



КонфОП

Международная конфедерация
обществ потребителей

Наше право — быть услышанными!

Всемирный день прав потребителей 2021:
Решить проблему пластикового загрязнения
планеты

Дмитрий Янин

Председатель Правления

Международная конфедерация обществ потребителей (КонфОП)

12 марта 2021 года

Отмечается каждый год 15 марта.

Тему выбирает Всемирная организация потребителей (Consumers International).

Всемирный день прав потребителей 2021:

Решить проблему пластикового загрязнения планеты!

Потребительские организации по всему миру проводят мероприятия и собирают фотоматериалы для глобальной кампании.



Если бы все жили так, как живет среднестатистический житель Западной Европы, нам потребовались бы ресурсы **трех таких планет, как наша.** Как американец – пяти.

По всему миру каждую минуту продается почти **миллион пластиковых бутылок,**

а пять триллионов кусков пластика плавают в наших океанах.

Источники: FAO, National Geographic, WWF



Ежегодно **50 процентов** производимых пластмасс составляют **одноразовые пластиковые изделия**.

Половина всех пластмасс, которые когда-либо производились, была произведена **за последние 15 лет**.

40% производимых пластмасс упаковывается и выбрасывается после **одного использования**.

Источники: National Geographic, Plastic Oceans



Принцип 7R

Rethink (переосмысление):

- Переосмыслить, требуется ли товару упаковка
- Использовать продукты дольше
- Работать с другими сторонами для перепроектирования системы потребления пластика
- Использовать концентрированные бытовые и косметические продукты

Refuse (отказ):

- Отказаться от ненужной упаковки - покупать неупакованный товар/товар на развес
- Требовать использования альтернативных материалов



Принцип 7R

Reduce (сокращение):

- Стремиться уменьшить количество приобретаемых товаров
- Сократить потребление и покупку пластика

Reuse (повторное использование):

- Повторно использовать упаковочные материалы
- Использовать многоразовые сумки и бутылки



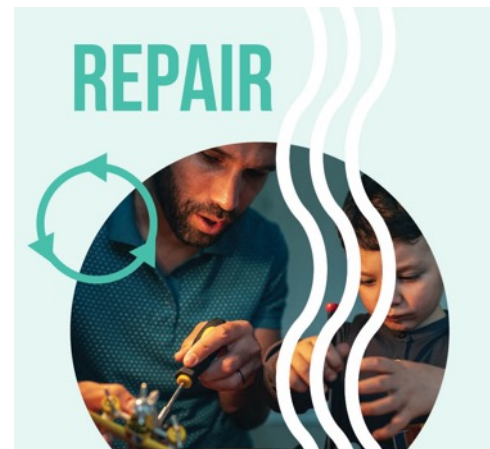
Принцип 7R

Repair (ремонт):

- Ремонтить сломанные или поврежденные товары
- Заменять компоненты товаров для ремонта и продления срока их службы

Replace (замена):

- Использовать альтернативные материалы по сравнению с пластмассами
- Заменить пластиковые предметы одноразового использования на многоразовые продукты



Принцип 7R

Recycle (переработка):

- Узнавать, какие материалы могут быть переработаны в регионе и ответственно утилизированы
- Требовать, чтобы больше материалов можно было переработать
- Требовать доступа к лучшей инфраструктуре для отдельного сбора отходов
- Узнавать, что означает маркировка на упаковке, и следовать инструкциям по переработке



Доклад Всемирной организации потребителей и международной платформы «Одна планета» (The One Planet Network, проект Программы ООН по окружающей среде, ЮНЕП)

1. Бизнес должен **следовать Руководящим принципам** предоставления информации об экологичности товара (2017).
2. Определения, которые касаются содержания и утилизации пластиковой упаковки должны быть **гармонизированы на глобальном уровне**.
3. Стандарты, маркировка и заявления производителей должны лучше отражать **фактические условия переработки материала**.
4. **Петля Мебиуса** должна использоваться только в случае, когда маркируется **возможность переработки материала**.
5. Маркировки перерабатываемости упаковки должны быть **информативными и проверяемыми**. Они должны стать обязательными к использованию.

