

## Avizul Comitetului Economic și Social European privind cooperativele și dezvoltarea agroalimentară (aviz din proprie inițiativă)

(2012/C 299/09)

Raportor: dl **Carlos TRÍAS PINTO**

În cadrul sesiunii plenary din 19 ianuarie 2012, în conformitate cu articolul 29 alineatul (2) din Regulamentul de procedură, Comitetul Economic și Social European a hotărât să elaboreze un aviz din proprie inițiativă privind

*Cooperativele și dezvoltarea agroalimentară*

(aviz din proprie inițiativă).

Secțiunea pentru agricultură, dezvoltare rurală și protecția mediului, însărcinată cu pregătirea lucrărilor Comitetului pe această temă, și-a adoptat avizul la 26 iunie 2012.

În cea de-a 482-a sesiune plenară, care a avut loc la 11 și 12 iulie 2012, (ședința din 11 iulie 2012), Comitetul Economic și Social European a adoptat prezentul aviz cu 144 de voturi pentru, 2 voturi împotriva și 4 abțineri.

### 1. Concluzii și recomandări

1.1 În căutarea unui model economic mai sustenabil, mișcarea cooperatistă apare ca o soluție alternativă competitivă și eficientă, care oferă răspunsuri noi la dezechilibrele lanțului valoric al sectorului agroalimentar și care, la rândul său, promovează ocuparea forței de muncă și stimulează lanțurile alimentare locale, securitatea alimentară, participarea și răspunderea socială.

1.2 Este necesară întreprinderea de reforme structurale pe actualele piețe de produse agroalimentare, în conformitate cu provocările ridicate de Strategia Europa 2020 și de alte inițiative comunitare. Circuitele de comercializare convenționale nu oferă transparența adecvată pentru formarea prețurilor, ceea ce provoacă dezechilibre grave în ce privește capacitatea de negociere a actorilor lor, aducând prejudicii producătorilor și consumatorilor (prima și ultima verigă ale lanțului). De asemenea, apar costuri de mediu inutile, ca urmare a unei distribuții ineficiente din punct de vedere energetic, de exemplu în cazul conservării frigorifice a alimentelor proaspete în afara sezonului și al transportării acestora spre piețe foarte îndepărtate de locul de producție.

1.3 Reorganizarea pieței ar trebui să se orienteze către un concept circular, favorizând scurtarea circuitelor de comercializare, pentru îmbunătățirea corelării ofertei cu cererea în cadrul rețelei, care trebuie promovată de la nivelul unităților celor mai elementare, într-un context de inovare, avansat din punct de vedere tehnologic.

1.4 Grație principiilor și valorilor lor intrinsece, cooperativele contribuie la dezvoltarea unor relații comerciale echitabile și bazate pe sinergie, care sprijină reechilibrarea lanțului valoric agroalimentar prin concentrarea eforturilor, optimizarea valorii comune și consolidarea durabilității modurilor de producție și consum.

1.5 Prin urmare, CESE solicită instituțiilor europene să creeze condițiile necesare pentru promovarea modelului cooperatist, prin adoptarea de politici comunitare care să includă măsurile adecvate în domeniile juridic, economic, fiscal, tehnic etc., astfel încât să se garanteze dezvoltarea armonioasă a acestui model.

### 2. Introducere

2.1 Modelul cooperatist impulsionează îmbunătățirea ecosistemului antreprenorial al Uniunii Europene și, în special, democrația economică, contribuind la schimbarea atât de necesară a modelului de producție.

2.2 Anul 2012, declarat de ONU „An internațional al cooperativei”, oferă un cadru ideal pentru a reflecta asupra rolului cooperativei în crearea noului motor de creștere durabilă și favorabilă incluziunii, capabil să facă să se nască din actuala criză o economie socială de piață de înaltă competitivitate<sup>(1)</sup>.

2.3 Sectorul cooperatist în UE este, în realitate, foarte divers. Unele cooperative desfășoară o activitate comercială care nu se distinge prin nimic de cea a rivalilor lor, în timp ce altele combină activitatea comercială cu comportamente „politice” în favoarea consumatorilor, a mediului etc., integrate în strategiile lor de informare sau de vânzare. Trebuie făcută distincția între cooperativele care operează la începutul lanțului valoric (producție) și cele aflate la sfârșitul acestuia (consum), acestea nefiind, adesea, coordonate între ele.

