

Distr.: General
29 April 2019
Arabic
Original: English

مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية



مجلس التجارة والتنمية

لجنة التجارة والتنمية

فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بقوانين وسياسات حماية المستهلك

الدورة الرابعة

جنيف، ٨ و ٩ تموز/يوليه ٢٠١٩

البند ٣ (أ) من جدول الأعمال المؤقت

مساهمة حماية المستهلك في الاستهلاك المستدام

مساهمة حماية المستهلك في الاستهلاك المستدام

موجز تنفيذي

تبحث هذه المذكرة في الصلة بين حماية المستهلك والاستهلاك المستدام. وتشير إلى التفاعل بين الاستهلاك المستدام وأهداف التنمية المستدامة ومبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك. وقد لا تتضمن قوانين حماية المستهلك دائماً أحكاماً محددة بشأن الاستهلاك المستدام، ومع ذلك تستخدم وكالات حماية المستهلك الأحكام القائمة للعمل في هذا المجال، فتعكف على تثقيف المستهلك وتقديم إرشادات إلى مشاريع الأعمال، فضلاً عن معالجة قضايا ذات صلة، مثل القضايا المتعلقة بالادعاءات البيئية. وأخيراً، تقدم المذكرة بعض التوصيات السياساتية وتشير إلى مجالات تستدعي مزيداً من النقاش.



الرجاء إعادة الاستعمال

GE.19-06943(A)



* 1 9 0 6 9 4 3 *

أولاً - مقدمة

١- دخلت عبارة "الاستهلاك المستدام" الخطاب السياسي الدولي في مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية، المعقود سنة ١٩٩٢، هذا المؤتمر الذي ينص جدول أعمال القرن ٢١ الوارد فيه على أن "السبب الرئيسي لاستمرار التدهور في البيئة العالمية هو أنماط الاستهلاك والإنتاج غير المستدامة، وخاصة في البلدان الصناعية، وهي مسألة تدعو للقلق البالغ، إذ تؤدي إلى زيادة وتفاقم الفقر والاختلالات"^(١).

٢- وسلّم مؤتمر القمة العالمي للتنمية المستدامة المعقود سنة ٢٠٠٢ بضرورة تغيير أنماط الاستهلاك والإنتاج غير المستدامة، وجاء في إعلان جوهانسبرغ بشأن التنمية المستدامة الصادر عنه أن الإجراءات التي يتعين اتخاذها على جميع المستويات ينبغي أن تشمل تشجيع وتعزيز "وضع إطار برامج عمل لعشر سنوات دعماً للمبادرات الإقليمية والوطنية من أجل الإسراع بالتحول صوب تحقيق الاستهلاك والإنتاج المستدامين"^(٢).

٣- وفي إطار خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠، يعرض الهدف ١٢ المتعلق بضمان أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة بالتفصيل المسؤوليات الواقعة على عاتق مختلف الجهات صاحبة المصلحة، بما في ذلك الحكومات ومشاريع الأعمال والمستهلكين، والإجراءات التي يتعين عليهم اتخاذها^(٣).

٤- واعتمدت مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك سنة ١٩٨٥، ونُفّحت مرة أولى سنة ١٩٩٩، ونُفّحت آخر مرة سنة ٢٠١٥^(٤). واعتمد المجلس الاقتصادي والاجتماعي في قراره ٧/١٩٩٩ المؤرخ ٢٦ تموز/يوليه ١٩٩٩، فرعاً جديداً عن الاستهلاك المستدام، وسعى إلى معالجة تأثير العادات الاستهلاكية في البيئة وآثارها السلبية في الموارد المتاحة.

