

ARTICOLE

POLITICA UNIUNII EUROPENE ÎN DOMENIUL
CONCURENȚEI ÎN CONTEXT PANDEMIC ȘI
STRATEGII DE ADAPTARE A
ÎNTRINDERILOR

DOI: 10.24193/SUBBiur.67(2022).4.7
Data publicării online: 31.05.2023

Laura LAZĂR*

Rezumat. Criza economică declanșată de pandemia COVID-19 și de conflictul armat inițiat de Rusia în Europa a generat provocări fără precedent pentru întreprinderile active pe piața internă europeană și pentru decidenții politici la nivel european.

Politica Uniunii Europene în domeniul concurenței, asemeni politicilor economice ale statelor membre a trebuit să se adapteze la necesitățile de colaborare a întreprinderilor pentru prevenirea perturbărilor majore în lanțul de producție, precum și în vederea asigurării accesului echitabil al consumatorilor la produsele și serviciile esențiale în această perioadă.

Asigurarea aplicării flexibile a normelor politicii UE în domeniul concurenței, precum și găsirea unor strategii noi ai întreprinderilor de adaptare la criza economică, cum ar fi investițiile în activitățile de responsabilitate socială, activități de cercetare dezvoltare pentru crearea unor produse inovative și eficiente, respectiv în marketing poate constitui cheia gestionării situației economice dificile de către întreprinderi și

* Departamentul de Drept Public, Facultatea de Drept Universitatea „Babeș-Bolyai” din Cluj-Napoca, e-mail: laura.lazar@law.ubbcluj.ro; <https://orcid.org/0009-0007-0251-782X>.

în același timp, o oportunitate de creștere pentru acestea în contextul recesiunii economice.

Articolul redă modificările majore aduse politicii UE în domeniul concurenței în contextul crizei economice și importanța pe care implicarea în activitățile de responsabilitate socială o poate prezenta din perspectiva gestionării crizei de către întreprinderile active la nivel european.

Cuvinte-cheie: politica UE în domeniul concurenței; criză economică; pandemia COVID-19, responsabilitatea socială a companiilor; gestionarea crizei.

THE COMPETITION POLICY OF THE EU IN A PANDEMIC CONTEXT AND BUSINESS ADAPTATION STRATEGIES

The economic crisis triggered by the COVID-19 pandemic and the armed conflict initiated by Russia in Europe has generated unprecedented challenges for businesses active on the European Internal Market and, as well, for political decision-makers at national and EU level.

The EU competition policy, like the economic policies of the Member States, had to adapt to the needs of the collaboration of companies intended to prevent major disruptions in productions chain, as well as in order to ensure fair access of consumers to essential products and services during this period.

Ensuring the flexible application of EU competition policy rules and regulations as well as finding new strategies for companies to adapt to the economic crisis, such as investments in social responsibility activities, research and development activities for the creation of innovative and efficient products, respectively in marketing can be the key for the management of the difficult economic situation and at the same time, can represent an opportunity for them to grow in the context of the economic recession.

The article at hand reproduces the major changes brought to EU competition policy in the context of the economic crisis and the importance that involvement in social responsibility activities can present from the perspective of crisis management by companies active at the European level.

Keywords: EU Competition Policy, economic crisis, COVID-19 pandemic, social responsibility of companies, crisis management

Cuprins

I.	Considerații introductive privind importanța politicii UE în domeniul concurenței în contextul asigurării bunei funcționări a pieței interne.....	215
II.	Contextul pandemic și adaptările politicii în domeniul concurenței la acesta	218
III.	Investițiile în acțiuni de responsabilitate socială a întreprinderilor ca strategii de adaptare a întreprinderilor la situațiile de criză economică.....	225
A.	Responsabilitatea socială a întreprinderilor. Importanță, concept și tipologie	225
B.	Responsabilitatea socială a întreprinderilor în contextul crizei economice, o strategie de adaptare la criză?	228
IV.	Concluzii	231

I. Considerații introductive privind importanța politicii UE în domeniul concurenței în contextul asigurării bunei funcționări a pieței interne

Politica în domeniul concurenței a jucat un rol important în procesul construcției europene, prevederi privind reglementarea concurenței între întreprinderi regăsindu-se chiar și în Tratatul de instituire a Comunității Europene a Cărbunelui și Oțelului, semnat la Paris la 18 aprilie 1951¹.