2.4 Reforma structurală a piețelor menită să faciliteze realizarea unui model de producție și consum durabile impune reechilibrarea lanțului valoric agroalimentar<sup>(2)</sup>, atribuind structurilor agricole asociative în general și cooperativei în particular o funcție de reglare și de integrare, care va permite efectuarea ajustărilor și modificărilor necesare, prin intermediul dialogului și al interacțiunii intersectoriale.

2.5 Această abordare contribuie la elaborarea pozițiilor luate de CESE și încearcă să răspundă provocărilor viitoare cu care se vor confrunta politicile comunitare în perspectiva Strategiei

<sup>(1)</sup> Comunicarea Comisiei „Actul privind piața unică” COM(2011) 206 final.

<sup>(2)</sup> Comunicarea Comisiei cu privire la Planul de acțiune privind consumul și producția durabile și politica industrială durabilă, COM(2008) 397 final.

Europa 2020, a noii politici agricole comune, a Planului de acțiune privind consumul și producția durabile și politica industrială durabilă și a Actului privind piața unică.

2.6 În acest sens, trebuie subliniat că prezentul aviz din proprie inițiativă se bazează pe principiul unei creșteri inteligente, durabile și favorabile incluziunii, întemeindu-se pe cunoaștere, economie cu emisii scăzute de carbon<sup>(3)</sup>, capacitatea de inserție profesională și coeziunea socială și teritorială.

2.7 În sfârșit, această propunere contribuie la alte aspecte transversale de o mare importanță pentru politicile comunitare, cum ar fi, printre altele, chestiunile legate de suveranitatea și securitatea alimentară, echilibrul teritorial, menținerea lanțurilor alimentare locale<sup>(4)</sup>, antreprenoriul social, protecția drepturilor și intereselor consumatorilor și participarea directă a societății civile organizate în domeniul agroalimentar<sup>(5)</sup>.

### 3. Observațiile CESE

#### 3.1 Diagnosticul pieței actuale

3.1.1 Funcționarea pieței ar trebui să garanteze furnizarea de produse de tipul și de calitatea dorite de consumatori. Pentru aceasta este necesar ca semnalele consumatorilor să fie transmise de-a lungul întregului lanț valoric și să ajungă nedistorsionate la producători. Din nefericire, în prezent piața este caracterizată în mod frecvent prin linearitate – ceea ce împiedică furnizarea unui feed-back pozitiv – și printr-un grad de complexitate care denaturează misiunea sa, în detrimentul adevăratei sale funcții, și anume furnizarea produselor sale populației în mod cât mai satisfăcător posibil.

3.1.2 Consumatorii solicită, tot mai mult, produse sigure, durabile, rezultate ale unui mod de producție inovator, responsabil, neagresiv față de mediu și fabricate în condiții de muncă și de bunăstare animală corespunzătoare; nu trebuie totuși neglijat faptul că trebuie să se ia în considerare și produsele cele mai puțin costisitoare, întrucât prețul continuă să fie un factor determinant pentru alegerea produselor ce urmează a fi cumpărate. Din nefericire, lanțul valoric agroalimentar nu transmite informația pertinentă între diversele verigi (producție primară, fabricare, înmagazinare, distribuție și vânzare).

3.1.3 Circuitele de comercializare au condus la diluarea relației dintre furnizori și consumatori și, totodată au redus transparența operațiunilor aferente, ceea ce a dus la subevaluarea costurilor de producție, iar prețurile plătite producătorilor sunt, adesea, sub pragul minim necesar pentru supraviețuirea lor economică.

3.1.4 În același timp, slaba putere de negociere și situațiile de dependență captivă în care se află actorii care suportă prețuri inechitabile în raport cu activitatea pe care o desfășoară adâncesc

dezechilibrul care domnește în lanțul agroalimentar<sup>(6)</sup>, perpetuând astfel un comportament aberant al pieței.

3.1.5 În consecință, analiza pieței actuale – necesară în vederea reformei acesteia – scoate la iveală următorul diagnostic: ofertă fragmentată, distribuție concentrată și cerere fluctuantă. Un astfel de context este favorabil dezvoltării speculației.

3.1.6 Nu trebuie uitat că etapa de distribuție include, printre altele, consecințe sociale și de mediu, provocate de transportul pe distanțe lungi, înmagazinarea frigorifică prelungită, delocalizarea întreprinderilor etc.

