

Усилия для решения проблем климатического кризиса и утраты биоразнообразия

Нам нужны решительные действия для преодоления глобальных кризисов изменения климата и утраты биоразнообразия. Для этого необходимо сократить выбросы парниковых газов, количество отходов и снизить потребление ресурсов во всех секторах. Как потребительское движение мы можем внести в общее дело свой вклад, сосредоточив усилия на тех секторах, в которых потребители являются конечными пользователями, в которых создаются новые законодательные рамки, а также в тех секторах, где у организаций потребителей имеются опыт, знания, силы и пространство для осуществления действий – в первую очередь это энергетика и продовольствие. Именно здесь движение потребителей способно оказать наибольшее влияние. Данный справочный материал посвящен роли потребителей в инициировании изменений и оказании помощи в создании более устойчивой циркулярной модели потребления.

В настоящее время мы заперты в рамках экономической модели, которая базируется на применении углеводородного топлива и образует огромное количество отходов, в рамках которой развитие и рост связаны с использованием ресурсов. Всем нам жизненно важно изменить глобальную модель потребления. Но сделать это нужно таким образом, чтобы обеспечить, а не подорвать прогресс в решении проблем нищеты, голода, неравенства, плохого здравоохранения и недостатка жилья. Указанные проблемы наносят существенный ущерб народам всех стран мира и наиболее остро ощущаются в странах южного полушария, где вопросы изменения климата оказывает особенно сильное негативное влияние.

Лидеры стран всего мира объединили усилия для решения проблем климатического кризиса и утраты биоразнообразия. Наиболее важными из этих глобальных обязательств являются:

- Climate goals (Paris 2015) | Климатические цели | (Париж, 2015) – Парижское соглашение направлено на то, чтобы не допустить превышения глобальной среднегодовой температуры на планете в текущем столетии более чем на 2°C от доиндустриального уровня и сделать все возможное для удержания потепления в пределах 1,5°C.

- Sustainable Development Goals 2030 (SDGs) | Цели в области устойчивого развития на период до 2030 года (ЦУР)

- Представляют собой амбициозный пакет из 17 глобальных целей на период до 2030 года, устанавливающие новую парадигму экономического и социального развития, включая множество целей, связанных с решением экологических проблем. Однако, по прогнозам, человечество не сможет достичь всех целей в области устойчивого развития и Парижского соглашения. Чтобы избежать этого, нам требуются быстрые, многосторонние действия и интенсивные глобальные усилия. Что такое устойчивое потребление?

Устойчивое потребление направлено на повышение эффективности использования ресурсов и развитие справедливой торговли при одновременном снижении уровня бедности и предоставлении каждому возможности иметь хорошее качество жизни, доступ к еде, воде, энергии, медицине и многим другим благам. Устойчивое потребление не только поможет нам сохранить планету для будущих поколений, но принесет близкие выгоды в более близкой перспективе. Так, помощь людям в отказе от использования некачественного, небезопасного топлива из биомассы принесет пользу не только окружающей среде, но и здоровью людей.

Переход к более устойчивой экономической модели может происходить справедливым или несправедливым образом. Мы считаем, что наряду с сохранением наших основных природных ресурсов любой переходный процесс также должен обеспечивать социальную справедливость, права человека и его потребности. Любая будущая система должна предлагать справедливые цены, безопасные и высококачественные товары, открытый доступ, уважение человеческого достоинства и конфиденциальности, как это предусмотрено основными правами и потребностями потребителей. Любые несправедливые механизмы, нечестные меры поощрения или наказания должны быть исключены из такой системы. Напротив, необходимо привлекать и мотивировать потребителей, делая выбор устойчивой рациональной модели потребления простым и доступным. Если мы не выполним этих условий, увеличатся риски появления ответной негативной реакции на усилия по обеспечению устойчивости потребления, а потребители останутся в стороне.