Odată cu crearea Comunității Economice Europene și ulterior, după crearea Uniunii Europene, politica în domeniul concurenței a contribuit la buna funcționare a economiei Uniunii și la obținerea unui nivel de trai mai ridicat pentru cetățenii europeni. Asigurarea unei concurențe funcționale

¹ A se vedea capitolul VII al Tratatului, dedicat reglementării condițiilor de concurență în cadrul CECO. Textul tratatului este disponibil pe: <https://eur-lex.europa.eu/eli/treaty/ceca/sign>.

(*workable competition*²), prin respectarea prevederilor adoptate în materie de concurență, a contribuit la oferirea către consumatorii și clienții europeni – cetățeni și întreprinderi deopotrivă – a unor produse de o calitate superioară, inovative și variate, la un preț mai accesibil și care corespund în cât mai mare măsură necesităților acestora.

Conceptul concurenței funcționale, utilizat pentru prima dată de către economistul J. M. Clark în 1940 și ulterior preluat de legiuitorul european are în vedere un nivel de concurență, care deși nu este perfect (din moment ce concurența perfectă este utopică), prezintă un grad suficient de concurență care aduce beneficii consumatorilor și întreprinderilor active pe piața internă europeană, oferind primelor, acces la produse de o calitate superioară, la un preț cât mai mic.

Ținând cont de faptul că rivalitatea și confruntarea care are loc între competitori în vederea atragerii consumatorilor și clienților, obținerii profiturilor, a vânzărilor sau a cotelor de piață are loc pe o piață geografică bine delimitată, concurența este influențată în mare măsură de contextul economic în care acesta are loc, de numărul competitorilor care sunt prezenți pe teritoriul geografic avut în vedere, de barierele de intrare prezente pe piață, de informațiile care stau la dispoziția competitorilor, de trăsăturile produselor oferite etc.

² Conceptul concurenței funcționale ar putea fi definit, ca cel mai înalt nivel de concurență care poate fi realizat în condițiile unei anumite piețe date la un moment dat, ținând cont de caracterul nerealizabil al concurenței perfecte pe piețele economiilor capitaliste reale. A se vedea pentru mai multe detalii J. BOWNING, *Competition in Dual Economy*, Ed. Princeton University Press, Princeton, 1986, p. 82.

Beneficiile unei politici eficiente în domeniul concurenței³ sunt în special relevante în contextul situațiilor de criză economică. Prin prevenirea și sancționarea înțelegerilor anticoncurențiale, a abuzurilor de poziție dominantă, a fuziunilor care restrâng concurența pe piață sau a ajutoarelor de stat care ar putea favoriza întreprinderi ineficiente din punct de vedere economic, politica în domeniul concurenței poate contribui la creșterea puterii de cumpărare a consumatorilor, la scăderea prețurilor, la facilitarea inovației și la creșterea nivelului de concurență pe piață.

Legătura între un nivel funcțional de concurență și creșterea economică este în special importantă în contextul perioadelor de recesiune economică. Piețele caracterizate de un nivel de concurență funcțională determină întreprinderile să inoveze și să găsească soluții economice viabile pentru creșterea productivității. Astfel, alături de politica fiscală și economică, politica în domeniul concurenței ar trebui să constituie una dintre instrumentele de bază ale guvernelor naționale în formularea unui răspuns al acestora la crizele economice⁴.

³ Pentru mai multe detalii a se vedea B. WARDHAUGH, *Competition Law in Crisis: The Antitrust Response to Economic Shocks*, Ed. Cambridge University Press, Cambridge, 2022, p. 35.

⁴ Ph. LOWE, *Competition Policy and the Global Economic Crisis*, Competition Policy International, Vol. 5 nr. 2/2009, p. 6.

