

CZU: 504.03:334.72(478)

UDC: 504.03:334.72(478)

AFACEREA VERDE – PARTE INTEGRANTĂ A ECONOMIEI VERZI

Conf. univ. dr. Irina TODOS,
Universitatea de Stat „B.P.Hasdeu” din Cahul
todosirina@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1012-7809
DOI: <https://doi.org/10.53486/econ.2023.123.056>

Businessul contemporan este văzut ca un tip de afacere care participă la multiple activități ecologice, asigurându-se că toate procesele, produsele și activitățile de producție abordează în mod corespunzător preocupările de mediu. Astfel, „afacerea verde” încorporează în activitățile sale principiile durabilității, oferind bunuri și servicii ce acoperă cererea de produse ecologice, își asumă angajamente de mediu în operațiunile sale și, totodată, este parte integrantă a unei economii sustenabile.

Prezenta lucrare are drept scop evidențierea rolului determinant al afacerilor verzi în promovarea și dezvoltarea economiei verzi. Statele, care au preluat principiile economiei ecologice, își vor transforma economiile în „motoare ale durabilității”, astfel fiind pregătite pentru noile provocări ale secolului 21. Performanțele de înverzire ale afacerilor pot fi evaluate cu ajutorul Indexului Verde.

Cuvinte-cheie: *afacere verde, economie verde, etichetă ecologică, sistem de etichetare ecologică, Indexul Verde.*

JEL: L26, Q56, Q57.

Introducere

În uzanța internațională și națională, tot mai des, se folosește noțiunea de „afacere verde”. Acest concept a apărut la sfârșitul secolului al XX-lea, ca rezultat al preocupărilor ecologice majore a tuturor actorilor implicați în dezvoltarea social-economică a umanității. Originile preocupărilor, pentru organizarea activităților economice din perspectiva verde, pot fi identificate în a doua jumătate a secolului trecut, odată cu intensificarea interesului organismelor internaționale cu privire la evoluțiile mediului ambiant.

Fundamentarea definitivă, la nivel internațional, a acestui nou model de dezvoltare a fost asigurată de Conferința Națiunilor Unite, desfășurată în anul 2012, la aniversarea a 20 de ani de la Conferința de la Rio din 1992 [1], care a avut drept generic – *Mediul și dezvoltarea durabilă*, și care a abordat o nouă provocare – *economia verde*, în contextul dezvoltării durabile, precum și al eradicării sărăciei. De asemenea, conferința a adoptat orientări inovatoare privind politicile economiei de mediu și a pus în aplicare o strategie de finanțare a dezvoltării durabile [2].

GREEN BUSINESS – AN INTEGRAL PART OF THE GREEN ECONOMY

Assoc. Prof. PhD Irina TODOS,
Cahul State University “B.P.Hasdeu”
todosirina@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1012-7809
DOI: <https://doi.org/10.53486/econ.2023.123.056>

Contemporary business is seen as a type of business that participates in multiple green activities, ensuring that all processes, products and production activities adequately address environmental concerns. Thus, the “green business” incorporates the principles of sustainability in its activities, offering goods and services that cover the demand for ecological products, assumes environmental commitments in its operations and, at the same time, is an integral part of a sustainable economy.

The purpose of this paper is to highlight the decisive role of green businesses in the promotion and development of green economy. States that have joined and adopted the green economy principles will transform their economies into “sustainability engines”, thus being prepared for the new challenges of the 21st century. The greening performance of businesses can be evaluated with the help of the Green Index.

Keywords: *green business, green economy, eco-label, eco-labeling system, Green Index.*

JEL: L26, M19, Q56.

Introduction

In international and national usage, the notion of “green business” is increasingly used, as a result, this concept appeared at the end of the 20th century, as a result of the major concerns of all actors involved in the socio-economic development of humanity. The origins of concerns for the organization of economic activities from a green perspective, with the intensification of the interest of international bodies regarding environmental developments.

The definitive foundation, at the international level, of this new development model was ensured by the United Nations Conference, held in 2012, on the 20th anniversary of the Rio Conference in 1992 [1], which had as generic – *Environment and sustainable development* and which addressed a new challenge – the *green economy*, in the context of sustainable development as well as of poverty eradication. The conference also adopted innovative green economy policy guidelines and implemented a sustainable development financing strategy [2].

Acest nou concept a fost preluat și de autoritățile Republicii Moldova, astfel, pe parcursul ultimilor ani, se atestă o implicare activă în **promovarea și dezvoltarea unei economii ecologice** la nivelul întregii țării, precum și semnarea declarațiilor de intenții, care se axează pe coordonarea eforturilor tuturor instituțiilor în vederea asigurării unei dezvoltări durabile și prietenoase mediului. De asemenea, constatăm că, la nivel național, Republica Moldova implementează activ o multitudine de:

✓ *programe*, de exemplu, *Programul de ecologizare a IMM* [3], care a fost conceput pentru alinierea la actul Micului Business pentru Europa și răspunde necesităților naționale cu privire la tipurile de acțiuni de ecologizare ale acestora. Acest program este îndreptat spre trei domenii-cheie:

- **eficiența energiei și a resurselor**, care prevede utilizarea responsabilă a energiei și a resurselor de-a lungul lanțului valoric;
- **economia circulară** ce implică gestionarea materiei prime și a deșeurilor, reciclarea și reutilizarea, reducerea pierderilor de resurse valoroase și de oportunități de afaceri importante pentru IMM-uri;
- **eco-inovarea**, care prevede crearea oportunităților de afaceri prin integrarea modelelor de afaceri „verzi” și circulare, implementarea tehnologiilor ecologice în procesul de producere a IMM-urilor existente și viitoare, ce pot crea și vinde produse certificate, servicii și soluții „verzi” în toate sectoarele economiei naționale.