#### 3.2 Către o piață mai cooperatistă: o abordare centrată pe noi moduri de producție și consum durabile

Identitatea cooperatistă se consolidează prin valori cum ar fi democrația, egalitatea, echitatea, solidaritatea, transparența și răspunderea socială. Alianța Cooperatistă Internațională a stabilit șapte principii pe care trebuie să le urmeze cooperativele: „aderare voluntară și deschisă; proces decizional democratic controlat de membri; participare economică a membrilor; autonomie și independență; educație, formare și informare; cooperare între cooperative și interes pentru comunitate”<sup>(7)</sup>.

O piață cooperatistă în domeniul agroalimentar este piața care se bazează pe un mod de organizare cooperatistă întemeiat pe cererea și oferta din domeniul agroalimentar, precum și pe raporturile de reciprocitate sau de beneficiu reciproc, în căutarea unui lanț valoric mai echitabil și eficient din punct de vedere economic și socio-ecologic. În definitiv, este vorba de configurarea pieței ca joc cu sumă pozitivă, în care toți agenții au de câștigat, maximizând crearea de valori comune, prin înființarea de alianțe și prin înțelegeri pe termen lung între principalii agenți ai pieței (producătorii și consumatorii) în cadrul unor condiții echitabile de concurență leală. Aspectele-cheie pentru reorganizarea pieței, în conformitate cu premisele expuse în acest proiect preliminar de aviz, pot fi rezumate astfel:

3.2.1 **Inversarea piramidei de producție**, pe baza unei abordări cooperatiste transnaționale a cărei mase critice să garanteze anvergura și domeniul de aplicare necesare. Plecând de la producătorii individuali sau familiari, trebuie promovată spiritul asociativ sau cooperatist de bază – element de dinamizare a economiei rurale –, integrând acești producători în structuri mai mari – rețele regionale și poli ai concurenței – care să îi apropie pe agricultori de segmentele din circuitele de comercializare cu cea mai mare valoare adăugată. Această structură de tip cooperatist va permite maximizarea randamentelor și asigurarea diversității cererii, prin scurtarea circuitelor de comercializare între nodurile de producție și consum<sup>(8)</sup>. De asemenea, integrarea cooperatistă<sup>(9)</sup> asigură o mai bună trasabilitate de-a lungul întregului proces, atât în domeniul calității, cât și în cel al formării prețurilor, ceea ce implică, totodată, optimizarea resurselor și o mai mare eficiență.

<sup>(3)</sup> Avizul CESE „Foaie de parcurs pentru trecerea la o economie competitivă cu emisii scăzute de dioxid de carbon până în 2050” JO C 376, 22.12.2011, p. 110-116.

<sup>(4)</sup> Organizația Națiunilor Unite, Adunarea generală „Raport al raportului special privind dreptul la alimentație”, Olivier de Schutter (A/HRC/19/59 – 26 decembrie 2011).

<sup>(5)</sup> Concluziile președintelui Nilsson în urma Conferinței „Food for everyone, către un acord global”.

<sup>(6)</sup> Avizul CESE „Îmbunătățirea funcționării lanțului de aprovizionare cu alimente în Europa” JO C 48, 15.2.2011, p. 145.

<sup>(7)</sup> Avizul CESE „Cooperativele și restructurarea” JO C 191, 29.6.2012 p. 24-30.

<sup>(8)</sup> Comunicarea Comisiei „Politica integrată privind produsele”, COM(2003) 302 final.

<sup>(9)</sup> În acest sens, ca formulă antreprenorială emergentă, **cooperativa integrală** sau **societatea cooperativă de interes colectiv** este o întreprindere care produce bunuri și servicii pentru satisfacerea necesităților colective ale unei regiuni, prim mobilizarea solidară a actorilor interesați.

**3.2.2 Beneficiile sociale cooperatiste.** Beneficiile generate de rețeaua de cooperative revin cooperativilor participante însele, ceea ce le sporește posibilitățile de a-și consolida poziția pe piață, duce la o mai mare capacitate de inserție profesională, un acces mai larg la resursele de bază și la condiții mai favorabile pentru producători și consumatori, favorizând apariția sinergiilor în noul mediu de relații comerciale.