II. Contextul pandemic și adaptările politicii în domeniul concurenței la acesta

Pandemia COVID-19, conflictul armat din inima Europei și criza economică declanșată de aceasta au reprezentat și reprezintă o provocare actuală fără precedent pentru economiile naționale, întreprinderile active în diverse sectoare ale economiei și decidenți politici, întrucât aceștia din urmă sunt puși în situația să adopte reglementări și măsuri de politică economică care să contribuie la minimizarea impactului crizei economice asupra economiei.

La nivelul UE, încă de la începuturile crizei s-a exercitat o presiune fără precedent asupra Comisiei în ceea ce privește adaptarea normelor aplicabile în domeniul ajutoarelor de stat, pentru a asigura statelor membre libertatea să implementeze măsurile de ajutor financiar pe care le considerau necesare în anumite sectoare economice cheie. Pentru a evita distorsiunile concurențiale majore pe piața internă generate de ajutoarele de stat adoptate de guvernele naționale și pentru a evita mișcările majore de capital între statele membre, a fost necesară adoptarea unui set de reglementări comune la nivelul Uniunii.

În ceea ce privește *instrumentele legislative* adoptate la nivelul UE ca răspuns la criza generată de pandemie și ulterior de conflictul armat, se numără: a) *Cadrul temporar pentru măsuri de ajutor de stat*, adoptat de Comisie în martie 2020⁵, „prin care s-a permis statelor membre să acorde un sprijin necesar și proporțional întreprinderilor aflate în dificultate, asigurând în același timp egalitatea de tratament și limitând denaturarea nejustificată a

⁵ A se vedea Comunicarea Comisiei – Cadru temporar pentru măsuri de ajutor de stat de sprijinire a economiei în contextul actualei epidemii de COVID-19 2020/C 91 I/01, publicată în JO seria C nr. 91I, 20.3.2020, p. 1–9.

concurenței care ar submina piața unică”; precum și b) *Cadrul temporar⁶ privind măsuri de ajutor de stat în contextul crizei generate de agresiunea Rusiei împotriva Ucrainei⁷*, prin care s-a permis statelor membre să acorde sprijin financiar companiilor afectate de perturbarea lanțurilor de aprovizionare din UE, ca urmare a războiului.

În ceea ce privește *reglementarea restrângerilor concurențiale* în context de criză, *Cadrul temporar privind strategiile de afaceri anticoncurențiale⁸*, adoptat în aprilie 2020, a oferit „orientări și predictibilitate juridică întreprinderilor care cooperează pentru a menține lanțurile de aprovizionare în contextul închiderii frontierelor sau pentru a aborda deficitul de medicamente și de echipamente medicale critice folosite în spitale sau blocajele din producția de vaccinuri.”

„Politica în domeniul concurenței a funcționat congruent împreună cu alte politici sociale și economice ale Uniunii din diverse domenii pentru a sprijini sectoarele și lucrătorii cei mai afectați și a amortizat impactul crizei

⁶ Cadrul temporar, a fost amendat de 6 ori și a expirat în data de 6 iunie 2022, însă unele dintre măsurile de sprijin oferite în baza acestuia se mai pot acorda până la finele anului 2023. În baza cadrului temporar au fost adoptate peste 1350 de măsuri de ajutor de stat de către statele membre, în valoare de peste 3,2 trilioane de euro. A se vedea în acest sens: https://competition-policy.ec.europa.eu/state-aid/coronavirus/temporary-framework_en.

⁷ A se vedea *Comunicare a Comisiei Cadru temporar de criză pentru măsuri de ajutor de stat de sprijinire a economiei ca urmare a agresiunii Rusiei împotriva Ucrainei 2022/C 131 I/01*, publicată în JO seria C 131 I , 24.3.2022, p. 1–17.

⁸ A se vedea *Comunicarea Comisiei - Orientări privind aprovizionarea optimă și rațională cu medicamente pentru a evita lipsurile în timpul epidemiei de COVID-19*, publicată în JO seria 116I, 8.04.2020, p. 7 et seq..

asupra întreprinderilor, inclusiv asupra IMM-urilor și a întreprinderilor nou-înființate”⁹.

