Инициатива за устойчиви продукти на Дискусионната група за МСП

**Инициативата за устойчиви продукти - консултиране на малки и средни предприятия**

# Увод

Тази консултация има за цел да събере възгледите на малките и средните предприятия относно Инициативата за устойчиви продукти (SPI), която беше обявена от Европейската комисия в миналогодишния План за действие за кръгова икономика (CEAP) и трябва да бъде представена към края на 2021. SPI ще се стреми да направи продуктите, пуснати на пазара на ЕС, годни за климатично неутрална, ресурсно ефективна и кръгова икономика, да намали отпадъците и да гарантира, че постиженията на водачите в устойчивото развитие постепенно се превръща в норма.

Основна част на SPI ще се съсредоточи върху разширяването на обхвата на Директивата за екопроектиране отвъд свързаните с енергията продукти, така че да я направи приложима за възможно най-широката гама от продукти и да я накара да постигне широко разпространение. CEAP идентифицира списък на веригите за създаване на стойност, които трябва да бъдат приоритизирани съгласно SPI, но уточнява, че ще бъдат идентифицирани допълнителни групи продукти въз основа на тяхното въздействие върху околната среда и потенциал за включване в кръговата икономика.

В контекста на това проучване под устойчиви продукти може да се разглеждат тези стоки и услуги, които са проектирани да имат дълъг живот; те са трайни, ремонтируеми, надграждащи се и произведени с минимално въздействие върху околната среда и техните въздействия и емисии са сведени до минимум през целия им жизнен цикъл. Понякога те са лесни за идентифициране на пазара, тъй като могат да имат право да притежават официален екомаркировка на ЕС.

Целта на тази консултация е да събере ключови мнения и данни за планираните мерки от малки и средни предприятия.

**За допълнителна информация, моля свържете се с: spi-ia@trinomics.eu**

# За Вас

1. В коя държава се намира вашият бизнес?

Австрия

Белгия

България

Германия

Гърция

Дания

Естония

Ирландия

Испания

Италия

Кипър

Латвия

Литва

Люксембург

Малта

Нидерландия

Обединено кралство

Полша

Португалия

Румъния

Словашка република

Словения

Унгария

Финландия

Франция

Хърватия

Чешка република

Швеция

Друга

Ако сте посочили „Друга“, моля, уточнете.

|  |
| --- |
|  |

1. В кой сектор е активна вашата компания?

|  |
| --- |
|  |

1. Моля, посочете дали се занимавате с крайни или междинни продукти или и с двата вида:

Крайни продукти

Междинни продукти

Крайни и междинни продуцти

Не знам/без мнение

1. Моля, посочете нивото, на което функционира вашата организация:

Местно / регионално

Националено (моля, посочете в текстовото поле)

ЕС

Не знам/без мнение

Моля, посочете държавата:

|  |
| --- |
|  |

1. Моля, посочете големината на вашата организация:

Самоосигуряващ се (0 служители)

Микро (1 to 9 служители)

Малка (10 to 49 служители)

Средна (50 to 249 служители)

# Въпроси от анкетата

1. Въз основа на текущата оценка на използването на енергията и ресурсите от вашата компания, до каква степен бихте могли да оцените своите екологични и социални въздействия, ако това се изисква от закона?

Напълно

До висока степен

Само до известна степен

Изобщо не

Не знам/без мнение

1. До каква степен в момента представяте по-устойчиви продукти на европейския пазар?

Почти никога  При случай  Понякога

Често

Почти винаги

Не е приложимо

1. Зелените обществени поръчки (GPP) биха могли да повишат броя на продуктите, които имат най-доброто постигане на устойчивост, които закупува публичният сектор. Ще има ли полза вашето предприятие, ако от органите на държавите-членки се изисква да закупят минимален дял от устойчиви продукти в общите обществени поръчки?