✓ *strategii*, spre exemplu: *Strategia Națională de Dezvoltare Moldova Europeană 2030* [4]; *Strategia energetică 2030* [5]; *Strategia de mediu 2014-2023* [6] etc., menite să promoveze creșterea economică durabilă.

Totodată, Republica Moldova a aderat la *programe și platforme internaționale* în domeniul economiei verzi, cum ar fi Programul UE „*Ecologizarea economiei în Vecinătatea Estică*”, Platforma pentru *Industria Verde*, Programul de țară *UNIDO* (lansat în 2019), *GREEN Action* Program, OECD și Acțiunea UE – *EU4Environment* – Uniunea Europeană pentru Mediu (2019-2022) [7].

Parte integrantă a economiei verzi sunt și afacerile, care au preluat noile tendințe de *ecologizare* și au început, pas cu pas, să-și adapteze, în ansamblu, procesele tehnologice și activitatea, astfel, integrând în practicile lor utilizarea eficientă și durabilă a resurselor existente, dând naștere unei *afaceri verzi*.

De asemenea, necesitatea transformării afacerii în una prietenoasă mediului rezidă din preocuparea permanentă față de ceea ce ne înconjoară și orientarea către reducerea daunelor cauzate naturii, din punct de vedere al *schimbării climatice*, *biodiversității*, *gestionării deșeurilor*, *utilizării apei* și a

This new concept was also taken over by the authorities of the Republic of Moldova, thus, during the last years, an active involvement in the **promotion and development of a green economy** at the level of the entire country, as well as the signing of declarations of intent, which focus on the coordination of efforts, is attested all institutions in order to ensure a sustainable and environmentally friendly development. We also note that at the national level, the Republic of Moldova is actively implementing a multitude of:

✓ *programs*, for example, the *Greening Program of IMM* [3]), which has been designed to align with the Small Business for Europe act and responds to national needs regarding their types of greening actions. This Program is aimed at three key areas:

- **energy and resource efficiency**, which provides the responsible use of energy and resources along the value chain;
- **circular economy**, which implies raw material and waste management, recycling and reuse, reducing the loss of valuable resources and important business opportunities for SMEs;
- **eco-innovation**, providing the creation of business opportunities by integrating “green” and circular business models, implementing ecological technologies in the production process of existing and future SMEs, which can create and sell certified products, services and “green” solutions in all sectors of the national economy.

✓ *strategies*, for example, the *Moldova European National Development Strategy 2030* [4]; *Strategy energy 2030* [5]; *Environmental Strategy 2014-2023* [6], etc., aimed at promoting sustainable economic growth,

At the same time, the Republic of Moldova joined international *programs and platforms* in the field of the green economy, such as the EU Program “*Greening the Economy in the Neighborhood East*”, Green Industry Platform, UNIDO Country Program (launched in 2019), GREEN Action Program, OECD and EU Action – *EU4Environment* – European Union for the Environment (2019-2022) [7].

An integral part of the green economy are also businesses, which have taken over the new *greening* trends, have begun step by step to adapt their technological processes and activity, as a whole, thus integrating into their practices the efficient and sustainable use of existing resources, thus giving birth of a *green business*.

Also, the need to transform the business into a green one resides in the permanent concern for what surrounds us and the orientation towards reducing the damage caused to the environment in terms of *climate change*, *biodiversity*, *waste management*, *water and resource use*, *pollution*, by undertaking a

resurselor, poluării, prin întreprinderea unui șir de măsuri care să ducă la: reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră și a poluanților atmosferici; la îmbunătățirea eficienței energetice și a apei; la reducerea nivelului de deșeurii, la implementarea proceselor de reutilizare și reciclare a acestora; la utilizarea resurselor regenerabile; la reducerea deșeurilor periculoase; la reducerea substanțelor toxice [8 p.10].

Obiectivele urmărite în prezenta cercetare sunt:

- abordarea subiectului propus spre cercetare, definirea termenilor de „*conomie verde*” și „*afacere verde*”;
- clarificarea elementelor componente ale afacerii verzi;
- identificarea strategiilor ce pot duce spre „*înverzirea afacerii*”;
- prezentarea și descrierea indicatorului *Indexul Verde*.

Metode aplicate

În vederea atingerii scopului propus, dar și a obiectivelor menționate, la baza prezentei lucrări stă cercetarea teoretică și cercetarea empirică cantitativă. Drept metodologie de cercetare a fost utilizată analiza critică a literaturii de specialitate națională și internațională, sinteza, descrierea, și compararea. A fost cercetată legislația internațională și națională, în materie de protecție a mediului, s-a utilizat analiza indicelui „*Indexul Verde*”, precum și au fost trecute în revistă principalele tendințe din Republica Moldova în domeniul ecologizării afacerilor.

Rezultate și discuții

Cu toate că în ultimul deceniu conceptul de „*conomie verde*” a fost promovată ca o prioritate strategică pentru multe state ale lumii, totuși, nu putem identifica o singură tratare unanim acceptată a termenului, astfel încât, pot fi întâlnite o serie de definiții care, de obicei, împărtășesc aceași idee de bază. În prezenta lucrare vom opta pentru definiția dată de către Programul Națiunilor Unite pentru Mediu, care definește *economia verde* ca fiind „una care are ca rezultat îmbunătățirea bunăstării umane și a echității sociale, reducând în același timp, semnificativ, riscurile de mediu și penuria ecologică” [9].

Economia verde presupune un proces prin intermediul căruia crește grija pentru promovarea principiilor de dezvoltare durabilă, care vor contribui la eradicarea sărăciei populației prin o mai bună guvernare și integrare a aspectelor de mediu, în toate sferile de dezvoltare socio-economică. Așa cum *afacerile verzi* sunt un element component al *economiei verzi*, ne propunem, în continuare, să ne axăm pe clarificarea acestui concept, precum și a strategiilor ce pot fi utilizate în acest proces complex de transformare.