٥- وتنهل هذه المذكرة من دراسات الباحثين وأعمال وكالات الأمم المتحدة ومنظمات دولية أخرى في مسألة الاستهلاك المستدام، وتستند أيضاً إلى الإسهامات الواردة من ١١ دولة عضواً^(٥) ومن جهات أخرى صاحبة مصلحة عرضت فيها تجاربها في هذا الشأن رداً على استبيان عممته أمانة الأونكتاد. ويربط الفصل الثاني بين سياسة حماية المستهلك وخطة عام ٢٠٣٠ ومبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك. ويركز الفصل الثالث على تشجيع الاستهلاك المستدام من خلال السياسة الخاصة بالمستهلك. ويسوق الفصل الرابع أمثلة من قطاعات محددة على تشجيع الاستهلاك المستدام من خلال السياسة الخاصة بالمستهلك. ويسلط الفصل الخامس الضوء على بعض المجالات التي تستدعي مزيداً من النقاش.

(١) .A/CONF.151/26/Rev.1 (Vol. I)

(٢) .A/CONF.199/20

(٣) .A/RES/70/1

(٤) .A/RES/70/186

(٥) إسبانيا وأستراليا وإكوادور وبلغاريا وبيرو وجامايكا وجنوب أفريقيا وزامبيا ولاتفيا والولايات المتحدة الأمريكية واليابان.

ثانياً - سياسة حماية المستهلك كأداة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة: مساهمة مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية المنقحة لحماية المستهلك

٦- تشجّع الحكومات على سن قوانين تحمي المستهلكين من الممارسات التجارية غير النزيهة وتسهم في ضمان الحفاظ على البيئة لصالح الأجيال المقبلة. وأنشطة تثقيف المستهلك وإشراك قطاع الأعمال أنشطة أساسية تندرج في إطار سياسة حماية المستهلك وتؤدي دوراً في تحقيق الاستهلاك المستدام وفي علاقته بخيارات المستهلكين. ولا يؤدي المستهلكون دوراً بالغ الأهمية في شؤون الاستهلاك المستدام فحسب، بل لهم أيضاً الحق في بيئة مستدامة يسهمون من خلالها في ضمان ألاّ تحدّ عاداتهم من قدرة الغير على العيش الكريم حاضراً ومستقبلاً.

٧- وبذلت الأمم المتحدة عدداً من الجهود على مر السنين لتناول مسألة مساهمة حماية المستهلك في الاستهلاك المستدام. وأحد الصكوك الرئيسة في هذا المجال مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك بصيغتها المنقحة سنة ١٩٩٩. ودُكرت عبارة "الاستهلاك المستدام" مرات عديدة في المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك، وهو ما يجعل منها هدفاً واضحاً (الإطار ١).

الإطار ١

مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك

"أولاً - الأهداف

١- مراعاةً لمصالح المستهلكين واحتياجاتهم في جميع الدول الأعضاء، ولا سيما في الدول النامية، واعترافاً بأن المستهلكين غالباً ما يعانون من تفاوت من حيث الأحوال الاقتصادية والمستويات التعليمية والقدرة على المساومة، ومراعاةً لضرورة تمتع المستهلكين بحق الحصول على منتجات غير خطيرة وكذلك بحق تشجيع التنمية الاقتصادية والاجتماعية العادلة والمنصفة والمستدامة وحماية البيئة، ترمي هذه المبادئ التوجيهية المتعلقة بحماية المستهلك إلى تحقيق الأهداف التالية:

...

(ح) تشجيع الاستهلاك المستدام.

...

ثالثاً - المبادئ العامة

...

٦- وتمثل أنماط الإنتاج والاستهلاك غير المستدامين، وبخاصة في البلدان الصناعية، السبب الرئيسي وراء استمرار تدهور البيئة العالمية. فجميع الدول الأعضاء ينبغي أن تسعى جاهدة لتعزيز أنماط الاستهلاك المستدام؛ وينبغي للبلدان المتقدمة النمو أن تكون سباقة إلى الأخذ بأنماط الاستهلاك المستدام؛ وينبغي للبلدان النامية أن تسعى إلى الأخذ بهذه الأنماط في اضطلاعها بعملية التنمية، مع إيلاء الاعتبار الواجب لمبدأ الاشتراك في المسؤوليات، وإن تمايزت هذه المسؤوليات. وينبغي مراعاة حالة البلدان النامية واحتياجاتها الخاصة في هذا الصدد مراعاة وافية.