Adoptarea instrumentelor legislative menționate a fost deosebit de utilă, ținând cont de necesitatea redresării economice ca urmare a crizei, care a generat schimbări ale practicilor și modelelor de afaceri, a scos la iveală necesitatea efectuării unor investiții masive pe termen lung în digitalizare și sustenabilitate, dar și în activități de cercetare și dezvoltare care să sprijine găsirea unor soluții inovative și eficiente din punct de vedere al costurilor.

Reglementările flexibile adoptate au făcut parte dintr-o politică în domeniul concurenței puternică și eficace care asigură respectarea normelor în materie de concurență, oferind astfel economiei europene unul dintre mijloacele necesare redresării, într-un mod sustenabil și favorabil incluziunii sociale și teritoriale.

Ajustările legislative care au avut loc în contextul aplicării politicii UE în domeniul concurenței au fost efectuate pentru a face posibilă intervenții prompte ale statelor membre în economie, justificate de aflarea unor întreprinderi în dificultăți financiare; pentru a eficientiza funcționarea sectoarelor economice care afectează direct cheltuielile curente ale consumatorilor și pentru a putea feri, pe cât posibil, aceste sectoare de efectele negative ale crizei și pentru a menține productivitatea în cadrul acestora.

Așadar, scopul final al măsurilor adoptate a fost prevenirea concentrării excesive a pieței, stimularea inovării și sprijinirea unei redresări sănătoase a economiilor naționale.

⁹ A se vedea în acest sens *Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor - O politică în domeniul concurenței adaptată noilor provocări*, Bruxelles, 18.11.2021 COM(2021) 713 final, online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=COM:2021:713:FIN>.

În același timp, trebuie asigurat faptul că aplicarea flexibilă a reglementărilor în domeniul concurenței nu va justifica adoptarea de către statele membre a unor restrângeri concurențiale disproporționate și care într-un final ar afecta economia europeană într-un mod defavorabil consumatorilor¹⁰.

Tocmai din acest motiv, „măsurile de sprijin pentru situații de criză au avut caracter strict temporar și vor fi eliminate treptat atunci când situația economică permite acest lucru, evitând în același timp producerea unor efecte în cascadă disproporționate. Scopul acestei eliminări treptate este de a evita o redresare asimetrică și riscul unei divergențe economice și mai mari în cadrul pieței unice”¹¹.

În ceea ce vizează *ajutoarele de stat*, reglementările adoptate în contextul crizei au avut ca scop acordarea unor măsuri de sprijin întreprinderilor viabile din punct de vedere economic, dar aflate în dificultăți financiare majore, cu scopul ca acestea să se redreseze și să traverseze perioada provocatoare din punct de vedere economic, astfel încât să evite eșecul.

Politica privind ajutoarele de stat din această perioadă a vizat asigurarea accesului la schemele de ajutor de stat întreprinderilor, fără discriminări legate de naționalitate; revizuirea periodică a schemelor naționale de ajutor de stat, astfel încât ajutoarele să fie acordate doar pe perioadele

¹⁰ Ph. LOWE, „*Competition Policy and the Global Economic Crisis*” in *Competition Policy International* vol. 5, nr. 2/2009, p. 9 *et seq.*.

¹¹ A se vedea în acest sens Comunicarea Comisiei Către Parlamentul European, Consiliul, Comitetul Economic Și Social European Și Comitetul Regiunilor - O politică în domeniul concurenței adaptată noilor provocări, Bruxelles, 18.11.2021 COM(2021) 713 final, online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX:52022DC0230>.

minime necesare și întreprinderile să nu fie sprijinite pe o perioadă mai lungă decât minimul necesar pentru facilitarea redresării lor; limitarea în timp și în valoare a ajutoarelor acordate, astfel încât să nu se ajungă la acordarea unui sprijin disproporționat; instituirea unor constrângeri eficiente asupra beneficiarilor, astfel încât aceștia să nu apeleze la strategii de afaceri agresive, profitând de situația economică favorabilă generată de ajutorul primit; asigurarea de către state a unor condiții minime de transparență în privința acordării ajutoarelor.