Afacerea verde reprezintă un nou model de organizare și gestionare a activității antreprenoriale, care capătă o relevanță pentru această etapă de dezvoltare economică și înglobează principiile de formare

series of measures leading to: reduction of greenhouse gas emissions and atmospheric pollutants; improving energy and water efficiency; reducing the level of waste and opting for reuse and recycling; the use of renewable resources; reduction of hazardous waste; reduction of toxic and dangerous substances [8, p.10].

The objectives pursued in this research are:

- approaching the subject proposed for research, defining the terms “*green economy*” and “*green business*”;
- clarifying the components of green business;
- identifying strategies that can lead to the “*greening of the business*”;
- presentation and description of the *Green Index* indicator.

Applied methods

In order to achieve the proposed goal and the mentioned objectives, the present work is based on theoretical research and quantitative empirical research. Critical analysis of national and international specialized literature, synthesis, description and comparison were used as research methodology. International and national environmental protection legislation was researched, the analysis of the “*Green Index*” index was used, and the main trends in the Republic of Moldova in the field of economic greening were reviewed.

Results and discussion

Although in the last decade, the concept of “*green economy*” has been promoted as a strategic priority for many world states, however, we cannot identify a single unanimously accepted treatment of the term, so that a series of definitions can be found which usually share the same basic idea. In this paper we will align ourselves with the definition given by the United Nations Environment Programme, which defines the *green economy* as “one that results in the improvement of human well-being and social equity, while significantly reducing environmental risks and ecological scarcity” [9].

The *green economy* involves a process, through which concerns are raised for the promotion of the principles of sustainable development and which will contribute to the eradication of population poverty through better governance and integration of environmental aspects in all spheres of socio-economic development. As *green business* is a component element of the *green economy*, we further aim to focus on clarifying this concept, as well as the strategies that can be used in this complex transformation process.

Green business or represents a new model of organization and management of the entrepreneurial activity, which is relevant for this stage of economic development and includes principles of opinion formation and awareness of stakeholders, such as consumers and producers, about minimi-

a unor opinii, conștientizarea stakeholderilor, consumatorilor, dar și a producătorilor, cu privire la *minimizarea efectului negativ* în urma desfășurării activității economice asupra mediului.

Conceptul de *afacere verde* vizează promovarea utilizării raționale a resurselor și reducerea impactului antropic negativ al activităților de afaceri asupra mediului înconjurător. Ea a apărut ca răspuns la provocările moderne asociate cu degradarea capitalului natural, creșterea sărăciei în lume, accelerarea Declanșării și amploarea crizelor mondiale [10].

Afacerea verde poate fi definită ca „o afacere care aderă la principiile echilibrului ecologic în activitățile sale, depune efort în a utiliza resurse regenerabile și încearcă să minimizeze impactul negativ al activităților sale asupra mediului” [11, p. 4]. Această definiție necesită unele precizări:

- ✓ o *afacere verde* respectă cerințele de reglementare pentru performanța de mediu, dar aprobă măsuri specifice care să depășească acești indicatori pentru a minimiza impactul acestora asupra mediului;
- ✓ o *afacere verde* poate produce sau furniza produse și servicii tradiționale sau noi într-un mod care minimizează impactul asupra mediului;
- ✓ o *afacere verde* încearcă să folosească resursele și energia produsă într-un mod mai eficient, care să minimizeze impactul asupra mediului.

Literatura de specialitate vine cu diverse abordări ale acestui concept și în tabelul 1 putem observa că autorii, de-a lungul timpului, au abordat noțiunea dintr-o perspectivă mai largă a impactului rezultat din activitatea antreprenorială.

zing the negative effect of economic activity on the environment.

The concept of *green business* aims to promote the rational use of resources and reduce the negative anthropogenic impact of business activities on the environment. It emerged in response to the modern challenges associated with the degradation of natural capital, the growth of world poverty, and the acceleration of the onset and extent of global crises [10].

A *green business* can be defined as “a business that adheres to the principles of ecological balance in its activities, makes an effort to use renewable resources, and tries to minimize the negative impact of its activities on the environment” [11, p. 4]. This definition requires some clarification:

- ✓ a *green business* complies with regulatory requirements for environmental performance, but approves specific measures that go beyond these indicators to minimize their impact on the environment;
- ✓ a *green business* can produce or provide traditional or new products and services in a way that minimizes environmental impact;
- ✓ a *green business* tries to use the resources and energy that have been produced in a way that minimizes the impact on the environment.

The specialized literature comes with various approaches to this concept and, in table 1, we can see that these authors try to approach this notion from a broader perspective of the impact resulting from entrepreneurial activity.

Tabelul 1/ Table 1

Definirea conceptului de „afacere verde”/ Definition of the concept of “green business”

Autori/ Author	Definiții/ Definitions
Cooney S.	care „și-a asumat un angajament de durată față de principiile de mediu în operațiunile sale de afaceri”/ <i>which “has made an enduring commitment to environmental principles in its business operations”</i>
Brown D. T. și Ratledge E. C.	„o unitate care produce producție ecologică”/ <i>“an establishment that produces green output”</i>
Makower J. și Pyke C.	„o afacere ecologică necesită un angajament echilibrat față de profitabilitate, durabilitate și umanitate”/ <i>“a green business requires a balanced commitment to profitability, sustainability and humanity”</i>
Croston G.	„afacerile ecologice au practici de afaceri mai durabile decât concurenții, beneficiind de sistemele naturale și ajutând oamenii să trăiască bine astăzi, și mâine, în timp ce câștigă bani și contribuie la economie”/ <i>“Green Businesses have more sustainable business practices than competitors, benefiting natural systems and helping people live well today and tomorrow while making money and contributing to the economy”</i>
Slovik K.	„O „afacere verde” poate fi definită ca o organizație care utilizează resurse regenerabile (sustenabile din punct de vedere ecologic) și se consideră responsabilă pentru aspectul resurselor umane al activităților lor (responsabilă social)”/ <i>“A “green business” can be defined as an organization that uses renewable resources (environmentally sustainable) and holds itself accountable for the human resource aspect of their activities (socially responsible)”</i>

