Union Eco-label  
Ministerul Mediului  
Ministerul Mediului-  
Site-ul proiectului

<http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>  
<http://www.mmediu.ro>  
<http://www.eco-label.com/>  
<http://www.greenpro.ub.ro>