Предприятието ми ще реализира много голямо увеличение на продажбите си (над 10%)

Предприятието ми ще реализира голямо увеличение на продажбите си (между 5-10%)

Предприятието ми ще реализира умерено увеличение на продажбите си (между 1-3%)

Предприятието ми ще претърпи спад в продажбите си

Предприятието ми ще остане до голяма степен незасегнато от тази мярка

Не е приложимо

1. Колко често вашата компания целенасочено и стратегически се ангажира със следните дейности?

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Вид дейност** | Почти винаги | Често | Понякога | От време на време | Почти никога | Не е приложимо  / не знам |
| Устойчиви иновации на продукти |  |  |  |  |  |  |
| „Редовни“ продуктови иновации |  |  |  |  |  |  |
| Иновации в услугите |  |  |  |  |  |  |
| Иновация на процеса |  |  |  |  |  |  |
| Организационни иновации (включително нови системи за управление) |  |  |  |  |  |  |
| Иновации в нови или значително подобрени бизнес модели |  |  |  |  |  |  |
| Иновация с положително въздействие върху околната среда (екоиновация) |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Иновация с положителни социални ползи (социална иновация) |  |  |  |  |  |  |
| Иновация с положителни екологични и социални ползи (устойчива иновация) |  |  |  |  |  |  |
| Иновация, фокусирана върху кръгообразността на продуктите и услугите (продуктови услуги, ремонтируемост, повторна употреба, рециклиране, преработка, трайност и др.) |  |  |  |  |  |  |
| Иновации в екодизайна |  |  |  |  |  |  |
| Иновация в доставката на продукти и услуги |  |  |  |  |  |  |
| Иновации за приобщаващи пазари и от дъното на социално-икономическата пирамида |  |  |  |  |  |  |
| Иновации, фокусирани върху икономичните аспекти на продуктите и услугите |  |  |  |  |  |  |

1. Начинът, по който действат бизнесите, силно влияе върху начина, по който се произвеждат и консумират продуктите. „Кръговите бизнес модели“ са тези, които могат да служат за намаляване на добива и използването на природните ресурси и генерирането на отпадъци, като по този начин допринасят за по-висока устойчивост на произвежданите от тях продукти. Моля, оценете валидността на следните твърдения, свързани с ключовите фактори за възприемане на кръгови бизнес модели за устойчиви продукти в Европа.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Категорично съгласен | Съгласен | Без мнение | Несъгласен | Съвсем несъгласен |
| Регламентите и стимулите дават възможност за кръгови бизнес модели |  |  |  |  |  |
| Регламентите и стимулите стимулират иновациите в устойчивите продукти |  |  |  |  |  |
| Пазарните възможности са ограничени за такива бизнес модели в Европа |  |  |  |  |  |
| Политическата подкрепа улеснява справедливите търговски практики, позволяващи кръгови бизнес модели |  |  |  |  |  |
| Достатъчният достъп до финансиране дава възможност за кръгови бизнес модели |  |  |  |  |  |