**3.2.3 Concentrarea cererii** <sup>(10)</sup>. Cooperativele de consumatori, la fel ca și promovarea rețelelor de consumatori care reunesc cererea cetățenilor ar trebui să permită facilitarea accesului la produse în condiții de prețuri și de calitate mai avantajoase. Contactul direct cu producătorii se construiește în mod progresiv, de la piețele locale și de proximitate până la optimizarea tranzacțiilor comerciale virtuale online. Această abordare coincide cu obiectivele declarate ale principalelor organizații de agricultori și cooperative agroalimentare ale Uniunii Europene: „Obiectivul constă în stimularea/sprrijinirea inițiativelor agricultorilor care își vând direct produsele consumatorului final (de exemplu, vânzări directe în exploatațile agricole, prin cooperativele agricole, pe piețele locale, prin platforme sau întreprinderi colective sub controlul producătorilor)” <sup>(11)</sup>.

**3.2.4 Model circular** <sup>(12)</sup> de piață pe baza scurtării circuitelor de comercializare. Pentru a se contracara ponderea excesivă a actorilor care nu aduc valoare adăugată lanțului de comercializare a produselor agroalimentare, trebuie promovată alegerea circuitelor de comercializare care apropie cel mai mult unitățile de producție de cele de consum, acestea cuprinzând producătorii primari și respectiv consumatorii finali <sup>(13)</sup>. Astfel se facilitează apariția „buclelor de piață”, care permit o ajustare corespunzătoare a mijloacelor și a costurilor între necesitățile populației și resursele de producție, evitându-se excedente sau deficite care, în plus, pot face prețurile să fluctueze în mod artificial. Toate acestea vor avea ca rezultat o funcționare mai justă, transparentă și echilibrată a lanțului de aprovizionare cu alimente, care va contribui la eradicarea unor practici abuzive și nelioale care pun în pericol concurența autentică.

**3.2.5 Noile tehnologii** <sup>(14)</sup>. Inovarea tehnologică reprezintă piatra de temelie pe care se sprijină perspectiva unei piețe mai cooperatiste, atât în ceea ce privește dezvoltarea inovatoare a tehnicilor de producție alimentară, cât și infrastructura logistică necesară pentru optimizarea eficienței proceselor de comunicare în cadrul punerii în practică a unor rețele inteligente de producție, distribuție și consum (ca forme de organizare cu un înalt nivel de organizare autonomă și flexibilitate evolutivă și care dispun de capacitatea de a învăța să acționeze pentru a-și atinge obiectivele). Caracterul viral, interoperabilitatea și conectivitatea reciprocă a acestor rețele într-un mediu digitalizat va

permite, astfel, înlocuirea intermediarilor superflui. În consecință, noile tehnologii ar trebui să devină instrumentele de configurare a unui proces care să conducă la o mai mare eficiență colectivă, prin aplicarea inovării la lanțurile alimentare și la valoarea lor de transformare.

### 3.3 Cum se poate ajunge la o piață mai cooperatistă

Transformarea globală axată pe producția și consumul responsabil și durabil trebuie privită ca o realitate care include mai mulți actori, în care fiecare dintre grupurile de interes poate să influențeze și să fie influențat de activitatea cooperatistă („coresponsabilitatea social cooperatistă”). O chestiune strategică care trebuie luată în seamă la promovarea modelelor de consum și producție cooperatiste sau intercooperatiste este prevederea unor instrumente și mecanisme instituționale care să permită integrarea modelului în condiții de competitivitate în raport cu lanțul valoric convențional. Unele considerații pot fi utile la luarea de decizii în acest domeniu, și anume:

**3.3.1 Adoptarea de măsuri în cadrul politicilor comunitare.** Trebuie promovate, prin intermediul reformei cadrului juridic și al unei politici adecvate de stimulare, mijloace de susținere a promovării cooperativilor prin agenții de dezvoltare, credit financiar etc., măsuri de integrare și internaționalizare cooperatistă, măsuri de coeziune și inovare socială și măsuri de consolidare a parteneriatelor dintre instituțiile publice și IMM-uri, cooperative, asociații de consumatori sau alte grupări.

