

Cum promovăm consumul sustenabil

Deputații europeni solicită noi măsuri care promovează o cultură axată pe reparații și reutilizare și care sprijină afacerile cu obiecte uzate și reparatorii locali.



©AdobeStock/Olexandr

Miercuri, 25 noiembrie, deputații europeni [au adoptat](#) o rezoluție prin care propuneau o serie de măsuri concrete pentru a promova consumul sustenabil pe piața unică europeană, inclusiv „dreptul la reparație”.

De ce este importantă încurajarea consumului sustenabil?

În [raportul privind o piață unică mai sustenabilă](#), elaborat de deputatul francez din Grupul Verzilor/ALE, [David Cormand](#), se observă că în 2019 ziua în care amprenta ecologică a continentului european a depășit capacitatea ecosistemelor planetei a fost 10 mai, și că ar fi necesare 2,8 planete Pământ dacă toți ar consuma ca europenii.

Ei mai afirmă că sistemul actual de obsolescență programată și lipsa accesului la piesele de schimb, la informații privind garanțiile și posibilitățile de reparare îi obligă pe oameni să cumpere noi obiecte în loc să le repare. Circa 59 % dintre consumatori nu știu că perioada de garanție legală din UE este de cel puțin doi ani.

[Aflați mai multe despre importanța și beneficiile economiei circulare](#)

Atitudinea europenilor față de reutilizare și reparații în cifre

Mai reiese destul de clar că există o cerere publică pentru sustenabilitate. Potrivit unui sondaj Eurobarometru, **77 %** dintre europeni încearcă să repare produsele înainte de a cumpăra altele noi; iar [studiul comportamental al Comisiei din 2018](#) arată că probabilitatea ca consumatorii să cumpere un produs este de trei ori mai mare dacă acesta este etichetat ca fiind durabil și reparabil. Aproximativ **79 %** dintre cetățenii UE afirmă că producătorii de dispozitive digitale ar trebui să aibă obligația de a facilita repararea sau înlocuirea pieselor individuale.

[Iată principalele date și cifre despre gestionarea deșeurilor în UE](#)

Cum doresc deputații europeni să atingem un consum durabil?

Elementul principal al raportului este un apel la instituirea unui veritabil „**drept la reparație**”. Reparațiile ar trebui să fie simple și la prețuri accesibile. Eurodeputații doresc un acces mai bun la informații privind reparațiile, promovarea reparațiilor la domiciliu, susținerea reparatorilor locali și independenți și introducerea reparațiilor în garanție. Ei mai vor să soluționeze problema drepturilor de proprietate intelectuală care acordă dreptul de a efectua reparația numai proiectantului sau distribuitorului.

În plus, solicită ca legislația privind **etichetarea** să indice durabilitatea și posibilitatea de reparare a unui produs.

Deputații europeni doresc să promoveze o **cultură a reutilizării**. Încrederea consumatorilor în produsele de mână a doua trebuie să fie însoțită atât de transparență, cât și de garanții privind starea produselor. Ei salută modelele de afaceri bazate pe închiriere, dar sugerează că acestea ar trebui examinate îndeaproape pentru a le garanta viabilitatea pe termen lung.

Eurodeputații sugerează că **tehnologia digitală** ar putea fi utilizată pentru a promova o piață sustenabilă prin crearea unei baze de date comune și a unui pașaport al produselor, pentru o mai bună urmărire a acestora și a componentelor lor de-a lungul întregului lanț valoric;

schimburile de informații între producători și consumatori, și o supraveghere mai eficientă a pieței. Este necesară o analiză temeinică pentru a înțelege dacă o anumită tehnologie respectă mediul pe durata întregului său ciclu de viață, de la extracția materiilor prime, reutilizarea materiei secundare, producerea, transportul și utilizarea bunului până la tratarea sa la sfârșitul ciclului de viață.

Ei mai arată că poate apărea efectul de recul, atunci când creșterea eficienței unui produs sau a unui serviciu duce la scăderea prețului, determinând astfel creșterea producției și a consumului.

Rapoartele solicită instituțiilor publice, care reprezintă 16 % din PIB-ul UE, să dea un exemplu, acordând prioritate companiilor mici, locale și sustenabile în cadrul **licitațiilor publice**.

Deputații europeni pledează totodată pentru o **publicitate** mai responsabilă, inclusiv norme care să reglementeze extragerea datelor cu caracter personal pentru reclame personalizate și „dezinformarea ecologică” (greenwashing), care creează impresia falsă că un produs este mai ecologic decât este în realitate.

Citiți mai multe despre cum reglementează UE dezinformarea ecologică și afirmațiile privind durabilitatea.

Mai multe informații

[Fișa de procedură](#)
[Comisia IMCO](#)