Sursa: elaborat de autor după [12, pp. 75-76]/ Source: developed by the author after [12, pp. 75-76]

O abordare similară întâlnim și în Dicționarul de Business, care definește afacere verde ca fiind „o afacere care funcționează într-o capacitate în care nu are niciun impact negativ asupra mediului local sau global, asupra comunității sau economiei. O afacere ecologică se va implica, de asemenea, în politici de viitor pentru preocupările de mediu și în politici care vizează drepturile omului” [13].

Exemplificând cele relatate mai sus, putem menționa că afacerile eco includ activități antreprenoriale care sunt îndreptate spre prevenirea poluării, utilizarea tehnologiei de conservare a resurselor și a naturii, folosirea biotehnologiei, care implementează măsuri de îmbunătățire a mediului, spre reciclarea, producerea și utilizarea *energiei verzi*, producerea de alimente sănătoase, purificarea apei, construcția de parcuri ecologice, depozitarea gunoierului etc.

Din păcate, practicarea *afacerilor verzi* este imposibil să fie acceptată și aplicată de către toate entitățile din lume, din varii motive. Un prim motiv este percepția greșită a antreprenorilor cu privire la povara financiară creată de procesul de ecologizare sau înverzire a afacerii. Un alt motiv ar fi legat de specificul național, din punct de vedere al culturii, al nivelului de dezvoltare și al diferențelor politice, și economice.

Astfel, pentru a putea depăși aceste temeri, este recomandat ca managerii să implementeze cel puțin un element al conceptului „4R”, prezentat în figura 1.

A similar approach is found in the Business Dictionary which defines *green business* as “a business that operates in a capacity where it has no negative impact on the local or global environment, community or economy. A green business will also engage in future policies for environmental concerns and policies that affect human rights” [13].

Exemplifying the above, we can mention that green businesses include entrepreneurial activities that are directed to the prevention of pollution, the use of resource and nature conservation technologies, the use of biotechnology that implements measures to improve the environment, recycling, the production and use of *green energy*, the production of healthy food, water purification, construction of ecological parks, garbage disposal, etc.

Unfortunately, practicing *green business* is far from being accepted and applied by all entities around the world for various reasons. The first reason is entrepreneurs’ misperception of the financial burden created by the process of going green or greening the business. Another reason would be related to national specifics from the point of view of culture, level of development and political and economic differences.

Thus, in order to overcome these fears, it is advisable for entrepreneurs to implement at least one element of the “4R” concept presented in figure 1.

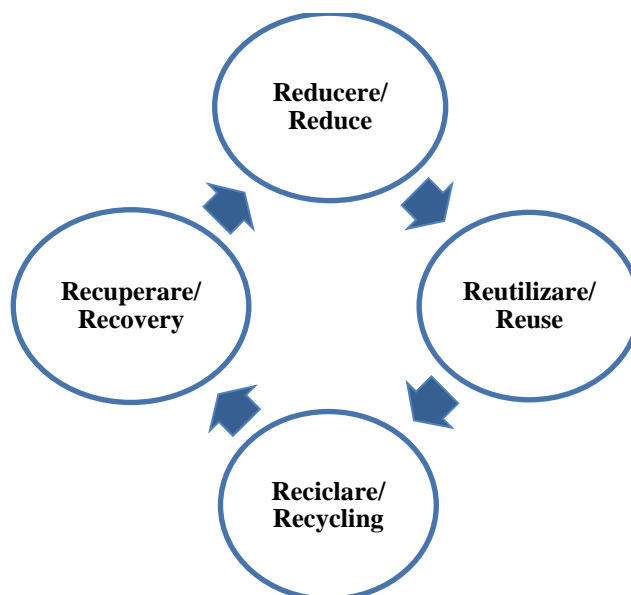


Figura 1. Elementele componente ale conceptului 4R/

Figure 1. The components of the 4R concept

Sursa: elaborată de autor/ Source: developed by the author

Conceptul 4R reprezintă o ierarhie, aranjată în ordinea crescătoare a impactului lor negativ asupra mediului, de la minim la maxim. „R” reprezintă acronimul cuvintelor din limba engleză: *reduce*,

The 4R concept represents a hierarchy, arranged in increasing order of their negative impact on the environment from low to high. “R” stands for the acronym of the English words: *reduce, reuse, recyc-*

reuse, recycling, recovery. Trebuie să menționăm că această noțiune are la bază conceptul debutant **3R**, unde nu se regăsea elementul *recuperare*. Așa cum toate sunt în permanentă evoluție și teoria 3R a evoluat, întâlnindu-se sub următoarele forme:

5R – *reduce, reuse, recycle, recover, residual*;

6R – *reduce, reuse, recycle, recover, residual/redesign, remanufacture*;

7R – *rethink, reuse, repair, recycle, recover, residual/redesign, refuse*;

dar, în lucrarea de față ne vom referi doar la cei **4R**:

Reducere – reprezintă primul instrument în vederea ecologizării afacerii și presupune orientarea eforturilor întreprinderii în vederea reducerii consumurilor de resurse și energie, și anume: *reducerea energiei electrice*, prin înlocuirea lămpilor obișnuite (cu incandescentă) cu lămpi led (fluorescente), care sunt mai eficiente din punct de vedere energetic; *reducerea emisiilor de dioxid de carbon* (și a altor componente nocive) ca rezultat al minimizării mișcării unităților de transport, prin folosirea unităților eco (biciclete, trotinete) sau prin dezvoltarea sistemelor de transport public; optarea pentru *resurse regenerabile*: energia solară, energia eoliană, energia apei, în detrimentul surselor neregenerabile, precum: motorina, cărbunele; *reducerea consumului de apă de la sursă* și utilizarea apei recoltate de ploaie, în scop de apă industrială etc.