“CAN I RECYCLE THIS?”

A GLOBAL MAPPING AND ASSESSMENT OF STANDARDS, LABELS AND CLAIMS ON PLASTIC PACKAGING

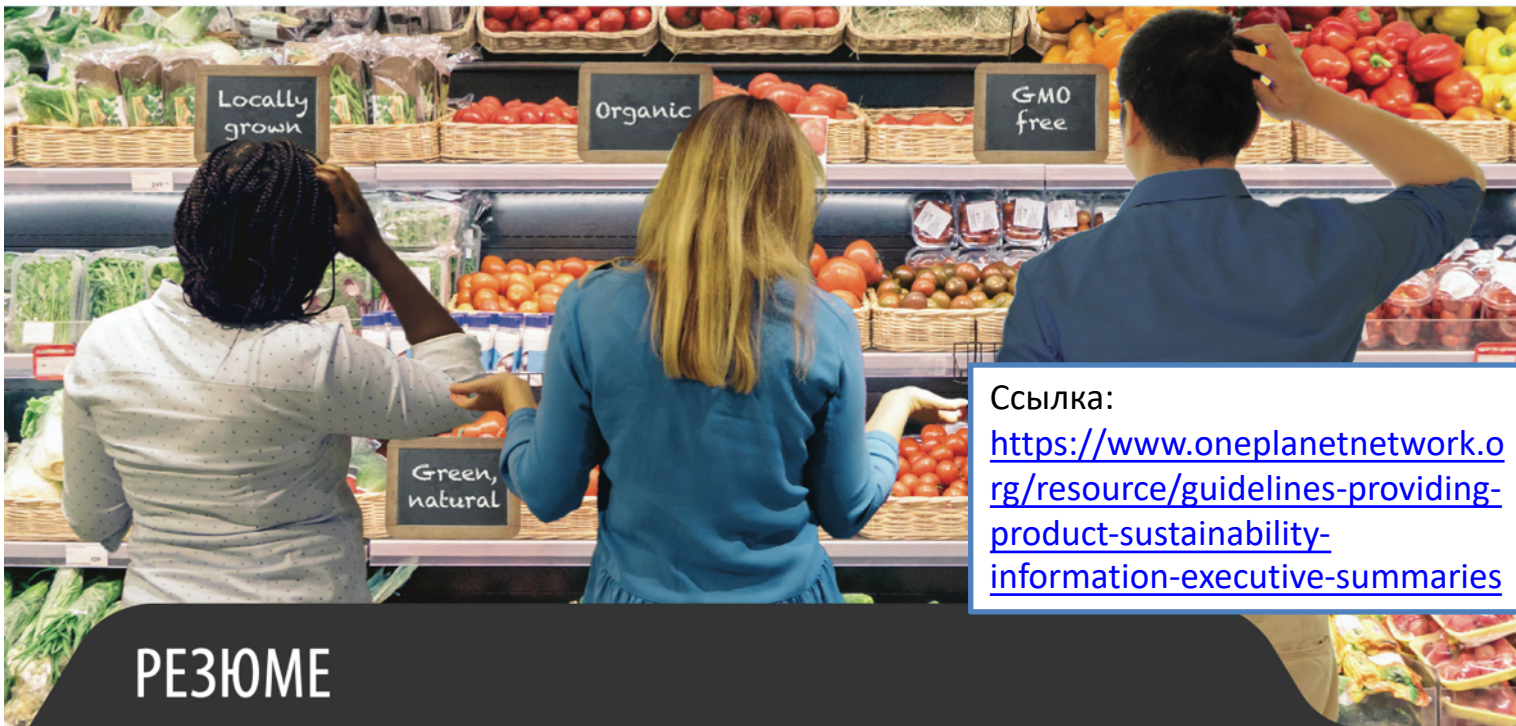




Программа информирования потребителей



Центр по международной торговле



Ссылка:
<https://www.oneplanetnetwork.org/resource/guidelines-providing-product-sustainability-information-executive-summaries>