٧- وينبغي للسياسات الرامية إلى تعزيز الاستهلاك المستدام أن تضع في الاعتبار الأهداف المتمثلة في القضاء على الفقر، والوفاء بالاحتياجات الإنسانية الأساسية لجميع أفراد المجتمع، والحد من التفاوت داخل البلدان وفيما بينها".

المصدر: A/RES/70/186.

ألف - مفاهيم وتعريف رئيسية

٨- يرد في هذا الفرع تعريف بعض المفاهيم الرئيسية المشار إليها في هذه المذكرة.

١- البيئة

٩- يمكن تعريف البيئة بطرق مختلفة تبعاً لمجال التخصص. وتستخدم هذه المذكرة تعريف برنامج الأمم المتحدة للبيئة الذي يقصد البيئة الطبيعية للكوكب وتفاعلها مع جميع أنواع الكائنات الحية والطقس والموارد الطبيعية وكيفية تأثيرها في بقاء الإنسان والنشاط الاقتصادي^(٦). ويرتبط هذا التعريف ارتباطاً وثيقاً بأنماط الاستهلاك وما يتصل به من مسائل.

٢- الاستدامة

١٠- ذكرت الأمم المتحدة أن التنمية المستدامة "تنطوي على تلبية احتياجات الأجيال الحاضرة دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على الوفاء باحتياجاتها"^(٧). والاستدامة مفهوم معقد، فهو "ليس مجرد مذهب من مذاهب علم التنمية"، بل ظهر باعتباره سبيلاً إلى استخدام الموارد دون استنفادها، بالأخذ بخيارات بشرية يُتوقع أن تسفر عن حيوية اجتماعية وبيئية^(٨). وبالإضافة إلى ذلك، تنطوي على تحدي الحفاظ على البيئة وضمان التنمية الاجتماعية والاقتصادية في آن واحد. ووفقاً لقاموس كامبريدج، الاستدامة خاصية التسبب في ضرر ضئيل أو معدوم بالبيئة، ومن ثمّ القدرة على الاستمرار مدة طويلة. وفي هذه المذكرة، ترتبط الاستدامة بمبدأ التنمية البشرية وحقوق المستهلك والاستهلاك المستدام.

٣- الاستهلاك المستدام

١١- ينطوي تحقيق الاستهلاك المستدام على التشكيك في بعض الافتراضات الأساسية حول طريقة سير المجتمع الحديث^(٩). وتستخدم هذه المذكرة التعريف الذي اعتمد في الندوة المعقودة في أوغوستو سنة ١٩٩٤، ألا وهو "استخدام الخدمات والمنتجات ذات الصلة، التي تلي الاحتياجات الأساسية وتحقق نوعية حياة أفضل، مع التقليل إلى أدنى حد ممكن من استخدام الموارد الطبيعية والمواد السامة وكذلك انبعاثات النفايات والملوثات على مدى دورة حياة الخدمة أو المنتج حتى لا تعرض للاختار احتياجات الأجيال المقبلة"^(١٠). ويسلط هذا التعريف الضوء على بُعدين متصلين بالاستدامة، هما البعد الاجتماعي (مثل اعتبارات التوزيع) والبعد البيئي (مثل الموارد الطبيعية والنفايات والملوثات). وبالإضافة إلى ذلك، يوجد فهم للاستدامة محوره المستهلك يضيف إلى المنظور بعداً اقتصادياً لا يستند حصراً إلى الربحية المالية، بل يشمل أيضاً

(٦) United Nations Environment Programme, 2007, *Global Environment Outlook: Environment for Development* (United Nations publication, Nairobi

.A/RES/42/187 (٧)

(٨) AD Basiago, 1995, Methods of defining sustainability, *Sustainable Development*, 3(3):109-119

(٩) انظر: I Chaturvedi, 2018, Sustainable consumption: Scope and applicability of principles of international law, *Chinese Journal of Environmental Law*, 2(1):5-27

(١٠) انظر: <https://sustainabledevelopment.un.org/topics/sustainableconsumptionandproduction>

العناية بالأرض المشتركة^(١١). وينص المبدأ التوجيهي ٤٩ من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك على أن "الاستهلاك المستدام يشمل تلبية احتياجات أجيال الحاضر والمستقبل من السلع والخدمات بطرق مستدامة اقتصادياً واجتماعياً وبيئياً"^(١٢).