Reutilizare – presupune utilizarea materiilor care au fost utilizate deja un ciclu, fie au îndeplinit inițial o altă funcție, spre exemplu: folosirea hârtiei care a fost produsă din materie reciclată sau folosirea hârtiei pe ambele pagini, în vederea reducerii tăierilor de păduri pentru fabricarea hârtiei. Trebuie preventiv de căutat modalități de utilizare multiplă a unor articole, înainte ca acestea să fie deja înlocuite, de exemplu: renunțarea la pungile de plastic și optarea pentru pungii reutilizabile (din stofă, hârtie).

Reciclare – este regula ce vizează colectarea și gestionarea corectă a deșeurilor, cu scopul creării de materiale noi: colectarea separată a gunoiiului – hârtie, plastic, sticlă, resturi menajere, deșeuri industriale, eliminarea echipamentelor de birou etc.

Recuperare – reprezintă ultimul element din ierarhie și vizează valorificarea deșeurilor la locul de colectare, adică transformarea deșeurilor în resurse, prin utilizarea mijloacelor termice și biologice. Acest instrument se utilizează doar după ce s-au încercat celelalte.

Din cele expuse mai sus, observăm că întreprinderile angajate în ecologizarea activităților dispun de o largă diversitate a acțiunilor, prin urmare acestea sunt susținute de acquis-ul comunitar, precum și de actele normative naționale, care prevăd expres modul de gestionare al diferitor tipuri de deșeuri: de ambalaje, de baterii și acumulatori, de echipamente electronice, de anvelope uzate, de plastic etc. Astfel,

ling, recovery. It should be noted that this concept is based on the debutant **3R** concept, where the element of *recovery* was not found. As such, everything is constantly evolving and the 3R concept has evolved and can be found in the following forms:

5R – *reduce, reuse, recycle, recover, residual*;

6R – *reduce, reuse, recycle, recover, residual/redesign, remanufacture*;

7R – *rethink, reuse, repair, recycle, recover, residual/redesign, refuse*;

but, in the present paper, we will refer to the **4Rs**:

Reduction – represents the first tool for greening the business and involves directing the company's efforts to reduce the consumption of resources and energy, namely: *reduction of electricity*, by replacing ordinary (incandescent) lamps with more energy-efficient led (fluorescent) lamps; *reduction of carbon dioxide emissions* (and other harmful components) as a result of reducing the movement of transport units, by using friendly units (bicycles, scooters) or developing public transport systems; opting for *renewable resources*: solar energy, wind energy, water energy, to the detriment of non-renewable sources, such as diesel, coal; *reduction of source water consumption* and use of rainwater for industrial purposes, etc.

Reuse – involves the use of consumables that have already been used once, a cycle, either performing an initial function or another function, for example, using paper that has been produced from recycled material or using paper on both sides (sides), to reduce deforestation. Ways of multiple use of various items should be sought before they are replaced, for example: abandoning plastic bags and opting for reusable bags (fabric, paper).

Recycling – is the rule aimed at the correct collection and management of waste and the creation of new materials: separate collection of garbage - paper, plastic, glass, household waste, industrial waste, etc., disposal of office equipment, etc.

Recovery – represents the last element in the hierarchy and aims at the recovery of waste at the collection site, i.e. the transformation of waste into resources through the use of thermal and biological means. This tool should only be used after all others have been tried.

From the above, we note that companies engaged in the greening of their activities have a great diversity of actions, therefore they are supported by the community acquis, as well as by national normative acts, which expressly provide for the management of different types of waste: packaging, of batteries and accumulators, of electronic equipment, used tires, plastic, etc. This makes it easier for producers to adapt to the use of organic products/packaging, biodegradable, natural or organic ingredients necessary to obtain their products or services.

producătorii se pot adapta mai ușor la modul de utilizare a produselor/ambalajelor ecologice, ingredientelor biodegradabile, naturale sau organice necesare pentru obținerea produselor sau serviciilor lor.

Un alt element important în procesul de transformare ecologică a unei afaceri este aplicarea *politicii de gestionare a producției și produsului*, care presupune responsabilizarea producătorului cu privire la reducerea deșeurilor industriale, reciclarea acestora și utilizarea materialelor regenerabile. Această politică este un instrument destul de utilizat de companiile multinaționale și internaționale (McDonalds), dar putem observa și în țara noastră entități cu reprezentanță locală care preiau această practică (Kaufland). Această politică dă producătorului posibilitatea de a oferi consumatorilor informații despre profilul de mediu al produselor sale (cum are loc procesul de producție; cum are loc colectarea și gestionarea deșeurilor etc.), fapt care duce la creșterea numărului de clienți prin conștientizarea acestora a mărcii/brandului companiei, precum și obținerea unei poziții publice avantajoase.