РЕЗЮМЕ

Руководящие принципы представления информации об экологичности товара

Основополагающие принципы



ДОСТОВЕРНОСТЬ

Формулирование доводов в пользу товара на основе проверенных данных

- Точность и научная доказанность
- Надежность и непротиворечивость
- Обоснованность используемых данных и доводов



АКТУАЛЬНОСТЬ

Упоминание существенных улучшений в областях, имеющих отношение к товару

- Освещение значимых («проблемных») аспектов
- Отказ от сокрытия плохих качеств товара и переноса бремени ответственности
- Реальные плюсы, не обусловленные соблюдением нормативных требований



ЯСНОСТЬ

Информация должна быть полезной для потребителя

- Исчерпывающая и прямая связь между доводами в пользу товара и самим товаром
- Недвусмысленное и легкое для понимания изложение
- Четкое указание на ограниченность заявленных свойств



ТРАНСПАРЕНТНОСТЬ

Удовлетворение потребности покупателя в информации и недопущение ее сокрытия

- Публикация информации о разработчике доводов в пользу товара и организации, предоставившей фактические данные
- Публикация информации о происхождении и разработке доводов в пользу товара (методы, источники информации и т.д.)
- Раскрытие конфиденциальной информации компетентным органам



ДОСТУПНОСТЬ

Получение информации потребителем напрямую, а не окольными путями

- Наглядность: доводы в пользу товара легко найти
- Легкость получения: доводы в пользу товара представляются вместе с товаром, в нужное время и в нужном месте

Мотивирующие принципы

ТРИ ФАКТОРА ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Представление полной информации об экологичности товара

- Учет экологического, социального и экономического аспектов
- Отказ от перераспределения бремени между факторами
- Комбинированное использование взаимодополняющих методов сертификации



ИЗМЕНЕНИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ПРИВЫЧЕК И ДОЛГОСРОЧНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Содействие переходу от слов к действиям

- Использование наработок поведенческой науки
- Поощрение в необходимых случаях потребителя к активному участию
- Выстраивание с потребителями долгосрочных отношений



МНОГОКАНАЛЬНЫЙ И ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД

Многообразие способов взаимодействия с потребителями

- Использование разнообразных взаимодополняющих каналов коммуникации
- Использование различных каналов для работы с разными группами потребителей
- Использование взаимодополняющей информации, не перегружающей потребителя



ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Работа с другими заинтересованными сторонами в целях улучшения восприятия и повышения уровня доверия

- Привлечение к формулированию доводов и информационной поддержке товара широкого круга заинтересованных сторон
- Использование совместных каналов коммуникации
- Использование общепонятного языка, позволяющего потребителю чувствовать себя участником общего дела



ВОЗМОЖНОСТЬ СРАВНЕНИЯ

Помощь потребителям в осуществлении выбора между похожими товарами

- Обоснованность и полезность предоставляемой потребителям сравнительной информации о товарах
- Следование методикам, предложенным государством или третьими сторонами
- Выполнение конкретных рекомендаций



Лучшие практики маркировки упаковки (возможность переработки и утилизации): Woolworths Recycling Labels (Южная Африка)



SOURCE	
SLEEVE	TRAY
<p>FSC MIX FSC® C000000</p>	<p>MADE FROM A MINIMUM</p> <p>35%</p> <p>PLASTIC THAT YOU RECYCLED</p>

RINSE BEFORE RECYCLING		
SLEEVE	FILM	TRAY
<p>PAPER WIDELY RECYCLED</p>	<p>PLASTIC NOT RECYCLED CURRENTLY</p>	<p>PLASTIC WIDELY RECYCLED</p>

CONSUMER HELPLINE: 0860 022 002
 www.woolworths.co.za
 Specially prepared for Woolworths (Pty) Ltd, 93 Longmarket Street, Cape Town, South Africa. PRODUCED IN THE REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

SLEEVE	TRAY	FILM
PAPER WIDELY RECYCLED	PLASTIC NOT RECYCLED CURRENTLY	PLASTIC NOT RECYCLED CURRENTLY

6 009182 249645 >

INGREDIENTS
 Broccoli (47 %) - Asparagus (9 %) - Baby marrow ribbons (23 %) - Rosa plum tomatoes (14 %) - with sesame butter (5 %).
 Broccoli - Baby marrows - Rosa plum tomatoes - Asparagus - Salt - Butter (butterfat) - Milk solids - Colourant(1) - Sesame seeds - Lemon rind - Lemon juice - Irradiated black pepper.