**3.3.2 Achiziții publice cooperatiste** <sup>(15)</sup>. Progresele înregistrate în ultimii ani în cadrul achizițiilor publice „ecologice” și, mai recent, în adoptarea de criterii cu caracter etic în cadrul procedurilor de atribuire a contractelor ale administrațiilor publice au avut un efect important asupra dimensiunii sociale și economice a acțiunilor în favoarea durabilității și a cooperării. Caracterul exemplar al achizițiilor publice, precum și importanța volumului de achiziții aflate în joc le conferă acestora funcția de instrument de promovare indispensabil pentru atingerea obiectivelor stabilite. Stimularea circulației fluxurilor de piață între administrațiile publice și rețelele de cooperative poate fi hotărâtoare pentru apariția unui noi model de producție și consum durabil.

**3.3.3 Mărci de calitate** <sup>(16)</sup>. Mărcile de calitate sunt instrumente indirecte de promovare care certifică originea, caracteristicile și calitățile produselor comercializate, scoțând în evidență, în acest caz, valoarea adăugată a aspectului social aferent producției cooperatiste („marca cooperatistă”). Această imagine de marcă scoate în evidență și permite asociațiilor de exploatații agricole să treacă de la o orientare către producție la o orientare către piață.

**3.3.4 Transparența și informarea consumatorilor** <sup>(17)</sup> Atunci când este bazată pe campanii de sensibilizare și conștientizare a cetățenilor în ce privește efectuarea deciziilor de cumpărare în cadrul unei piețe cooperatiste, transparența, în special cea care privește calitatea și trasabilitatea, reprezintă

<sup>(10)</sup> Comunicarea Comisiei „PAC în perspectiva anului 2020: Cum răspundem provocărilor viitorului legate de alimentație, resurse naturale și teritorii”, COM(2010) 672 final.

<sup>(11)</sup> Politica agricolă comună după 2013. Reacția agricultorilor și a cooperativilor agricole din UE la propunerile legislative ale Comisiei (COPA COGECA 2012).

<sup>(12)</sup> Salcedo Aznal, Alejandro. „Societate de consum sau rețele de consumatori? Schiță pentru o analiză socială a consumatorului actual”(¿Sociedad de consumo o redes de consumidores? Esbozo para un análisis social del consumidor actual?) (2008).

<sup>(13)</sup> Comunicarea Comisiei cu privire la Planul de acțiune privind consumul și producția durabile și politica industrială durabilă, COM(2008) 397 final.

<sup>(14)</sup> Avizul CESE „Modelul agricol comunitar: calitatea producției și comunicarea cu consumatorii ca factori ai competitivității” JO C 18, 19.1.2011, p. 5.

<sup>(15)</sup> Comunicarea Comisiei „O nouă strategie a UE (2011-2014) pentru responsabilitatea socială a întreprinderilor” COM(2011) 681 final.

<sup>(16)</sup> Comunicarea Comisiei „PAC în perspectiva anului 2020: Cum răspundem provocărilor viitorului legate de alimentație, resurse naturale și teritorii”, COM(2010) 672 final.

<sup>(17)</sup> Comunicarea Comisiei cu privire la Planul de acțiune privind consumul și producția durabile și politica industrială durabilă, COM(2008) 397 final.

un factor de echilibru în lanțul valoric și are drept consecințe o mai mare simetrie informațională și o acțiune coordonată între producție și consum – necesare pentru eficiența unui model bazat pe durabilitate – conectând în spațiu și timp oferta și cererea în integrarea proceselor de comercializare respective. De asemenea, trebuie acordată prioritate grupărilor de consumatori, precum și rețelelor care duc la concentrarea cererii finale de produse agroalimentare.

**3.3.5 Educarea și formarea în spiritul antreprenoriatului social și al cooperativismului** <sup>(18)</sup> Cu toate că este vorba de un instrument în mod clar proactiv ale cărui efecte nu se observă imediat, el este totuși fundamental pentru consolidarea schimbărilor survenite pe piață. Cunoașterea și asimilarea principiilor cooperatiste în centrele de învățământ nu doar inculcă o atitudine timpurie în favoarea acestui model cooperatist și a cooperativismului ca sursă de încredere; ci permite și difuzarea acestei practici printre părinți, oferindu-le acestora din urmă modele de consum în consonanță cu acțiunile propuse. În acest sens, trebuie insistat asupra importanței deosebite a promovării spiritului întreprinzător în rândul tinerilor pentru stimularea și motivarea lansării și consolidării cooperativelor, fie în faza de producție ori în fazele de comercializare sau de consum. La toate acestea vor contribui, fără îndoială, cunoașterea, schimbul reciproc și diseminarea bunelor practici cooperatiste.