Если бы все жили так, как живет среднестатистический житель Западной Европы, нам потребовались бы ресурсы трех таких планет, как наша. А для обеспечения каждому уровня жизни американца потребовалось бы уже пять таких планет. Поскольку располагаемые доходы людей в странах с развивающимися экономиками растут, наблюдается рост спроса на потребительские товары, что требует дополнительных ресурсов планеты. Всемирный день экологического долга, то есть день, в который мы потребляем все ресурсы планеты за год, каждый раз отмечается все раньше и раньше. В 2019 году этот день пришелся уже на 29 июля. Каждый из нас должен не только снизить потребление, но и изменить сам его способ.

ПЕРЕХОД К ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКЕ НИЗКОГО ЭНЕРГОПОТРЕБЛЕНИЯ

Решением проблемы чрезмерного потребления является переход к модели циркулярной экономики. Это означает отказ от модели «забрать, изготовить, выбросить» к модели, в которой отходы не выбрасываются из системы, а повторно используются и регенерируются. Это в свою очередь означает более эффективное использование меньшего количества ресурсов, а также разработку и производство изделий, которые можно ремонтировать, использовать повторно или перерабатывать. Такая модель поможет затормозить изменение климата и обратить вспять процесс утраты биоразнообразия. Уже сегодня есть несколько положительных примеров компаний, принявших эту модель на вооружение. Так, Timberland выпускает обувь из переработанных шин, DyeCoo разработала не требующий воды и применения каких-либо химических веществ, кроме самих красителей, способ окрашивания тканей.

РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Люди во всем мире начинают понимать всю серьезность экологического кризиса и воспринимают его сегодня как одну из основных угроз для своих стран, причем значительно возросшую с 2013 года. Потребители являются важным компонентом любой системы производства и потребления и имеют решающее значение для успеха любых изменений. Выбор, который мы делаем как потребители, дает нам возможность влиять на мир вокруг нас и способствовать изменениям. К основным способам, посредством которых потребители могут влиять на окружающий мир, относятся, в частности: выбор используемых ими продуктов и услуг; то, как именно потребители распоряжаются продуктами по окончании их жизненного цикла; то, как потребители добиваются изменения системы, например, цепочек поставок или регулирования. Тем не менее, даже будучи очень мощной экономической группой в рамках действующей модели, потребители не всегда в состоянии повлиять на систему в необходимых масштабах. Понимание и раскрытие потенциала потребителей повлиять на систему в большей степени поможет в более быстром осуществлении значительных изменений.

Система – это все составляющие индустрии, от производства и розничной торговли до потребления и утилизации, включая все взаимосвязи между различными элементами и совокупность всех процессов в целом.

1. Выбор, который мы делаем

Спрос на устойчивые продукты растет, особенно среди молодых потребителей. Глобальные исследования показали, что 66% потребителей заявляют о своей готовности платить больше за бренды, предлагающие устойчивые товары. Однако, различные исследования показывают, что в реальности покупки устойчивых продуктов составляют всего 20-30% (см. здесь и здесь). Как правило, выбор устойчивых продуктов оказывается для потребителей делом непростым, требующим от них определенных усилий на изучение вопроса и поиск надлежащего товара, изменения характера своего поведения как потребителя и больших трат.

Однако выбор потребителя может повлиять на систему и без фактических покупок. Требуя улучшения инфраструктуры для устойчивых покупок, мы тем самым можем стимулировать дальнейшее распространение устойчивых продуктов. Так, если вы покупаете воду в многоразовой таре, вы можете призвать свои местные органы управления или компанию-поставщика предоставить вам бесплатную воду для ее наполнения. Там, где бесплатная вода становится

доступной в большем количестве мест, все больше людей предпочитают покупать воду в многоразовых бутылках. Так потребители становятся мощным фактором циркулярной экономики.

Барьеры для потребителей, выбирающих устойчивую модель потребления, должны быть устранены – путем расширения доступа, повышение экономической доступности, улучшения потребительских качеств устойчивых товаров и иными способами.