٤ - الاستهلاك المستدام وأهداف التنمية المستدامة

١٢ - توفر خطة عام ٢٠٣٠ برنامجاً مشتركاً للسلام والرخاء لصالح البشر والكوكب، حاضراً ومستقبلاً، يتعين أن تنفذه جميع البلدان، وتمثل التزاماً بإجراء "التغييرات الأساسية في الطرائق التي تنهجها مجتمعاتنا في إنتاج السلع والخدمات واستهلاكها" وكذلك اعترافاً بضرورة "تنشيط الشراكة العالمية وتعزيزها"^(١٣).

١٣ - وفي سياق أهداف التنمية المستدامة، ينبغي أن تقترن استراتيجيات القضاء على الفقر وغيره من ضروب الحرمان باستراتيجيات تحسين الصحة والتعليم، والحد من عدم المساواة، وتحفيز النمو الاقتصادي، مع التصدي للتأثيرات المتصلة بتغير المناخ والسعي إلى الحفاظ على المحيطات والغابات. وسيساعد تحقيق الهدف ١٢ على فصل النمو الاقتصادي عن الإضرار بالبيئة واستغلال الموارد الطبيعية^(١٤). وتتضمن الغايات المدرجة ضمن هذا الهدف تنفيذ الإطار العشري للبرامج المتعلقة بأنماط الاستهلاك والإنتاج المستدامة، والإدارة المستدامة والاستخدام الكفؤ للموارد الطبيعية، والحد من مختلف أنواع النفايات والإدارة السليمة بيئياً للمواد الكيميائية وجميع النفايات.

١٤ - ويذكر برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ما يلي: "يتطلب تحقيق النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة أن نحد على وجه السرعة من بصمتنا الإيكولوجية بتغيير طريقة إنتاجنا واستهلاكنا للسلع والموارد. والزراعة أكبر مستخدم للمياه في العالم، ويستأثر الري اليوم بقرابة ٧٠ في المائة من جميع المياه العذبة المخصصة للاستخدام البشري"^(١٥). ويجب إعادة النظر في هذا الاستخدام حفاظاً على الموارد. وبغية دعم البلدان النامية في الانتقال نحو أنماط استهلاك أكثر استدامة بحلول سنة ٢٠٣٠، لا بد من تشجيع الصناعات ومشاريع الأعمال والمستهلكين على المشاركة في إعادة تدوير وإعادة استخدام المنتجات الأساسية من أجل تحقيق الهدف ١٢.

١٥ - وتفيد دراسة أجراها الأونكتاد مؤخراً أن "السياسة الخاصة بالمستهلك وسيلة هامة يمكن بها للبلدان أن تدعم تنفيذ العديد من أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر، إن لم يكن كلها"، وأن حماية المستهلك أداة هامة يمكن بها تعزيز الأهداف، بهدف "تمكين المستهلكين من

(١١) R Emas, 2015, The concept of sustainable development: Definition and defining principles, Brief for Global Sustainable Development Report 2015

(١٢) .A/RES/70/186

(١٣) .A/RES/70/1

(١٤) Stockholm Environment Institute, 2018, SDG 12: Responsible consumption and production متاح في: <https://www.sei.org/publications/forskning-for-agenda-2030/>

(١٥) انظر: <https://www.undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals/goal-12-responsible-consumption-and-production.html>

الدفاع عن حقوقهم والقيام بخيارات مستنيرة ومستدامة^(١٦). ويساعد الإنفاذ الفعال لقوانين حماية المستهلك على حماية حقوق المستهلكين وتوفير قنوات لتسوية المنازعات والانتصاف.