## 7

1. Кои от следните нови кръгови бизнес модели вече са ви познати или се прилагат от вашата компания? (Възможно е да изберете повече от една опция)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Неприложим | | Непознат | | До някъде непознат | | До някъде познат | | Познат | | Твърде познат | | **Това е нашият бизнес модел** | |
| **А. Продукт - системи за обслужване, при които купувачите не купуват непременно продукт, а по-скоро услуги, свързани с продукта.** | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |
| A.1Продукт - услуги, свързани с продукти, управление на връщането, интензивни бизнес услуги, услуги свързани с кръговата икономика. | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |
| A.2 Услуги, ориентирани към потребителя, плащане при ползване, лизинг на продукти, абонамент | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |
| A.3 Ориентирани към резултата услуги, функционални продажби, плащане при успех, услуги вместо продукти, услуга и модел на изпълнение |  | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |
| A.4 Ориентирани към резултата услуги, функционални продажби, плащане при успех, услуги вместо продукти, услуга и модел на изпълнение |  | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |
| **Б.**  **Икономика за сътрудничество и споделяне, при която собствеността и използването на продукти или други физически активи се отделят. Потребителят не е непременно собственик.** |  | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Б.1 Предоставяне на достъп, бизнес за споделяне, отдаване под наем или споделяне на продукти |  |  |  |  |  |  |  |
| Б.2 Услуги, ориентирани към употреба, Лизинг на продукти, Обединяване на продукти, Точки за самообслужване |  |  |  |  |  |  |  |
| Б.3 Кооперативен модел, комунална платформа |  |  |  |  |  |  |  |
| **В. Обратни логистични модели, които организират обратни материални потоци, обратно приемане, поддръжка, ремонт, обновяване и преработка** |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| В.1 Управление на обратното връщане, сервизна мрежа за връщане, обратна логистика на материалите |  |  |  |  |  |  |  |
| В.2 Обратна логистика за модерни индустриални продукти, Обратна логистика за продукти с разширена отговорност на производителите с висока стойност |  |  |  |  |  |  |  |
| В.3 Обратна логистика за резервни части и поддръжка |  |  |  |  |  |  |  |
| В.4 Обратна логистика за продукти с разширена отговорност на производителя с ниска стойност |  |  |  |  |  |  |  |
| В.5 Вторична търговия на дребно |  |  |  |  |  |  |  |
| **Г. Други ориентирани към устойчивост бизнес модели, при които ефективността на устойчивостта на веригите за доставка, процеси, продукти и услуги се разглежда като неразделна част от създаването на стойност на организацията.** |  |  |  |  |  |  |  |
| Г.1 Модел на даване, Модел на социална мисия, Включително снабдяване, Предоставяне на достъп, Пренасочване на бизнеса |  |  |  |  |  |  |  |
| Г.2 Модел на ценообразуване и приходи, Модел на финансиране |  |  |  |  |  |  |  |
| Г.3 Модел за екодизайн, Зелени продукти, Синергия на странични продукти, Зелена самобръсначка и ножче |  |  |  |  |  |  |  |
| Г.4 Индустриална симбиоза, модел от люлка до люлка, модел на затваряне на контура |  |  |  |  |  |  |  |
| Г.5 Управление на зелената верига на доставки, по-къси вериги на доставки |  |  |  |  |  |  |  |

1. Кои от следните утвърдени кръгови бизнес модели вече са ви познати или се прилагат от вашата компания? (Възможно е да изберете повече от една опция)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Непри-ложим | Непознат | До някъде непознат | До някъде познат | Познат | Твърде познат | **Това е нашият бизнес модел** |
| **А. Повторно използване на модели, при които обектът се използва отново, понякога за първоначалната му цел, понякога по съвсем различен начин.** |  |  |  |  |  |  |  |
| A.1 Мрежа за повторно използване, Ремаркетинг на употребявани продукти, Платформа за обмен на употребявани стоки, Продажби на употребявани продукти |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2 Удължаване на използваемостта на продукта, удължаване на живота на продукта, съживени продукти |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| A.3 Повторно използване на вторични материали, Синергия на странични продукти, Индустриална симбиоза, Онлайн платформа за обмен на отпадъци |  |  |  |  |  |  |  |
| A.4 Кръгова системи за доставка, управление на възстановяването |  |  |  |  |  |  |  |
| **Б. Модели за ремонт, удължаване живота на стоките, като поправка на частите, които са повредени или износени.** |  |  |  |  |  |  |  |
| B.1 Модел на ремонтна услуга, Ремонтна транзакция, The gap exploiter model: новите продукти се произвеждат от остатъци от други продукти. |  |  |  |  |  |  |  |
| Б.2 Наем на основа на ремонт |  |  |  |  |  |  |  |
| B.3 Извън гаранционна услуга за ремонт |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Б.4 Консултации на клиенти |  |  |  |  |  |  |  |
| **В.**  **Преработка**  **/ модели за обновяване, използвани за трансформиране на използвани продукти в състояние „като ново“ чрез възстановяване на оригиналните функционалности на продукта.** |  |  |  |  |  |  |  |
| В.1  Модел за обновяване, удължаване на живота на продукта, удължаване на ползата от продукта, продукт като нов |  |  |  |  |  |  |  |
| В.2  Модел на преработка, управление на връщане |  |  |  |  |  |  |  |
| В.3 Продажби за следващ живот  / ремаркетинг |  |  |  |  |  |  |  |
| В.4 Повишаване на производителността на продукта, редизайн на продукта |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Г. Рециклиране, преработване**  **/ подобряването на Рециклирането обикновено включва събиране, отстраняване на токсични вещества**  **/ почистване, демонтиране, рафиниране и продажба на използвания материал, докато преработката включва добавяне на стойност чрез използваемост и удължаване на живота.** |  |  |  |  |  |  |  |
| Г.1 Повторно рециклиране на продукта, Повторно рециклиране на вторични продукти, |  |  |  |  |  |  |  |
| Г.2 Повторно рециклиране на отпадъци |  |  |  |  |  |  |  |
| Г.3 Рециклиране след консумация, Рециклиране на отпадъци |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Г.4 Производствени системи със затворен цикъл, повторно материализиране, индустриална симбиоза |  |  |  |  |  |  |  |
| Г.5 Управление на отпадъците, Генериране на странични продукти от отпадъци Възстановяване на ресурсите |  |  |  |  |  |  |  |