Как потребители пользуются продуктами и услугами

Доступ к энергии является одним из ключевых факторов инклюзивного роста, однако производство и использование энергии одновременно является одним из основных факторов, способствующих росту выбросов парниковых газов и изменению климата. Во многих менее экономически развитых частях мира потребители не имеют доступа к энергии, в Африке доступ к ней имеют немногим более 40%, а в мире около трех миллиардов человек зависят от топливных пожаров, наносящих ущерб здоровью. Критические вопросы включают в себя неопределенность поставок энергии и цен, особенно в местах, сильно зависящих от импорта энергоносителей, или там, где существует риск экстремальных погодных условий. Тем не менее, доля возобновляемых источников энергии растет (7,9% в 2018 г.) - треть мировых энергетических мощностей в настоящее время базируется на возобновляемых источниках энергии. Однако переход на возобновляемые источники энергии может стать сложной задачей для потребителей.

Потребители должны иметь более легкий доступ к безопасной, устойчивой и доступной по цене энергии, иметь четкую информацию о способах снижения энергопотребления. Членская организация из Йемена проводила кампанию за безопасное использование солнечных энергосистем в качестве решения энергетических проблем, с которыми сталкиваются потребители, особенно во время конфликта в стране.

Членская организация из Нидерландов Consumentenbond управляет энергетическим коллективом, в котором потребители объединяются для получения большей власти на переговорах с энергетическими компаниями. Компании участвуют в тендере на ведение коллективного бизнеса, при этом выигравший поставщик обязуется поставлять 100% европейской "зеленой" энергии.

Продукты питания

Вклад продовольственных систем в общемировые выбросы парниковых газов составляет до 37%. Производство продуктов питания, особенно животноводство, приводит к высокому энергопотреблению, вырубке лесов, увеличению выбросов парниковых газов и чрезмерному использованию воды. 60% нашего пластика, большая часть которого поступает из пищевой промышленности, попадает на свалки или в окружающую среду. Сельское хозяйство и земледелие внесло свою лепту в значительное сокращение биоразнообразия почвы и генетического разнообразия сельскохозяйственных культур и видов скота. Из 6000 видов растений, выращиваемых для производства продуктов питания, только на девять из них приходится 66 процентов глобального производства сельскохозяйственных культур. Указанные проблемы еще более усугубляются тем фактом, что к 2030 году планета должна будет прокормить дополнительно еще один миллиард человек.

Потребители могут сыграть здесь свою роль, потребляя сезонные продукты местного производства и снизив потребление продуктов животного происхождения, а также покупая продукты питания у производителей, применяющих более устойчивые методы. В частности, растительная диета сокращает использование земель на 76% по сравнению с употреблением в пищу мяса, поэтому замена потребляемого мяса альтернативными источниками белка является одним из способов обеспечения большей устойчивости. Тем не менее, потребление мяса в некоторых регионах мира растет – в Азии к 2050 году этот рост составит по прогнозам 78% (хотя даже этот рост лишь приблизит уровень потребления мяса к текущему уровню потребления в Северной Америке).

Как потребители утилизируют/повторно используют товары

В среднем каждый человек генерирует 0,74 кг отходов в день, что примерно равно весу двух полных тарелок. Страны с высокими доходами (16% населения мира) производят 34% отходов. Ожидается, что к 2050 году количество мировых отходов вырастет до 3,4 млрд. тонн, то есть в два раза больше, чем рост населения за этот же период. 30% – 40% всех производимых в мире продуктов питания портятся или выбрасываются. В общемировом масштабе было переработано только 9% всего когда-либо произведенного пластика, 79% этого пластика находится на свалках или в окружающей среде, и 12% сожжено.

Каждый год генерируется 50 миллионов тонн электронных отходов. По прогнозам, к 2050 году этот показатель достигнет 120 млн. тонн. Электронные отходы выделяют высокотоксичные химические вещества, воздействующие как непосредственно на место их хранения, так и на осуществляющих их переработку людей. Не так давно исследователи обнаружили, что яйца кур из района Агбоглоши в столице Ганы Аккре, где жители разбивают электронный лом, чтобы извлечь из него металлы, содержат, среди прочих вредных веществ, диоксиды хлора, в 220 раз превышающие ПДК Европейского агентства по безопасности продуктов питания. Если бы мы более эффективно обращались с нашими электронными отходами, мы бы не только избавились от существенного загрязнителя окружающей среды, но смогли бы извлечь из отработавших свое устройств существенные материальные ценности, составляющие в общемировом масштабе 62,5 миллиарда долларов.