Poziționarea publică a unei societăți este susținută și îmbunătățită prin utilizarea *declarațiilor de mediu*, prin intermediul cărora se urmărește influențarea pieței în favoarea companiei. În acest scop, Organizația Internațională de Standardizare (ISO) pune la dispoziția antreprenorilor familia de standarde ISO 14020:2022, care furnizează principiile și cerințele pentru comunicarea aspectelor de mediu, și a impactului produselor asupra mediului, după cum urmează [14]:

- *ISO 14020*: termeni comuni și definiții, principii și cerințe generale pentru toate declarațiile de mediu și programe asociate care permit comunicarea aspectelor de mediu și a impactului produselor asupra mediului;
- *ISO 14021*: cerințe pentru etichete și declarații de mediu;
- *ISO 14024*: cerințe pentru declarațiile de mediu sub formă de etichete de mediu cunoscute sub denumirea de etichete ecologice de tipul I;
- *ISO 14025*: cerințe pentru declarațiile de mediu sub forma declarațiilor de produs de mediu;
- *ISO 14026*: cerințe pentru declarațiile de mediu sub formă de comunicații de amprentă;
- *ISO/TS 14027*: cerințe pentru regulile categoriei de produse, care sprijină utilizarea evaluării ciclului de viață ca metodă de compilare și evaluare a informațiilor, ce sunt utilizate ca bază pentru întocmirea declarațiilor de mediu;
- *ISO/TS 14029*: cerințe pentru recunoașterea reciprocă a declarațiilor de produs de mediu, a comunicațiilor de amprentă și a programelor asociate.

Another important element in the greening of the business is *the application of the production and product management policy*, which involves making the manufacturer responsible for reducing industrial waste, recycling it and using renewable materials. This policy is a fairly used tool by multinational and international companies (McDonalds), but we can also see in our country entities with local representation taking over this practice (Kaufland). This policy makes it possible for the manufacturer to provide consumers with information about the environmental profile of its products (how the production process takes place; how waste collection and management takes place, etc.), which leads to an increase in the number of customers. by knowing the brand/brand of the company, as well as by obtaining an advantageous public position.

The public positioning of the company is supported and enhanced through the use of *environmental statements*, which aim to influence the market in favor of the company. To this end, the International Organization for Standardization (ISO) offers entrepreneurs the ISO 14020:2022 family of standards that provide principles and requirements for communicating environmental aspects and the impact of products on the environment, as follows [14]:

- *ISO 14020*: common terms and definitions, general principles and requirements for all environmental claims and associated programs that enable the communication of environmental aspects and the impact of products on the environment;
- *ISO 14021*: requirements for environmental labels and declarations;
- *ISO 14024*: requirements for environmental declarations in the form of environmental labels known as eco-labels of type I;
- *ISO 14025*: requirements for environmental declarations in the form of environmental product declarations;
- *ISO 14026*: requirements for environmental statements in the form of footprint communications;
- *ISO/TS 14027*: requirements for product category rules that support the use of life cycle assessment as a method for compiling and evaluating information that is used as a basis for drawing up environmental statements;
- *ISO/TS 14029*: requirements for mutual recognition of environmental product declarations, fingerprint communications and associated programs

Another method that can be used by the entrepreneur, in this sense, is the ecological label. The *ecological label* is a graphic symbol or it can take the form of a short descriptive text that applies to the products, or the packaging, found either in a

O altă modalitate ce poate fi utilizată de către antreprenor, în acest sens, este eticheta ecologică. **Eticheta ecologică** este un simbol grafic sau poate lua forma unui scurt text descriptiv, ce se aplică pe produse/ambalaje, regăsindu-se fie într-o broșură, fie într-un alt act informativ care însoțește produsul. O astfel de marcă pune la dispoziția consumatorului informații despre maxim trei tipuri de impact asupra mediului. O eco-etichetă este un instrument prin intermediul căreia se pot identifica performanțele de mediu generale ale produselor sau ale serviciilor din cadrul categoriei de produse, sau serviciile bazate pe analiza ciclului de viață. Prin schema de eco-etichetare are loc atribuirea de etichete ecologice unor produse, ce sunt considerate a fi mai puțin dăunătoare și nocive mediului, comparativ cu altele din cadrul aceluiași grup de produse. Eco-etichetarea este o metodă discreționară a certificării performanței de mediu și este practică în întreaga lume.

În anul 1978, în Germania, s-a introdus pentru prima dată un sistem de marcă ecologică a produselor cu denumirea de – **Blue Angel (Îngerul Albastru)**, ca rezultat al intensificărilor preocupărilor ecologice ale consumatorilor. Ulterior, acest sistem de marcă ecologică a fost preluat și de alte țări europene, precum: Danemarca, Franța, Anglia, Spania, Marea Britanie, Olanda etc. Tot în Germania, în anul 1990, a fost pus în practică primul sistem de marcă ecologică a ambalajelor, denumit – **Der Grune Punkt (Punctul Verde)** – care are ca scop gestionarea, finanțarea colectării și reciclării produselor.

Republica Moldova, de asemenea, se aliniază la experiențele internaționale și, în anul 2005, aprobă Legea cu privire la producția agroalimentară ecologică [15], iar cinci ani mai târziu lansează marca națională – **Agricultura Ecologică – Republica Moldova** [16]. Acest simbol se utilizează în scop de etichetare, prezentare și promovare a produselor agroalimentare ecologice, se aplică numai la produsele agroalimentare ce au fost supuse procedurilor de inspecție/certificare pe tot parcursul ciclului de producție de către organismele specializate, și sunt acreditate de autoritatea competentă.

De menționat că, în Republica Moldova, cadrul legal național a pus bazele economiei verzi și a afacerilor verzi, care creează un mediu favorabil implementării principiilor durabile, dar, totodată, este nevoie și de sisteme de marcă ecologică.

Prin **sistemele de marcă ecologică** se urmărește influențarea deciziei consumatorului, astfel încât, acesta să opteze pentru achiziționarea de produse *prietenoase mediului*, determinând așadar creșterea interesului organizațiilor pentru vizualizarea și producerea unor asemenea produse. În acest mod, marcarea ecologică devine un instrument de promovare a produselor care se disting prin caracteristici ecologice, fiind în măsură să influențeze

brochure or in another informative document that accompanies the product. Such marking shall provide the consumer with information about up to three types of environmental impact. An eco-label is a tool by which the overall environmental performance of products or services can be identified within the category of products or services based on life cycle analysis. Through the eco-labelling system, they award eco-labels to products that are considered to be less harmful and less damaging to the environment than others within the same product group. Ecolabelling is a discretionary method of certifying environmental performance that is practiced worldwide.