ALLERGENS
 Cow's milk.
 This product has been made in a factory which uses both peanuts & tree nuts.

TYPICAL NUTRITIONAL INFORMATION	Per 100 g	Per 105 g serving
Average values	202 kJ	212 kJ
Energy	2.4 g	1.9 g
Protein	1.8 g	0.0 g
Glycaemic carbohydrate of which total sugar	0.0 g	2.9 g
Total fat of which saturated fat of which trans fat of which monounsaturated fat of which polyunsaturated fat	2.8 g	2.9 g
Cholesterol	trace	0.5 g
Dietary fibre*	0.2 g	0.5 g
Total sodium	8 mg	3.3 g
Information for ready to eat/prepared product. #AGAC 991.43	92 mg	97 mg

HEATING INSTRUCTIONS
 MICROWAVE - 2 mins 30 secs
 • Remove sleeve.
 • Pierce film with a fork.
 • Place in the centre of the microwave, at least 1 cm from the sides and above.
 • Heat for 2 minutes 30 seconds.
 • Let stand for 1 minute. If not, heat for a further 30 seconds.
 • Stir and eat. Do not use a microwave oven if you are pregnant or breastfeeding. Do not use a microwave oven if you are on a diet or taking medication. Do not use a microwave oven if you are a child or young person.

Лучшие практики маркировки упаковки (возможность переработки и утилизации): Australasian Recycling Label (Австралия и Новая Зеландия)



Возврат упаковки и тары в магазины: система депозитов (Литва, Финляндия, Великобритания и др. страны)



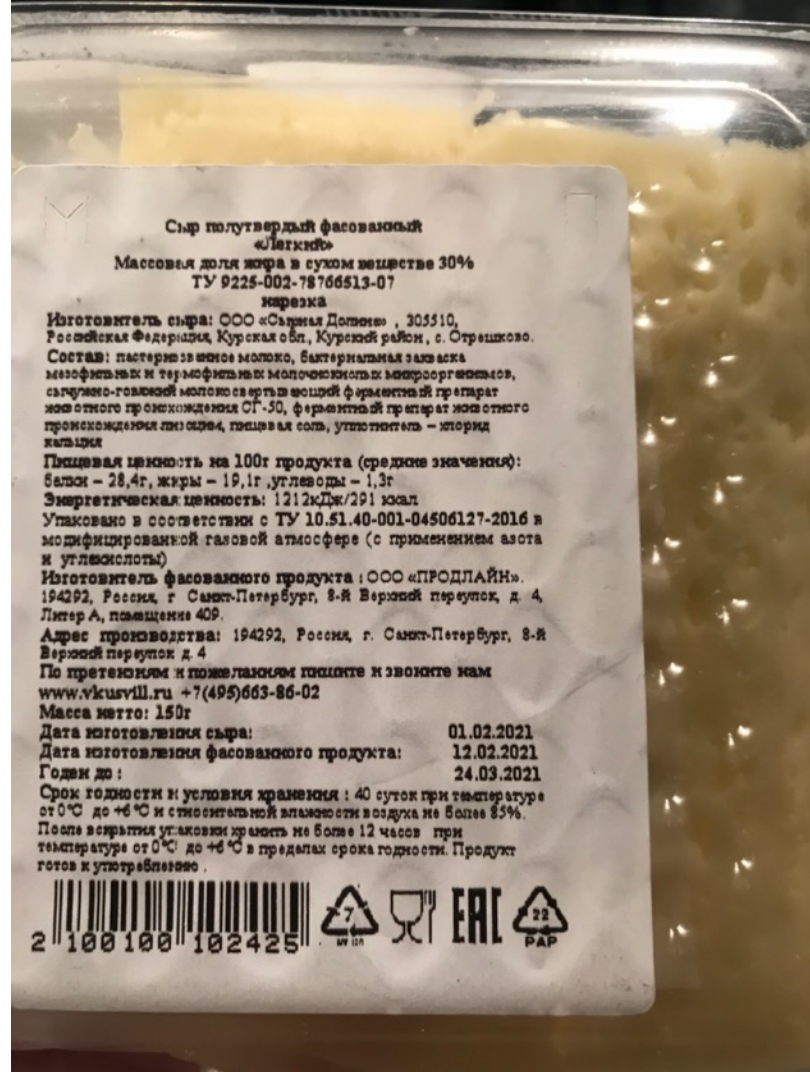
Депозит за бутылку/банку включен в цену продукта, потребитель возвращает его, сдав упаковку/тару в специальный автомат