«Трудно представить себе даже 50 миллионов тонн. Для сравнения, по весу это эквивалентно 4500 Эйфелевым башням, которых достаточно для покрытия территории размером с Манхэттен – и этот электронный лом мы производим всего за год».

Призыв к переменам

73% потребителей заявляют о своей твердой готовности изменить свои привычки потребления для снижения воздействия на окружающую среду. Однако на этом пути существует ряд барьеров – цены, доступ, информационная перегрузка. Потребители могут призывать к ликвидации этих барьеров, требовать большей прозрачности цепочек поставок, лоббировать принятие государствами соответствующих законов или стимулов для внедрения наилучших практик. Потребители уже проявляют высокую активность в вопросах защиты окружающей среды – это климатические забастовки и бойкотирование не придерживающихся принципов устойчивого потребления брендов. У всего этого есть огромный потенциал дальнейшего развития.

ЧТО НУЖНО ПОТРЕБИТЕЛЯМ

Чтобы иметь возможность осуществить собственный экологический выбор, который всем нам нужно сделать, потребителям необходимы доступ и информация. Должна присутствовать соответствующая инфраструктура, отвечающая обязательствам, которые принимают на себя потребители. Устойчивое потребление должно стать простым и легким выбором.

Нам всем необходимо работать над тем, чтобы избежать путаницы в отношении того, как совершать покупки устойчивых товаров. Для этого необходимо, чтобы производители, розничные продавцы и политики предпринимали все возможные меры для того, чтобы сделать товары безопасными, долговечными и ресурсоэффективными, до того как они предоставят потребителям ясную и надежную информацию, определяющую их выбор.

Впереди нас ждут серьезные вызовы, и, чтобы справиться с ними, нам понадобятся новые технологии. Вот лишь несколько примеров того, как технологии могут поддержать переход к более устойчивому и рациональному потреблению:

- Создание выращиваемых в лабораторных условиях или растительных альтернатив мяса;
- Интеллектуальные счетчики энергии для мониторинга индивидуального и общегородского потребления энергии
- Электромобили
- Датчики IoT, помогающие энергетическим компаниям снижать выбросы (и одновременно бороться с потерями товарного газа).

РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Защита прав потребителей и движение потребителей могут сыграть важную роль в построении более устойчивого мира. Защита и расширение прав и возможностей потребителей всегда были связаны с обеспечением здоровой, устойчивой окружающей среды, справедливого распределения ресурсов и созданием экономических систем, работающих для людей как потребителей. Принципы защиты интересов потребителей, в том виде, в котором они определены ООН, также могут быть полезным инструментом обеспечения более справедливого перехода к устойчивой, циркулярной модели экономики. Некоторые из этих принципов прямо указывают на устойчивое потребление, другие имеют критически важное значение с точки зрения достижения ЦУР и реализации подходов циркулярной экономики.

- Доступ к основным товарам и услугам
- Защита уязвимых и обездоленных потребителей
- Защита от угроз здоровью и безопасности
- Продвижение и защита экономических интересов потребителей
- Доступ к достоверной и полной информации, позволяющей сделать осознанный выбор
- Просвещение потребителей, в том числе по вопросам в части экологических, социальных и экономических последствиях выбора потребителей
- Наличие эффективных механизмов урегулирования споров и выплат компенсаций
- Свобода создания групп и организаций потребителей и представления их взглядов при принятии решений
- Продвижение рациональных моделей потребления
- Защита в электронной коммерции в степени, не меньшей чем в других формах торговли
- Защита конфиденциальности и глобальный свободный поток информации