



Διασφαλίζοντας την περιβαλλοντικά φιλική εικόνα σε όλο τον κύκλο ζωής ενός προϊόντος

του Σταύρου Δαμιανίδη*, Ιούνιος 2009

Η συνείδηση του πολίτη στη σύγχρονη κοινωνία έχει αλλάξει ως προς το περιβάλλον και η ευαισθητοποίησή του στο θέμα της καταστροφής που προκαλούμε στον πλανήτη, έχει δημιουργήσει μία πρωτόγνωρη αντίληψη για την καθημερινότητά μας. Πρωτοπόροι σε τέτοια θέματα οι βορειο-ευρωπαίοι, έχουν πλέον δημιουργήσει μία παράδοση σε περιβαλλοντικά ρεύματα, όπως για παράδειγμα η ανακύκλωση ή η εισαγωγή ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στο ενεργειακό μίγμα. Ένας αντίστοιχος προβληματισμός αφορά στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις προϊόντων καθημερινής χρήσης.

Αυτό το θέμα έχει αρχίσει και εισέρχεται στην καθημερινή μας συνείδηση, είτε το προϊόν είναι ένα κινητό τηλέφωνο, είτε ένα απορρυπαντικό, είτε είναι βραχείας είτε μακράς χρήσης. Τη στιγμή που το χρησιμοποιούμε, η σκέψη μας είναι η χρήση καθεαυτή, αλλά μία δεύτερη ανάγνωση μας οδηγεί στη συνειδητοποίηση ότι υπάρχουν αρκετά κρυφά μηνύματα. Το κινητό τηλέφωνο, για παράδειγμα, που κρατάμε στα χέρια μας, αποτελείται από ιδιαίτερα πολλά κομμάτια, για την παραγωγή καθενός από τα οποία καταναλώθηκε μία σημαντική ποσότητα ενέργειας, η λειτουργία της συσκευής απαιτεί κατανάλωση ενέργειας, αλλά και η απόρριψή του στο τέλος της χρηστικής του ζωής θα απαιτήσει επίσης ενέργεια αλλά και την εύρεση ενός βέλτιστου τρόπου διαχείρισης για να μην επιβαρύνει το περιβάλλον.

Με την επίγνωση ότι ένα προϊόν πρέπει να σχεδιάζεται με τρόπο φιλικό προς το περιβάλλον από την αρχή και για όλο τον κύκλο ζωής του, πρέπει να αναβαθμίσουμε τον τρόπο λειτουργίας της κοινωνίας μας. Μία εφαρμογή της βιώσιμης ανάπτυξης άλλωστε, αφορά στην αλλαγή ή προσαρμογή των καταναλωτικών προτύπων. Η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) έχει ήδη πρωτοστατήσει στον τομέα με την οδηγία για την ολοκληρωμένη πολιτική προϊόντων (Integrated Product Policy – IPP). Η εισαγωγή της IPP σε επίπεδο πολιτικής και στη συνέχεια επιχειρηματικότητας και παραγωγής, αποτελεί βασικό στόχο της ΕΕ. Μεγάλοι επιχειρηματικοί όμιλοι στο εξωτερικό έχουν εκφράσει ανοικτά την επιθυμία να προτείνει η ΕΕ ένα διεθνές πλαίσιο σε σχέση με αυτό το θέμα. Η εφαρμογή ενός τέτοιου πλαισίου δεν είναι βραχύβια, αλλά έχει έναν μεσο-μακροπρόθεσμο ορίζοντα, αρκεί να βασίζεται σε στέρεες βάσεις και να κοινοποιείται με ορθά μέσα. Με ανάλογο τρόπο, αλλά σε άλλο πεδίο δραστηριότητας, εφαρμόστηκε και η οδηγία για την ολοκληρωμένη πρόληψη και έλεγχο της ρύπανσης (Integrated Pollution Prevention and Control - IPPC), η οποία παρουσιάζει, με απαραίτητες τροποποιήσεις στην εφαρμογή της ανά κράτος-μέλος, μία γενικά ομοιόμορφη εικόνα συμμόρφωσης και υλοποίησης.

Μία σημαντική μερίδα καταναλωτών σήμερα, λόγω των δυσμενών οικονομικών συνθηκών, δίνει βαρύτητα αποκλειστικά στην τιμή του προϊόντος, χωρίς να εξετάζει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της παραγωγής, χρήσης και απόρριψής του. Σύντομα,



οι παραγωγικές επιχειρήσεις θα κληθούν να επεκτείνουν το σχεδιασμό των περιβαλλοντικά φιλικών προϊόντων σε όλο τον κύκλο ζωής τους. Οι πρωτοπόροι επιχειρηματίες θα κάνουν τις κινήσεις τους από τώρα, και αν η πολιτεία παίξει σωστά το ρόλο της, θα επιβάλλει φορολόγηση ή άλλα περιοριστικά μέτρα σε προϊόντα που δεν αντεπεξέρχονται στις προκείμενες απαιτήσεις.

Ένα παράδειγμα εφαρμογής της οδηγίας IPP είναι αυτό μεγάλης εταιρίας κατασκευής κινητών τηλεφώνων, η οποία βάσισε την έρευνά της σε εργαλεία σχετιζόμενα με τον κύκλο ζωής των κινητών τηλεφώνων, ώστε να μπορέσει να αξιολογήσει την «περιβαλλοντική απόδοση» των προϊόντων της σε όλο τον κύκλο ζωής τους. Ενώ τα κινητά τηλέφωνα έχουν φθάσει στο ελάχιστο μέγεθος και οι μπαταρίες τους είναι πολύ φιλικότερες στο περιβάλλον, η παραγωγή και απόρριψή τους είναι τόσο μεγάλη σε αριθμό, ώστε κάθε μικρή αλλαγή στην παραγωγική διαδικασία μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Το κινητό τηλέφωνο αναφέρεται ως παράδειγμα, επειδή αποτελεί μια συσκευή καθημερινής χρήσης. Πολλά άλλα προϊόντα έχουν πιο σημαντικές επιπτώσεις στο περιβάλλον και έγκειται σε μεγάλο βαθμό στον παραγωγό να ελαχιστοποιήσει αυτές τις επιπτώσεις και στον καταναλωτή να του δώσει το σωστό μήνυμα.

** Ο κ. Σταύρος Δαμιανίδης είναι υπεύθυνος του Τμήματος Περιβάλλοντος στην LDK Consultants*