În privința reglementărilor privind *operațiunile de fuziune economică*, modificările nu au fost semnificative. Motivul ar fi și faptul că regulamentul privind operațiunile de fuziune economică constituie un instrument legal suficient de flexibil, care permite controlul eficient al acestor operațiuni în și în afara perioadelor de criză deopotrivă. Astfel, nici procedura de control al avizării operațiunilor de fuziune, nici testul pentru verificarea compatibilității cu piața internă a operațiunii nu au suferit modificări în această perioadă.

În ceea ce privește *înțelegerile anticoncurențiale*, în perioadele de recesiune economică există riscul apariției așa ziselor „*carteluri de criză*”, ca urmare a scăderii profiturilor și care au ca scop menținerea la un nivel crescut al prețurilor prin reducerea producției în contextul scăderii cererii pentru anumite produse.

Instrumentul adecvat găsit de autoritățile europene a constatat în modificarea programului de clemență aplicabil întreprinderilor participante la înțelegerile anticoncurențiale, astfel încât să se obțină creșterea ratei descoperirii și sancționării unor astfel de înțelegeri.

În cazul înțelegerilor care au beneficiat de scutire de la aplicarea sancțiunii în baza dispozițiilor art. 101, alin. 3 TFUE, un criteriu important a rămas să li se atribuie consumatorilor o parte echitabilă a beneficiilor

rezultate în urma înțelegerii, fără eliminarea totală a concurenței pe o parte a pieței interne. Avizarea favorabilă a unor astfel de înțelegeri trebuie în continuare să aibă în vedere criteriul necesității și proporționalității în ceea ce privește restrângerile concurențiale.

În contextul creșterilor extreme ale cererii, a volatilității prețurilor pentru anumite produse, precum și a fluctuațiilor costurilor întreprinderilor, intervențiile de politică privind *abuzurile de poziție dominantă* au vizat în special prevenirea și sancționarea eficientă a practicilor abuzive, constând în exploatarea consumatorilor prin intermediul prețurilor excesive sau a altor practici de afaceri inechitabile.

În contextul crizei, autoritățile în domeniul concurenței au apelat la definirea mai restrânsă a piețelor care să faciliteze reținerea deținerii de către o anumită întreprindere vizată a poziției dominante. O altă soluție a constat în reținerea mai frecventă a existenței așa zisei poziții dominante temporare¹² și a pozițiilor dominante colective și utilizarea prețurilor excesive ca și criteriu pentru reținerea existenței poziției dominante.

Legat de reținerea prețurilor excesive, s-a considerat că acestea sunt cele care nu prezintă o legătură rezonabilă cu valoarea economică a produselor sau serviciilor prestate. În contextul actual, autoritățile în domeniu au apelat și la compararea prețurilor cu cele percepute pentru produse similare în alte state membre și a definit prețurile excesive ca fiind

¹² Conceptul a fost întâlnit pentru prima dată în Decizia Comisiei din 19 aprilie 1977 privind societatea *ABG Oil Companies* din Olanda, publicată în JOCE seria L nr. 117/09.05.1977, p. 1 *et seq.*.

cele care constant și în mod semnificativ se situează deasupra nivelului concurențial, stabilit conform unor criterii obiective, adecvate și verificabile¹³.

Abordarea autorităților europene¹⁴ în ceea ce privește aplicarea politicii în domeniul concurenței s-a axat astfel pe înțelegerea nevoii de cooperare a întreprinderilor, astfel încât să se asigure cadrul legal pentru cooperarea dintre întreprinderi care ar fi necesară pentru asigurarea aprovizionării și a distribuției produselor către consumatori. Astfel, autoritățile nu au sancționat înțelegerile temporare sau măsurile necesare adoptate pentru suplinirea unor lacune din lanțurile de aprovizionare. S-a considerat astfel, că asemenea înțelegeri, deși generează restrângeri temporare ale concurenței, contribuie la obținerea unor câștiguri în eficiență, care aduc beneficii nete consumatorilor. În același timp, autoritățile europene în domeniul concurenței, precum și Rețeaua Europeană a Concurenței au fost deschise să ofere consultanță pentru întreprinderi, astfel încât acestea să nu aibă probleme în aplicarea reglementărilor.