Лучшие практики маркировки упаковки (возможность переработки и утилизации): On-Pack Recycling Label (OPRL) (Великобритания)



Россия – НЕ лучшая практика

- Мелкий шрифт;
- Вводящие в заблуждение знаки идентификации;
- Непонятно, какой знак к какой части упаковки относится;
- Нет четких инструкций для потребителя.





**Маркируются следующим образом: латинская буква С и через косую черту обозначение основного материала по массе в композиции. Например, бумага и картон/пластмасса/алюминий - C/PAP:



Примечания: 1. Знаки идентификации проставляются следующим образом: внутри петли Мебиуса - цифровой код и (или) буквенное обозначение, под петлей Мебиуса - рисунок 2 в соответствии с Приложением 4 к техническому регламенту Таможенного союза "О безопасности упаковки" (ТР ТС 005/2011).

2. Цифровой код или буквенное обозначение не проставляется при отсутствии петли Мебиуса.



Рис.2. Возможность утилизации использованной упаковки (упуорочных средств) - петля Мебиуса".

ТР ТС 005/2011 Технический регламент Таможенного союза "О безопасности упаковки"

Не соответствует стандарту ASTM D7611, может вводить в заблуждение.

«Возможность утилизации использованной упаковки – петля Мебиуса»

Неправильно истолкован смысл маркировки!

2013 год: обновление стандарта ASTM D7611



Source: ASTM International

Resin	Resin Identification Code-Option A	Resin Identification Code-Option B
Poly(ethylene terephthalate)	1 PETE	01 PET
High density polyethylene	2 HDPE	02 PE-HE
Poly(vinyl chloride)	3 V	03 PVC
Low density polyethylene	4 LDPE	04 PE-LD
Polypropylene	5 PP	05 PP
Polystyrene	6 PS	06 PS
Other resins	7 OTHER	07 0

Source: ASTM International

Как действовать дальше?



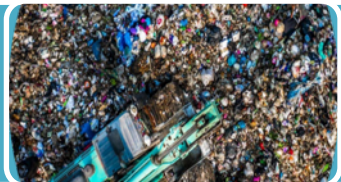
Повышение осведомленности потребителей о принципах 7R



Внесение изменений в ТР ТС 005/2011 Технический регламент Таможенного союза "О безопасности упаковки"



Разработка и принятие обязательной маркировки с информацией о возможности переработки упаковки товара



Запрета на производство и реализацию одноразового пластика

Иные предложения КонфОП по изменению законодательства и регулирования:



Введение в сферу действия ЗПП отношений по продаже товаров и услуг в цифровой форме

- Цифровой товар и Цифровая услуга
- Приравнивание передаваемого согласия на обработку персональных данных к плате за ЦИ/ЦУ



Устранение пробелов в нетрадиционных способах продаж

- Увеличение срока отказа от товара при дистанционном способе продажи до 14 дней
- Аналогичные правила для внемагазинных продаж



Прозрачность информирования потребителей о ценах

- Введение обязательного указания цены за стандартную единицу товара

Спасибо за внимание!

Международная конфедерация обществ потребителей
(КонфОП)

115035, г. Москва,

ул. Садовническая, д. 74, стр.1, офис 4

телефон +7 495 722-16-27

<http://konfop.ru>