1. Използването на икономически стимули може да подобри устойчивостта на продуктите. Как следните икономически стимули биха помогнали на вашия бизнес за постигане на по-голяма устойчивост на продукта и проникване на пазара?

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Без принос | Ограничен принос | Среден принос | Висок принос | Много висок принос | Неприложимо |
| Фискални стимули, като освобождаване от данъци или намаление на ДДС, свързани с критерии за устойчивост на продукта, като поправимост, удължаване на живота на продукта и рециклиране |  |  |  |  |  |  |
| Увеличени такси за отговорност на производителя (пригодени за по-устойчиви продукти) |  |  |  |  |  |  |
| Зелени обществени поръчки (GPP) |  |  |  |  |  |  |
| Обществени поръчки за иновации (PPI) |  |  |  |  |  |  |
| Кръгови обществени поръчки (CPP) |  |  |  |  |  |  |
| Преки субсидии за продукти, които отговарят на определени критерии за устойчивост |  |  |  |  |  |  |
| Условия, свързани с държавна помощ |  |  |  |  |  |  |
| Условия, свързани с финансовите инструменти на ЕС |  |  |  |  |  |  |
| Кръгови ваучери за иновации, използвани от МСП за наемане на външни професионални и специализирани услуги в областта на кръговата икономика, ефективно използване на ресурсите и еко-иновациите. |  |  |  |  |  |  |
| Еко ваучери, използвани като чекове, които могат да бъдат използвани от потребителите за закупуване на устойчиви продукти и услуги (например подобни на ваучерите за билети за ресторанти във Франция и Белгия) |  |  |  |  |  |  |
| Продуктови стандарти, базирани на насоките на ISO, по-специално предстоящата серия ISO 59000 за кръговата икономика. |  |  |  |  |  |  |

1. Използването на репутационни стимули може да подобри устойчивостта на продуктите. Как следващите стимули за репутация биха помогнали на вашия бизнес за постигане на по-голяма устойчивост на продукта и проникване на пазара?