Perioada pandemică și post-pandemică în aplicarea politicii în domeniul concurenței s-a axat astfel pe idea asigurării bunăstării consumatorilor, astfel încât aceștia să aibă acces la produse considerate esențiale din perspectiva protejării sănătății consumatorilor la prețuri accesibile (ex. produse sanitare esențiale, măști de protecție, vaccinuri, geluri

¹³ A se vedea Hotărârea Curții din 17 septembrie 2017 în cauza C-117/16 *Autortiesību un komunikēšanās konsultāciju aģentūra/Latvijas Autoru apvienība c. Konkurences padome*, ECLI:EU:C:2017:689, par. 35-37.

¹⁴ A se vedea și declarația comună elaborată la nivelul Rețelei Europene în domeniul concurenței, *Antitrust: Joint statement by the European Competition Network (ECN) on application of competition law during the Corona crisis*, online: https://ec.europa.eu/competition/ecn/202003_joint-statement_ecn_corona-crisis.pdf.

antibacteriene etc.). În același timp, scopul a fost prevenirea și sancționarea comportamentelor de afaceri care ar fi dus la creșterea nejustificată și exagerată a prețurilor și perturbarea nejustificată a lanțurilor de producție și distribuție.

III. Investițiile în acțiuni de responsabilitate socială a întreprinderilor ca strategie de adaptare a întreprinderilor la situațiile de criză economică

A. Responsabilitatea socială a întreprinderilor. Importanță, concept și tipologie

Din punct de vedere conceptual¹⁵, responsabilitatea socială a companiilor poate fi definită ca fiind suma inițiativelor de afaceri ale societăților comerciale legate de etică și sustenabilitate și care prezintă impact social, contribuind la realizarea misiunii societății respective în lume și care influențează modul în care întreprinderea este percepută în societate.

Întreprinderile din zilele noastre sunt organizații ale căror misiune merge dincolo de maximizarea profiturilor și care deopotrivă fac parte și din viața socială a comunităților în cadrul cărora își desfășoară activitatea.

Potrivit principiilor de governanță corporativă ale OCDE¹⁶, responsabilitatea socială este asociată cu conceptul bunei guvernante corporative și influențează în mod pozitiv comportamentul consumatorilor,

¹⁵ A se vedea S. O. IDOWU, *Dictionary of Corporate Social Responsibility: CSR, Sustainability, Ethics and Governance*, Ed. Springer, Londra, 2015, p. 25.

¹⁶ OECD, *The Future of Corporate Governance in Capital Markets following the COVID-19 Crisis*, OECD Publishing, online: <https://www.oecd.org/corporate/OECD-Corporate-Governance-Factbook.pdf>.

aceștia având o percepție pozitivă asupra întreprinderilor care se angajează în astfel de practici. Scopul întreprinderilor este, până la urmă să își găsească un echilibru între a realiza un profit la nivelul întreprinderii și a crea valoare economică pentru acționari, iar la nivel social să contribuie la creșterea bunăstării sociale, prin reducerea șomajului și creșterea produsului național brut.

Acțiunile de responsabilitate socială a întreprinderilor sunt considerate și mai importante în perioadele de criză financiară, când se consideră că implicarea societății în astfel de practici contribuie la îmbunătățirea imaginii societății și a încrederii consumatorilor în serviciile oferite de aceasta. Totuși, crizele financiare influențează în mod negativ investițiile companiilor în proiecte sociale, în contextul tendințelor generale ale societăților de a reduce costurile de funcționare.

În ceea ce privește tipologia acțiunilor de responsabilitate socială, literatura de specialitate¹⁷ face distincția între: responsabilitatea socială a întreprinderilor legată de mediu, responsabilitatea socială privind protecția drepturilor fundamentale și aspecte legate de etica în afaceri, responsabilitatea socială de tip filantropic și responsabilitatea economică.