١٦- وتتيح حماية المستهلك اضطلاع المستهلكين بدور نشط في السوق، الأمر الذي يُفترض أن يحفز نشاط الأسواق وقدرتها التنافسية. ومن شأن ذلك أيضاً أن يساعد المستهلكين على تأكيد حقوقهم، فردياً أو جماعياً أو من خلال المنظمات غير الحكومية، وصولاً إلى إيجاد مجتمع أكثر شمولاً وتوازناً.

١٧- وأنماط الاستهلاك المستدامة التي تشجع على استخدام المنتجات والخدمات لتلبية الاحتياجات الأساسية دون التأثير سلباً في البيئة، ليتسنى للأجيال المقبلة تلبية احتياجاتها، إنما تتطلب من المستهلكين أن يتقصّدوا القيام بخيارات مستنيرة للسلع والخدمات، وأن يستهلكوا ويتخلصوا من النفايات مع إيلاء الاعتبار الواجب لما يترتب على مقتنياتهم وعلى استخدامها من آثار اقتصادية واجتماعية وبيئية. وينبغي تشجيع المستهلكين على العزوف عن شراء سلع وخدمات تؤثر سلباً في حياتهم وحياة الأجيال المقبلة. ومن واجبهم أن يشاركوا مشاركة نشطة في هذه الجهود. ويتلزم حق المستهلكين في منتجات وخدمات مأمونة وفعالة مع مسؤوليتهم في المساعدة على الحفاظ على الكوكب.

١٨- وتمثل مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك "مجموعة قيّمة من المبادئ التي تحدد الخصائص الرئيسية لفعالية تشريعات حماية المستهلك، ومؤسسات الإنفاذ ونظم جبر الضرر، وتتيح مساعدة الدول الأعضاء المهتمة على إعداد وإنفاذ القوانين والقواعد والأنظمة الوطنية والإقليمية الملائمة لظروفها الخاصة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وكذلك لتعزيز التعاون الدولي في مجال الإنفاذ فيما بين الدول الأعضاء وتشجيع تبادل الخبرات في مجال حماية المستهلكين"^(١٧).

١٩- وتذكر المبادئ التوجيهية أن الدول الأعضاء ينبغي أن تضع وتنفذ سياسات لحماية المستهلك، وأن تحدد "أولوياتها المتعلقة بحماية المستهلكين وفقاً لظروف البلد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، واحتياجات سكانه، مع مراعاة تكاليف التدابير المقترحة وفوائدها" (المبدأ التوجيهي ٤). وتشمل احتياجات المستهلكين المشروعة التي يراود للمبادئ التوجيهية تلبيتها ما يلي: حماية المستهلكين من الأخطار التي تهدد صحتهم وسلامتهم؛ وتوفير سبل حصول المستهلكين على المعلومات الوافية التي تمكنهم من الاختيار عن اطلاع وفقاً لرغبات كل منهم واحتياجاته؛ وتثقيف المستهلكين، بما في ذلك التثقيف بشأن الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية المترتبة على اختياراتهم؛ وتشجيع أنماط الاستهلاك المستدامة (المبدأ التوجيهي ٥). أما المبدأان التوجيهيان ٦ و٧ المتعلقان بالسياسات الخاصة بالمستهلك والاستهلاك المستدام فيمكن ربطهما بخطة عام ٢٠٣٠ وبالأهداف. وبالإضافة إلى ذلك، من المسلّم به أن تثقيف المستهلك عنصر مهم من عناصر حمايته.

(١٦) الأونكتاد، ٢٠١٧، تحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال حماية المستهلك (منشورات الأمم المتحدة، نيويورك وجنيف).

(١٧) A/RES/70/186.