**3.3.6 Tratat fiscal diferențiat** <sup>(19)</sup>. Este necesar ca o impozitare mai echitabilă să permită orientarea consumului către o utilizare mai eficientă a resurselor <sup>(20)</sup>, pentru a ține seama mai bine de conținutul fiecărui produs, din punct de vedere social și de mediu, precum și de valoarea adăugată generată de formula cooperatistă. Oricare ar fi cadrul fiscal specific, stimulentele fiscale și ajutoarele compensatorii reprezintă unele dintre instrumentele cele mai directe și cu cel mai mare potențial de îndeplinire a obiectivelor propuse. Așa cum demonstrează experiența acumulată în diversele state membre, adoptarea unui tratament fiscal diferențiat promovează autonomia și independența financiară dar, la fel ca și unele dintre inițiativașele propuse anterior, necesită o analiză de impact prealabilă.

**3.3.7 Punerea în aplicare tehnologică.** Progresul tehnologic și accesul universal la acesta reprezintă cel mai bun mijloc de stimulare pentru îndeplinirea obiectivelor propuse. În acest sens,

trebuie subliniate următoarele inițiativașe: cercetarea și inovarea aplicate produselor agroalimentare, crearea de noi spații și canale de comercializare și, în sfârșit, certificarea calității progresive, prin atribuirea de puncte suplimentare în funcție de valoarea nutritivă, garanțiile de aprovizionare și alte avantaje publice și, pe de altă parte, prin retragerea de puncte în funcție de consecințele sociale și de mediu negative, printre altele, astfel încât să se poată demonstra îndeplinirea unor criterii cum ar fi sănătatea și siguranța alimentară, amprenta ecologică sau socială; de asemenea, în acest mod, produsele pot fi apreciate de consumatori în raport cu prețul și costurile de producție și distribuție corespunzătoare. Pentru punerea în aplicare a acestui instrument de certificare este necesară recurgerea la elemente cum ar fi sistemele de telefonie inteligentă, aplicațiile informatice specifice și rețelele sociale.

#### 3.4 Avantajele concurențiale ale pieței cooperatiste

Pe lângă avantajele evidente ale unui model bazat pe durabilitate și cooperare economică și socială, piața cooperatistă prezintă o serie de avantaje concurențiale, ceea ce afectează unele aspecte extrem de importante pentru politicile comunitare din următoarele domenii:

**3.4.1 economic:** accesul stabil și sigur al produselor agricole la piețe, finanțarea durabilă, investițiile responsabile din punct de vedere social, dinamizarea pieței, ocrotirea concurenței, protecția drepturilor și intereselor consumatorilor etc.;

**3.4.2 social:** amenajarea teritoriului, dezvoltarea rurală și incluziunea, patrimoniul cultural, identitatea locală și regională, suveranitatea și securitatea alimentară, evitarea producției excesive și accesibilitatea alimentelor, trasabilitatea socială a produselor, evitarea delocalizării întreprinderilor, garantarea unor salarii demne și îmbunătățirea condițiilor de muncă, răspunderea socială și consumul responsabil, sănătatea în UE și stilurile de viață sănătoase, participarea directă a cetățenilor la luarea de decizii în cadrul instituțiilor care îi reprezintă etc.

**3.4.3 ecologic:** economiile de energie, prezervarea ecosistemelor, amprenta ecologică, agroecologia, utilizarea rațională și responsabilă a materiilor prime și a resurselor naturale, ciclul de viață al produselor agroalimentare, crearea de locuri de muncă ecologice ca strategie a difuzare a pieței etc.

Bruxelles, 11 iulie 2012

Președintele  
Comitetului Economic și Social European  
Staffan NILSSON

<sup>(18)</sup> Comunicarea Comisiei „Inițiativă pentru antreprenoriatul social - Construirea unui ecosistem pentru promovarea întreprinderilor sociale în cadrul economiei și al inovării sociale”, COM(2011) 682 final.

<sup>(19)</sup> Avizul CESE „Diversitatea formelor de întreprindere” JO C 318, 23.12.2009, p. 22-28.

<sup>(20)</sup> COM(2011) 571 final și Avizul „Promovarea producției și consumului durabil în UE” JO C 191, 29.6.2012, p. 6.