*Responsabilitatea socială a întreprinderilor legată de aspecte privind protecția mediului înconjurător*¹⁸ are în vedere angajamentele societății privind sustenabilitatea, precum și un mod de desfășurare a activității prietenos cu mediul înconjurător, prin luarea unor măsuri privind

¹⁷ Pentru mai multe detalii în acest sens: K. HANSEN, C. SIERESTAD, *Corporate Social Responsibility and Diversity Management*, Ed. Springer, Elveția, 2017, p. 51 *et seq.*

¹⁸ A se vedea pentru mai multe detalii și pentru conceptul mai larg al guvernancei corporative de mediu T. DATHE, R. Dathe, I. DATHE, M. HELMOLD, *Corporate Social Responsibility (CSR), Sustainability and Environmental Social Governance*, Ed. Springer, Elveția, 2022, p. 115.

reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră, optând pentru utilizarea unor materii prime ecologice, evitând utilizarea materialelor plastice de unică folosință și în general, prin păstrarea grijii față de mediu în centrul tuturor operațiunilor desfășurate. Totodată, grija față de mediu nu poate exista fără angajamentul întreprinderii și a angajaților săi față de ideea dezvoltării durabile, ca parte a misiunii generale a societății.

*Responsabilitatea etică*¹⁹ a societăților comerciale are în vedere angajamentul acestora față de strategii de afaceri etice care respectă principiile unei concurențe loiale, precum și drepturile fundamentale ale actorilor implicați. Responsabilitatea etică vizează așadar evitarea oricăror forme de discriminare la locul de muncă, pe considerente legate de rasă, naționalitate, sex, vârstă, confesiune, opinie politică ș.a., garantarea salariului minim echitabil și evitarea formelor de exploatare prin muncă.

*Responsabilitatea filantropică*²⁰ a societăților privește orientarea acțiunilor societății spre binele societății în general, prin implicarea societății în acțiuni de binefacere care servesc binele comunității locale în care societatea își desfășoară activitatea sau legate de binele societății în general, crescând astfel încrederea socială în acțiunile întreprinderii.

În cele din urmă, *responsabilitatea economică* a societății se referă la adoptarea unor decizii financiare la nivelul întreprinderii, având în vedere binele general, cum ar fi investițiile efectuate în sursele de energie regenerabilă, reducerea costurilor de producție, investiții în programe educaționale și în programe caritabile.

¹⁹ Pentru detalii legat de subiect: S. BOUBAKER, D. K. NGUYEN, *Corporate Social Responsibility, Ethics and Sustainable Prosperity*, Ed. World Scientific, 2019, p. VI.

²⁰ A se vedea și M. HOPKINS, *Corporate Social Responsibility and International Development: Is Business the Solution?*, Ed. Eathscan, Londra, 2007, p. 113.

În afară de tipurile de responsabilitate socială menționată mai sus, companiile se pot angaja în acțiuni sociale menite să promoveze diversitatea și incluziunea socială, prin promovarea guvernantei corporative bune, prin investiții în bunăstarea fizică și în sănătatea mentală a angajaților, prin implicarea în acțiuni de voluntariat, prin prioritizarea lanțurilor de aprovizionare prietenoase cu mediul ș.a.

B. Responsabilitatea socială a întreprinderilor în contextul crizei economice, o strategie de adaptare la criză?

Conform literaturii de specialitate²¹, implicarea societății în acțiuni de responsabilitate socială în perioadele de recesiune economică este asociată cu o percepție mai bună a întreprinderii în mediul de afaceri, precum și cu un grad ridicat de încredere al consumatorilor în produsele și serviciile oferite de întreprinderea în cauză.

Recesiunea economică²², a fost definită ca fiind o descreștere semnificativă a activității economice la nivelul întregii economii, scădere care se reflectă și în nivelurile produsului național brut. La nivelul întreprinderilor, perioadele de criză sunt caracterizate de reducerea încasărilor, precum și prin reducerea lichidităților, urmate în general de reducerea costurilor legate de activitățile de cercetare și dezvoltare sau de marketing, precum și al celorla legate de responsabilitatea socială.

Deși strategia comună a întreprinderilor este să reducă investițiile în acțiunile de responsabilitate socială și în marketing, acestea contribuie la

²¹ B. HERRIGAN, *Corporate Social Responsibility in the 21st Century: Debates, Models and Practices Across Government, Law and Business*, Ed. Edward Elgar, Cheltenham, 2010, p. 13.