٢٠- وبعد التنقيح الأخير، أوضحت المبادئ التوجيهية تناول قطاع الأعمال مباشرةً للمرة الأولى، فوضعت معايير لمشاريع الأعمال لكي تمارس أنشطتها بمزيد من المسؤولية. والمبدأ التوجيهي الخاص بالممارسات التجارية الجيدة وجيه في سياق الاستهلاك المستدام، إذ يُتوقع من القطاع الخاص أن يؤدي دوراً نشطاً في حماية المستهلك (المبدأ التوجيهي ١١).

٢١- وتشدد المبادئ التوجيهية على استخدام المعايير المتعلقة بسلامة السلع والخدمات الاستهلاكية وجودتها (المبادئ التوجيهية ٣٣ إلى ٣٥). وتُعين المعايير الطوعية وغيرها، على الصعيدين الوطني والدولي، القطاع الخاص في سعيه إلى تحقيق الاستهلاك والإنتاج المستدامين، وتكميل الأطر القانونية والتنظيمية القائمة.

٢٢- وتشجّع الدول الأعضاء على تعزيز البرامج المتصلة بتثقيف المستهلكين وإعلامهم فيما يتعلق بجوانب منها مثلاً حماية البيئة والاستخدام الفعال للمواد والطاقة والمياه (المبادئ التوجيهية ٤٢ إلى ٤٨). ورعاية مبادرات التثقيف والتوعية التي تزود المستهلكين والمواطنين ومشاريع الأعمال بمعلومات عن أهمية الحفاظ على البيئة أمر بالغ الأهمية في البلدان المتقدمة والبلدان النامية على حد سواء. وتظهر المساهمات الواردة من الدول الأعضاء رداً على الاستبيان الذي عممه الأونكتاد أن وكالات حماية المستهلك تشارك في تثقيف المستهلكين بطرق شتى (انظر الفصل الرابع).

٢٣- وأخيراً، تنص المبادئ التوجيهية على أن المسؤولية عن تطوير أنماط الاستهلاك المستدامة يتقاسمها جميع أعضاء المجتمع، بمن في ذلك المستهلكون ومشاريع الأعمال ومنظمات العمل والمنظمات البيئية (المبادئ التوجيهية ٤٩ إلى ٦٢). وللمستهلكين في إطار هذه العملية الحق في الحصول على معلومات عن تأثيرات خياراتهم وما يشترطونه من منتجات وسلع. وتنص المبادئ التوجيهية على أن الدول الأعضاء ينبغي أن تشجع على تصميم وتطوير واستخدام منتجات وخدمات مأمونة وذات كفاءة من حيث الطاقة والموارد؛ وتشجيع المستهلكين على إعادة تدوير النفايات وعلى شراء المنتجات المعاد تدويرها؛ وتعزيز وضع معايير بيئية وطنية ودولية تتعلق بالصحة والعمل بها؛ والتوعية بالفوائد الصحية لأنماط الاستهلاك والإنتاج المستدامة (المبادئ التوجيهية ٥٢ و ٥٣ و ٥٦). وتنص المبادئ التوجيهية على أن عملية صنع السياسات ينبغي أن تتم "بالتشاور مع منظمات دوائر الأعمال التجارية ومنظمات المستهلكين والمنظمات البيئية وغيرها من المجموعات المعنية. ويتحمل قطاع الأعمال التجارية مسؤولية تشجيع المستهلك المستدام من خلال تصميم السلع والخدمات وإنتاجها وتوزيعها. وتتحمل منظمات المستهلكين والمنظمات البيئية مسؤولية تشجيع مشاركة عامة الناس في الاستهلاك المستدام ومناقشتهم له، وإعلام المستهلكين، والعمل مع الدول الأعضاء ومشاريع الأعمال التجارية على تحقيق الاستهلاك المستدام" (المبدأ التوجيهي ٥٠).

٥- التعاون الدولي

٢٤- تشجع مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك على التعاون الدولي، وينطبق هذا بوجه خاص على تقاسم المعلومات والتعامل مع القضايا العابرة للحدود المتصلة بالاستهلاك المستدام، بحثاً عن حلول مشتركة لتحسين التصدي لمسألة الاستدامة المعقدة من خلال سياسة حماية المستهلك (المبادئ التوجيهية ٧٩ إلى ٩٤). ويمكن تفعيل التعاون العابر للحدود في مجال

الإنفاذ بين الوكالات المتخصصة المعنية بحماية المستهلك والشؤون الصحية وعلم القياس وتنظيم الأغذية من أجل مكافحة الممارسات التجارية الاحتيالية والخادعة.