In 1978, an ecological product labeling system called – **Blue Angel** – was first introduced in Germany as a result of growing consumer environmental concerns. Later, this ecological labeling system was also taken over by other European countries such as Denmark, France, England, Spain, Great Britain, Holland, etc. Also, in Germany, in 1990, the first eco-labeling system for packaging was introduced, called – **Der Grune Punkt**, which aims to manage and finance the collection and recycling of products.

Also, the Republic of Moldova aligns itself with international experiences and in 2005 approves the Law of ecological agro-food production [15], and five years later was launched the national brand - **Ecological Agriculture – Republic of Moldova** [16]. This symbol is used for the purposes of labeling, presentation and promotion of organic agri-food products, shall only be applied to agri-food products which have been subjected to inspection/certification procedures throughout the production cycle by specialized bodies and are accredited by the competent authority.

It should be noted that in the Republic of Moldova, the national legal framework has laid the foundations for the *green economy* and *green business*, which creates a favourable environment for the implementation of sustainable principles, but, at the same time, ecological labeling systems are also needed.

Ecolabelling systems aim to influence the consumer's decision so that the consumer chooses to purchase *environmentally friendly* products, thereby increasing the interest of organizations in viewing and producing such products. In this way, eco-marking becomes a tool for promoting products that are distinguished by ecological characteristics, being able to positively influence the purchase decision, under the conditions of a highly diversified offer.

In addition to the fact that the company focuses on multiple organizational transformations, it is also necessary for it to take into account the level of performance achieved in terms of greening, and whether the proposed objectives have been achieved.

pozitiv decizia de cumpărare, în condițiile unei oferte deosebit de diversificate.

Pe lângă faptul că compania se axează pe multiplele transformări organizaționale, este necesar, de asemenea, ca aceasta să ia în calcul și nivelul de performanță atins în materie de înverzire, dar și rezultatul final în privința obiectivelor propuse inițial. Astfel, în acest scop poate fi utilizat *Indexul Verde*, propus de compania Green Index Ltd [17].

Potrivit acestei companii, *Indexul Verde* reprezintă un indicator ce permite companiilor să-și măsoare performanțele atinse în procesul de *înverzire a afacerii*. Această evaluare se face cu scopul de a se interveni prompt acolo unde este necesar. Acest indicator poate fi utilizat în trei situații: *pentru un produs, un proiect sau pentru o afacere în ansamblu*. Indiferent de situația aleasă, în procesul de evaluare se vor utiliza *nouă dimensiuni și cinci atribute sustenabile* (tabelul 2):

Thus, for this purpose, the *Green Index* proposed by the company Green Index Ltd [17] can be used.

According to this company, the *Green Index* is an indicator that allows companies to measure their performance in the process of *greening the business*. This assessment is done with the aim of prompt intervention where necessary. This indicator can be used in three situations: *for a product, a project or the business as a whole*. Regardless of the chosen situation, *nine dimensions and five sustainable attributes* will be used in the evaluation process (table 2):

Tabelul 2/Table 2

**Elementele componente ale Indexului Verde/
The components of the Green Index**

Dimensiuni/ Dimensions	Atribute Sustenabile/ Sustainable Attributes
Politici/ Policiec	Schimbarea climei/ Climate Change
Livrare+Logistică/ Delivery+Logistics	Biodiversitatea/ Biodiversity
Produs/ Product	Securitatea apei/ Water Security
Oameni+Călătorii/ People+Travel	Deșeuri/ Waste
Facilități/ Facilities	Utilizarea resurselor/ Resource Usage
Parteneri+Furnizori/ Partners+Suppliers	
Comunicații/ Comms	
Finanțe/ Finance	
Operațiuni/ Ops	

Sursa: elaborată de autor după [17]/ Source: developed by the author after [17]

Metodologia de calcul presupune evaluarea fiecărei dimensiuni pe o scară de la 1 la 10, unde 1 reprezintă valori pozitive (experiențe bune), iar 10 se atribuie unor valori negative (experiențe negative). Rezultatele obținute cu un scor egal sau mai mare de 5 semnifică necesitatea de îmbunătățire obligatorie. Scorul final al *Indexului Verde* este media scorurilor dimensiunilor.

Deci, companiile trebuie să pledeze pentru politici ce vor contribui mai eficient la procesul de transformare spre înverzire, astfel, maximizând beneficiile atât pentru întreg colectivul companiei, cât și pentru bunăstarea umană în ansamblu.

Concluzii

Concluzionând asupra celor cercetate mai sus, putem afirma următoarele:

1. *Economia verde* reprezintă modelul de dezvoltare socio-economică la nivel mondial, astfel, țările care se vor angaja în acest proces

The calculation methodology involves evaluating each dimension on a scale from 1 to 10, where 1 represents positive values (good experiences) and 10 means negative values (negative experiences). The results obtained with a score equal to or greater than 5 mean the need for mandatory improvement. The final *Green Index* score is the average of the dimension scores.

So, companies must advocate for policies that will contribute more effectively to the green transformation process, thus maximizing the benefits, both for the company's employees and the company as a whole, as well as for human well-being as a whole that can be derived from a healthy environment.