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Без принос | Ограничен принос | Среден принос | Висок принос | Много висок принос | Неприложимо |
| Екомаркировка въз основа на въздействието на продуктите и услугите върху околната среда |  |  |  |  |  |  |
| Енергийно етикетиране въз основа на въздействието на продуктите и услугите върху околната среда |  |  |  |  |  |  |
| Етикетиране на устойчивост въз основа на въздействието на продуктите и услугите върху околната среда, социалната и кръговата икономика (включително възможност за ремонт и трайност) |  |  |  |  |  |  |
| Схема за проверка на екологичните технологии на ЕС (ETV), проверяваща екологичните характеристики на зелените технологии |  |  |  |  |  |  |
| Схема за проверка на екологичните технологии на ЕС (ETV), включително оценка на ефективността на прилагане на кръгова икономика за продуктите (напр. възможност за ремонт ) |  |  |  |  |  |  |
| Схема за екологично управление и одит на ЕС (EMAS) |  |  |  |  |  |  |
| Схема на ЕС за екоуправление и одит (EMAS), включително критерии за интеграция на кръговата икономика |  |  |  |  |  |  |
| Отпечатък върху околната среда на продукта (PEF) |  |  |  |  |  |  |
| Отпечатък върху околната среда на организацията (OEF) |  |  |  |  |  |  |
| Изисквания за нефинансово оповестяване, ориентирани към устойчивост |  |  |  |  |  |  |
| Определяне на критерии и насоки за зелени твърдения, използвани при маркетинг и реклама на продукти |  |  |  |  |  |  |
| Индекс на кръгообразност, фокусиран върху поправимостта и дълготрайността на конкретни продуктови групи. |  |  |  |  |  |  |
| Механизъм за подпомагане на МСП за разработване и приемане на различни модели на кръгови бизнес модели |  |  |  |  |  |  |
| Зелени сделки, които съчетават подкрепа за премахване на регулаторните бариери, финансиране на НИРД |  |  |  |  |  |  |

1. Една от мерките, които се разглеждат за Инициативата за устойчиви продукти, е разработването на цифров „продуктов паспорт“, който би предоставил на производителите и други ключови участници във веригата на доставки, потребителите и органите за надзор на пазара информация, необходима за осигуряване на устойчиво управление на даден продукт ( поддръжка, ремонт, повторно производство, рециклиране, контрол на съответствие и др.). Какви смятате, че биха били основните екологични, социални и икономически въздействия от въвеждането на цифров паспорт на продукти във вашия сектор? Моля, оценете следните опции от много ниска до много голяма вероятност да се появят.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Много ниска | Ниска | Нулева | Висока | Много висока | Не знам / Без мнение |
| (Околна среда) Постепенно премахване на използването на вредни за околната среда материали в продуктите на пазара на ЕС |  |  |  |  |  |  |
| (Околна среда) Принос за увеличаване на количеството продукти с ниско въздействие върху климата |  |  |  |  |  |  |
| (Околна среда) Допринася за смекчаване на загубите на биологично разнообразие |  |  |  |  |  |  |
| (Околна среда) Допринася за по-ниските нива на замърсяване във въздуха, земята и водата |  |  |  |  |  |  |
| (Социално) Допринася за овластяване на потребителите поради по-голямата наличност на информация за продукта |  |  |  |  |  |  |
| (Социално) Допринасят за достойни условия на труд |  |  |  |  |  |  |
| (Социално) Допринася за намаляване на престъпленията срещу околната среда на глобално ниво |  |  |  |  |  |  |
| (Икономически) Допринася за по-висока икономическа възвръщаемост за компаниите от ЕС |  |  |  |  |  |  |
| (Икономически) Допринася за отделянето на икономическия растеж от въздействието върху околната среда в ЕС |  |  |  |  |  |  |
| (Икономически) Увеличава административната тежест поради по-високите задължения за мониторинг и отчет |  |  |  |  |  |  |

1. Една от целите на инициативата за устойчиви продукти е да се забрани унищожаването на непродадени трайни стоки. Как вашата компания се справя с непродадените продукти? Моля, оценете опциите по-долу от 1 до 5 (1 за опцията, която най-малко вероятно ще следвате и 5 за най-вероятната опция).

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Не знам / нямам  мнение |
| Систематично намаляване на цената, докато не бъдат продадени на клиент |  |  |  |  |  |  |
| Продавам ги на търговски обекти или магазини за препродажба на по-ниска цена |  |  |  |  |  |  |
| Дарявам ги на благотворителна или друг вид организация |  |  |  |  |  |  |
| Връщам ги на доставчиците (или на техните производители) |  |  |  |  |  |  |
| Възстановявам материалите от непродадените продукти (или ги изпращам оползотворяване / рециклиране) |  |  |  |  |  |  |
| Изпращам ги за изгаряне или депониране |  |  |  |  |  |  |

# Благодаря Ви!