٢٥- وكان الغرض من جدول أعمال القرن ٢١ لمؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية تحقيق تنمية مستدامة على الصعيد العالمي ومكافحة الضرر البيئي والفقر والمرض. وتتيح مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك دليلاً لجميع الجهات صاحبة المصلحة من أجل ضمان وجود آليات وسياسات وحوافز تنظيمية مناسبة للحد من التلوث واستنفاد الموارد.

ثالثاً- تعزيز الاستهلاك المستدام من خلال سياسة حماية المستهلك

٢٦- تعزيز أنماط الاستهلاك والإنتاج المستدامة جانب مهم من جوانب التنمية المستدامة، يراد به تحقيق نمو اقتصادي طويل الأمد يتسق مع الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. ويمكن للسلطات العامة على المستويات المحلية والوطنية والإقليمية والعالمية أن تؤثر في استدامة أنماط الاستهلاك والإنتاج بتوفير إطار يستطيع فيه المستهلكون ومشاريع الأعمال ممارسة أنشطتهم، بما في ذلك فرض التزامات إجبارية على المنتجين ورسوم على السلع والخدمات غير المستدامة. ومن أدوات الاستهلاك المستدام الأخرى الحملات الإعلامية التي تشجع المواطنين والمؤسسات على اعتماد أنماط استهلاك مستدامة. والقوانين غير الملزمة، التي تشمل الممارسات الفضلى ومدونات قواعد السلوك والمبادئ التوجيهية لمشاريع الأعمال، وكذلك مبادرات المجتمع المدني التي تستهدف المستهلكين، هي أدوات ضرورية تكمل التشريعات. لذا، تشجع مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك الدول الأعضاء وجميع الجهات صاحبة المصلحة المعنيين على وضع مجموعة واسعة من الأدوات.

٢٧- ووفقاً لإحدى الدراسات، تهدف سياسات حماية المستهلك إلى إدارة الواقع الاجتماعي والاقتصادي للبلد^(١٨). ويتوخى هذا التعريف نطاقاً تطبّق في إطاره سياسات حماية المستهلك، اعترافاً بأن "المستهلكين غالباً ما يعانون من تفاوت من حيث الأحوال الاقتصادية والمستويات التعليمية والقدرة على المساومة"^(١٩). وتشير الدراسة إلى أن السياسات الخاصة بالمستهلك لا تستهدف بالضرورة أنماط الاستهلاك من حيث ما هو مستهلك وكيفية استهلاكه حتى إذا كانت البنية التحتية اللازمة موجودة^(٢٠).

٢٨- والعديد من البلدان النامية لم يدمج بعد الاستهلاك المستدام في سياسات وقوانين حماية المستهلك. وقد بُذلت بعض الجهود لإدراج جوانب متعلقة بالاستدامة، كما هو الأمر في جنوب أفريقيا مثلاً؛ فقانون حماية المستهلك لعام ٢٠٠٨ يشير إلى السوق المستدامة، إلا أن "سياسة حماية المستهلك لا تُدرج الاستدامة بصورة شاملة"^(٢١).

(١٨) L Best, 2017, Framework to incorporate sustainability into South African consumer protection policy, PhD dissertation, Nelson Mandela Metropolitan University

(١٩) .A/RES/70/186

(٢٠) .Best, 2017

(٢١) المرجع نفسه.

٢٩- ويؤدي عدم التنسيق الكافي في السياسات بين الإدارات الحكومية المعنية بحماية المستهلك والبيئة إلى تقليص المكاسب التي يمكن جنيها من زيادة تنسيق السياسات في هذا المجال، وتشجيع الاستهلاك المستدام وممارسته على جميع مستويات المجتمع، بالاقتران مع تشجيع حماية المستهلك وتعزيزه. ويمكن أن يكون الجهد التعاوني وسيلة فعالة لتعزيز الاستدامة (الإطار ٢).