Conclusions

In conclusion, based on what was researched above, we can state the following:

1. The *green economy* represents the model of socio-economic development worldwide, thus,

- de transformare durabilă, vor face față multiplelor provocări ale acestui secol, precum: gradul înalt de urbanizare, lipsa resurselor, schimbările climatice, existența deșeurilor în cantități mari etc.
2. *Afacerea verde* este un nou model de gestiune a activității antreprenoriale și o nouă abordare a afacerii, care începe prin a-și axa activitatea pe folosirea de materiale durabile și pe politici progresive de mediu, în scopul scăderii impactului negativ asupra mediului ambiant.
 3. *Afacerea verde* este parte integrantă a economiei verzi și își propune să reducă, să reutilizeze, să recicleze, să recupereze resursele și energia. De asemenea, prin intermediul acesteia se poate minimiza presiunea companiei asupra resurselor și se pot majora contribuțiile pozitive la schimbările climatice.
 4. Procesul de *transformare a afacerii în una verde* presupune utilizarea mai multor instrumente, precum: diverse *concepțe – 4R, 5R, 6R, 7R; politici de gestionare a producției și produsului; declarații de mediu; sisteme de marcare ecologică etc.*
 5. Performanța atinsă în domeniul *înverzirii afacerii* poate fi evaluată cu ajutorul Indexului Verde.
- the countries that will engage in this process of sustainable transformation will face the multiple challenges of this century, such as: high degree of urbanization, lack of resources, climate change, the existence of waste in large quantities, etc.
2. *Green business* is a new management model of entrepreneurial activity and a new approach to business, which focuses its activity on the use of sustainable materials and progressive environmental policies, in order to reduce the negative impact on the environment.
 3. *Green business* is an integral part of the *green economy* and it aims to reduce, reuse, recycle, recover resources and energy, it also leads to the minimization of the company's pressure on resources and contributions to climate change.
 4. The process of *transforming the business into a green one* involves the use of several tools, such as: various *concepts – 4R, 5R, 6R, 7R; production and product management policies; environmental statements; ecological marking systems, etc.*
 5. The performance achieved in the field of *business greening* can be evaluated with the help of the Green Index.

Bibliografie/ Bibliography:

1. UNITED NATIONS. *Conferences: Environment and sustainable development*: official webpage [online]. Disponibil: <https://www.un.org/en/conferences/environment/rio2012>
2. UNITED NATIONS GENERAL ASSEMBLY, Sixty-sixth session. *Resolution 66/288. The future we want* [online]. Adopted by the General Assembly on 27 July 2012. Disponibil: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N11/476/10/PDF/N1147610.pdf?OpenElement>
3. *Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Programului de ecologizare a întreprinderilor mici și mijlocii*: nr. 592 din 27-11-2019 [online]. [accesat 20.02.2023]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=119235&lang=ro
4. Legea pentru aprobarea Strategiei naționale de dezvoltare „Moldova Europeană 2030”: nr. 315 din 17.11.2022. *Monitorul oficial* [online]. 2022, nr. 409-410 [accesat 20.02.2023]. Disponibil: <https://monitorul.gov.md/ro/monitorul/view/pdf/2579/part/1#page=1>
5. *Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la Strategia energetică a Republicii Moldova până în anul 2030*: nr. 102 din 05-02-2013 [online]. [accesat 20.02.2023]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=68103&lang=ro
6. *Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Strategiei de mediu pentru anii 2014-2023 și a Planului de acțiuni pentru implementarea acesteia*: nr. 301 din 24-04-2014 [online]. [accesat 20.02.2023]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=48131&lang=ro
7. EU4Environment: promovarea dezvoltării economice verzi și durabile în Republica Moldova. *Ministerul Economiei al Republicii Moldova*: pagina oficială [online]. [accesat 22.02.2023]. Disponibil: <https://me.gov.md/ro/content/economia-verde>
8. TODOS, I. Dezvoltarea sustenabilă a afacerii din perspectiva integrării criteriilor de mediu, social și de guvernare. *Economica*. 2022, nr. 4(122), pp. 7-15. DOI: <https://doi.org/10.53486/econ.2022.122.007>
9. *Official website of the United Nations Environment Programme* [online]. Disponibil: <https://www.unep.org/>
10. ROSOHAȚICA, M., MARCENCO, A.I., KRAUS, K., KRAUS, N., The concept of “green” business – a tribute to fashion or a challenge of the time? [online]. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2022, nr. 2(10), pp. 65-75. Original text in ukrainian language: Росохацька М.,

- Марченко О., Краус К., Краус Н., Концепція “зеленого” бізнесу – данина моді чи виклик часу?. ISSN 2617-8648. Disponibil: <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/166/141>, DOI: <http://doi.org/10.32750/2022-0206>
11. МАРУШЕВСЬКИЙ, Геннадій, ХІКМАН, Даг. «Зелений» бізнес для малих і середніх підприємств [online]. Посібник. Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст», 2017. 50 р. Disponibil: <http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/SME-Guide-web.pdf>
 12. ŠEKANA VIČIUS, Linas, BAZYTĖ, Rugilė, DIČMONAITĖ, Agnė. Green Business: Challenges and Practices. *Ekonomika*. 2014, vol. 93(1), pp. 74-88. ISSN 1392-1258. Disponibil: <https://www.journals.vu.lt/ekonomika/article/view/3021/2162>, DOI: 10.15388/Ekon.2014.0.3021
 13. *Business Dictionary* [online]. [accesat 22.02.2023]. Disponibil: https://businessdictionary.info/?s=green+business&ct_post_type=post%3Apage%3Adefinition
 14. *Official website of the International Organisation for Standardisation* [online]. Disponibil: <https://www.iso.org/>, Accesat/Visited at 22.02.2023.
 15. *Legea cu privire la producția agroalimentară ecologică*: nr. 115 din 09-06-2005 [online]. [accesat 20.02.2023]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=115169&lang=ro
 16. *Hotărârea Guvernului Republicii Moldova pentru aprobarea Regulamentului privind utilizarea mărcii naționale „Agricultura Ecologică – Republica Moldova”*: nr. 884 din 22-10-2014 [online]. [accesat 20.02.2023]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=47993&lang=ro
 17. *Official website of the Green Index Ltd* [online]. Disponibil: <https://www.green-index.co.uk/scenarios>