²² M. OBSTFELD, D. CHO, A. MASON, *Global Economic Crisis: Impacts, Transmission and Recovery*, Ed. Edward Elgar, Cheltenham, 2012, p. 235.

creșterea valorii afacerilor consacrate în ochii consumatorilor în perioadele de criză, ceea ce atrage concluzia, că investițiile întreprinderilor în acestea ar putea reprezenta una dintre strategiile prin care firmele ar putea face față efectelor negative ale crizelor economice.

În special, investițiile în acțiunile de responsabilitate socială constituie un mijloc de diferențiere a companiei și a mărcilor oferite de aceasta pe piață, fiind un element important al construirii loialității de marcă și al deciziilor de achiziție a consumatorilor. Astfel, deși crizele economice au un impact general negativ, ele pot ascunde și oportunități de dezvoltare pentru firmele care reușesc să exploateze potențialul economic al contextului.

S-a demonstrat, faptul că în perioadele de criză consumatorii caută predictibilitate, stabilitate, o reducere a riscurilor asumate prin achiziții, bazându-și alegerile pe mărcile de încredere, în defavoarea încercării unor produse/mărci neconsacrate, investind în produse care oferă un cost/utilizare mai redus și o încredere mărită în durabilitatea produsului, alocând în acest sens mai mult timp alegerii unui produs de încredere²³.

Pe de altă parte, critica majoră adusă investițiilor efectuate în activitățile de responsabilitate socială vizează faptul, că scopul major al organizațiilor este să ofere produse și servicii care aduc profit întreprinderilor și să nu investească în acțiuni care duc la o scădere a veniturilor, scopul principal al întreprinderilor fiind acela de maximizare a profiturilor²⁴. În legătură cu acest argument, reținem, că deși pe termen scurt investițiile în

²³ A. BHATTACHARYA, V. GOOD, H. SARDASHTI, „*Doing good when times are bad: the impact of CSR on brands during recessions*” în *European Journal of Marketing*, vol. 54, no. 9/2020, p. 2055 et seq..

²⁴ Y. KARAIBRAHIMOGLU, „*Corporate Social responsibility in Times of Financial Crises*” în *African Journal of Business Management* ianuarie 2010, p. 382.

acțiuni sociale implică o cheltuială la nivelul întreprinderii, aceasta reprezintă o posibilă sursă a maximizării profiturilor pe termen lung.

Astfel, un studiu economic relevant efectuat în context pandemic a scos la iveală faptul că 42% dintre respondenți au raportat o afectare a poziției economice a companiei ca efect al impactului economic al pandemiei, în timp ce 28% dintre respondenți au raportat creșteri ale valorii produselor și serviciilor oferite de companiile lor, acestea din urmă fiind întreprinderile care au identificat oportunități de creștere ale companiilor²⁵ lor prin adaptarea strategiilor lor de afaceri la contextul social și economic (prin digitalizare, investiții în proiecte sociale, adaptarea produselor și serviciilor la nevoile noi ale consumatorilor, crearea de parteneriate de afaceri, adaptări în lanțurile de aprovizionare, schimbări la nivel logistic, crearea unor produse inovative – ex. telemedicină, abonamente de fitness online etc.).

²⁵ Pentru mai multe detalii privind aceste oportunități a se consulta *Comunicare a Comisiei Către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor - O politică în domeniul concurenței adaptată noilor provocări*, Bruxelles, 18.11.2021 COM(2021) 713 final, online <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=COM:2021:713:FIN>.

IV. Concluzii

Din perspectiva aplicării politicii în domeniul concurenței în contextul crizei, cea mai bună strategie se dovedește a fi o aplicare mai strictă și mai riguroasă a politicii în domeniul concurenței față de întreprinderi.

În acest sens, autoritățile naționale și europene în domeniul concurenței trebuie să se asigure că prin politicile lor nu ridică obstacole suplimentare în calea întreprinderilor, dar nici nu permit denaturări ale procesului concurențial nejustificate de necesitatea de a face față contextului economic actual.

Soluția constă în crearea unor piețe competitive care respectă principiile unei concurențe sănătoase, chiar și în contextul crizei economice și unde companiile încearcă să se adapteze cerințelor consumatorilor și să se implice în viața comunităților unde își desfășoară activitatea.