

Καταναλωτές σε σύγχυση: Θέλουν βιωσιμότητα, αλλά πέφτουν θύματα της ‘πράσινης’ παραπληροφόρησης

Σε μια εποχή όπου η περιβαλλοντική κρίση αποτελεί παγκόσμια πρόκληση, οι καταναλωτές εμφανίζονται ολοένα και πιο ευαισθητοποιημένοι, αν και όχι πλήρως καταρτισμένοι, σε θέματα βιωσιμότητας. Σύμφωνα με σχετική έρευνα της ΕΚΠΟΙΖΩ, οι καταναλωτές δηλώνουν ανησυχία για την περιβαλλοντική κατάσταση, κυρίως λόγω της πληροφόρησης που λαμβάνουν από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Παρόλο που διαθέτουν βασική γνώση για τις επιπτώσεις του διοξειδίου του άνθρακα (CO₂), την ανακύκλωση και την αειφορία, η κατανόησή τους για πιο σύνθετα ζητήματα – όπως το greenwashing, τα βιώσιμα υλικά και το ψηφιακό διαβατήριο προϊόντων – παραμένει περιορισμένη.

Η πλειονότητα των καταναλωτών ανακυκλώνει υλικά, όπως πλαστικά και ρούχα, έχει ακούσει για την έννοια της αργής μόδας, δείχνει ενδιαφέρον για προϊόντα που σέβονται το περιβάλλον και πιστεύει ότι η βιομηχανία ένδυσης και υπόδησης μπορεί να συμβάλει θετικά στην προστασία του περιβάλλοντος. Ωστόσο, υπάρχει σύγχυση ως προς την αξιοπιστία των ετικετών και την κατανόηση των όρων που αναγράφονται στα προϊόντα. Επιπλέον, ενώ επιθυμούν να επιλέγουν προϊόντα που έχουν παραχθεί με κοινωνική και περιβαλλοντική ευθύνη, συχνά αγνοούν πώς να τα αξιολογήσουν και αναζητούν καθοδήγηση για το τι είναι πράγματι «πράσινο» και τι όχι.

Μέσα σε αυτό το περιβάλλον πληροφόρησης και παραπληροφόρησης, το φαινόμενο του greenwashing – δηλαδή η παραπλανητική χρήση «πράσινων ισχυρισμών» από τις επιχειρήσεις – αποτελεί σημαντική πρόκληση. Όταν εταιρείες παρουσιάζουν ψευδείς οικολογικές ταυτότητες, υπονομεύουν τις ειλικρινείς προσπάθειες άλλων που επενδύουν πραγματικά σε βιώσιμες πρακτικές. Αυτό όχι μόνο ζημιώνει οικονομικά τους καταναλωτές, αλλά και καθυστερεί τη μετάβαση προς μια πράσινη οικονομία.

Αντίθετα, η πραγματική βιωσιμότητα μπορεί να αποφέρει σημαντικά οικονομικά και περιβαλλοντικά οφέλη. Η επιλογή προϊόντων με μειωμένο αποτύπωμα άνθρακα, βιώσιμα υλικά και διαφανείς μεθόδους παραγωγής συμβάλλει ουσιαστικά στη μείωση της περιβαλλοντικής επιβάρυνσης. Παρότι τα βιώσιμα

προϊόντα είναι συχνά ακριβότερα, η μακροχρόνια αντοχή και η ποιότητά τους τα καθιστούν, τελικά, πιο συμφέρουσες επιλογές.

Ωστόσο, η ευθύνη για την προώθηση μιας βιώσιμης αγοράς δεν βαρύνει μόνο τους καταναλωτές. Η κατάρτιση των επαγγελματιών του εμπορίου, της παραγωγής και του μάρκετινγκ είναι εξίσου σημαντική.

Μέσα από εξειδικευμένα εκπαιδευτικά προγράμματα, όπως το πρόγραμμα VETting Green που διεκπεραιώνει η ΕΚΠΟΙΖΩ μαζί και με εταίρους από Ισπανία-Ιταλία--Πορτογαλία-Βέλγιο, οι επαγγελματίες μπορούν να αποκτήσουν γνώσεις γύρω από την κυκλική οικονομία, τα διεθνή πρότυπα πιστοποίησης, τη βιώσιμη σχεδίαση προϊόντων και την υπεύθυνη παρουσίαση περιβαλλοντικών πληροφοριών. Μόνο με τέτοιες συντονισμένες προσπάθειες μπορούμε να διαμορφώσουμε μια αγορά όπου οι «πράσινες» δηλώσεις συνοδεύονται από διαδικασίες με περιβαλλοντική μέριμνα και διαφάνεια.

Εν κατακλείδι, η πορεία προς τη βιωσιμότητα απαιτεί την συμμετοχή όλων μας: ενημερωμένους, συνειδητοποιημένους και πρόθυμους για δράση καταναλωτές, υπεύθυνους επαγγελματίες και δραστήριους φορείς ελέγχου. Μέσα από σωστή εκπαίδευση, διαφάνεια και συλλογική προσπάθεια, μπορούμε να ξεπεράσουμε τις παγίδες του **greenwashing** / **πράσινου ξεπλύματος** και να δημιουργήσουμε ένα πιο βιώσιμο μέλλον για όλους μας.