

Consumidores confusos: Querem sustentabilidade, mas são vítimas da desinformação "verde"

Numa altura em que a crise ambiental é um desafio global, os consumidores estão cada vez mais conscientes, embora não totalmente informados, sobre as questões da sustentabilidade. De acordo com os resultados preliminares de um estudo da EKPIZO, os consumidores manifestam preocupação com o estado do ambiente, devido à informação que recebem dos meios de comunicação social. Embora tenham conhecimentos básicos sobre os efeitos do dióxido de carbono (CO₂), reciclagem e sustentabilidade, a sua compreensão de questões mais complexas – como o greenwashing, os materiais sustentáveis e os passaportes digitais de produtos – continua a ser limitada.

A maioria dos consumidores recicla materiais como plásticos e roupas, já ouviu falar do conceito de slow fashion, demonstra interesse em produtos amigos do ambiente e acredita que a indústria de vestuário e calçado pode contribuir positivamente para a proteção ambiental. No entanto, há confusão sobre a fiabilidade dos rótulos e a compreensão dos termos utilizados nos produtos. Além disso, embora queiram escolher produtos que tenham sido produzidos de forma social e ambientalmente responsável, muitas vezes não sabem como avaliá-los e procuram orientação sobre o que é verdadeiramente "verde" e o que não é.

Num ambiente de informação e desinformação, o fenómeno do greenwashing – o uso enganoso de "alegações verdes" por parte das empresas – é um desafio significativo. Quando as empresas apresentam falsas identidades ecológicas, minam os esforços sinceros de outras que estão genuinamente a investir em práticas sustentáveis. Isto não só prejudica financeiramente os consumidores, mas também atrasa a transição para uma economia verde.

Em contraste, a verdadeira sustentabilidade pode trazer benefícios económicos e ambientais significativos. A escolha de produtos com uma pegada de carbono reduzida, materiais sustentáveis e métodos de produção transparentes contribui significativamente para a diminuição do impacto ambiental. Embora os produtos sustentáveis sejam frequentemente mais caros, a sua durabilidade e qualidade a longo prazo tornam-nos uma escolha mais vantajosa.

No entanto, a responsabilidade de promover um mercado sustentável não é só dos consumidores. A formação de profissionais no comércio, produção e marketing é igualmente importante.

Através de programas de formação especializados, como o programa VETting Green, gerido pela EKPIZO em conjunto com parceiros de Espanha, Itália, Portugal e Bélgica, os profissionais podem adquirir conhecimentos sobre a economia circular, as normas de certificação internacional, o design de produtos sustentáveis e a apresentação responsável de informação ambiental. Só através de esforços coordenados como este poderemos criar um mercado onde as "alegações ambientais" são acompanhadas por processos ambientalmente conscientes e transparentes.

Em conclusão, o caminho para a sustentabilidade exige a participação de todos nós: consumidores informados, conscientes e orientados para a ação, profissionais responsáveis e organismos de controlo ativos. Através de uma educação adequada, de transparência e de um esforço coletivo, podemos superar as armadilhas do greenwashing e criar um futuro mais sustentável para todos nós.