الإطار ٢

نموذج الاستدامة: جنوب أفريقيا

تهدف مبادرة "النبيد المستدام في جنوب أفريقيا" (Sustainable Wine South Africa)، وهي تحالف بين "مجلس النبيذ والمشروبات الروحية" ومنظمة "نبيد جنوب أفريقيا" والخطة المتكاملة لإنتاج النبيذ إلى إلزام صناعة النبيذ بأساليب إنتاج مستدامة ومراعية للبيئة بالأخذ بنموذج الاستدامة. وتُختَم كل حاوية نبيد أو براندي من مزارع الكروم صدرت بها شهادة من مجلس النبيذ والمشروبات الروحية بختم اعتماد، لضمان المنشأ وسنة الغلة والنوع، كما ورد ذكرها على بطاقة الوسم. ويتيح هذا العمل المشترك ضبط إنتاج النبيذ وتجهيزه، ويستحدث طريقة للتفكير في الأجيال المقبلة وضمان الجودة للمستهلكين.

ووضعت الخطة المتكاملة الطوعية لإنتاج النبيذ سنة ١٩٩٨، وانضم إليها منذ ذلك الحين ٩٥ في المائة من المنتجين الذين يمثلون ٩٧ في المائة من غلة العنب. ويوجد ١٥ مبدأً توجيهياً لإنتاج العنب و١٣ مبدأً توجيهياً لإنتاج النبيذ وتقوم لجنة الخبراء بتنقيح هذه المبادئ التوجيهية مرة كل سنتين. وتفحص مجموعة أخرى سجلات الرذاذ استناداً إلى رموز الملكية الفكرية للكيمائيات الزراعية المسجلة، وتقيم التأثير البيئي لكل منتج. ويتحقق منتج العنب والنبيذ أنفسهم من الامتثال للمبادئ التوجيهية لإنتاج العنب والنبيذ وتدقق في النتائج هيئةً أخرى ومختصون بيئيون آخرون على أساس عشوائي. ويتاح للمستهلكين الاطلاع على سجلات التقييم.

ويشارك قطاع النبيذ في جنوب أفريقيا مشاركة نشطة في تعزيز الاستدامة في جميع مراحل سلسلة الإنتاج. ويشهد التعاون بين الحكومة والمنتجين والمجهزين في تشجيع الاستهلاك المستدام على المسؤولية المشتركة لجميع الجهات صاحبة المصلحة في قطاع النبيذ، بمن في ذلك منتج العنب ومجهزو النبيذ والهيئة الحكومية لاعتماد المعايير. يضاف إلى ذلك أن المستهلكين مسؤولون عن اختياراتهم، ولهم أن يختاروا شراء نبيد خاضع لمراقبة الجودة التي تأخذ في الاعتبار الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للإنتاج والتجهيز والتوزيع.

المصدر: Wines of South Africa, n.d., Sustainable Wine South Africa، متاح في:

<https://www.wosa.co.za/swsa/en/Overview/>

ألف- تثقيف المستهلك وتوعيته

٣٠- ينص دليل الأونكتاد لحماية المستهلك على أن تثقيف المستهلك "يشير إلى عملية اكتساب المعارف والمهارات اللازمة لإدارة موارد المستهلك، واتخاذ الخطوات اللازمة لزيادة كفاءة المستهلك في اتخاذ القرارات". أما إعلام المستهلك فيشير إلى "توفير البيانات المتعلقة بمنتجات

أو معاملات معينة للتمكين من اتخاذ القرارات المتعلقة بعملية الشراء، وبذلك يكون إعلام المستهلك "مرتبطاً بحالة، في حين أن تثقيف المستهلك شرط مسبق للاستخدام الفعال لإعلام المستهلك"^(٢٢). وكلاهما من السمات الرئيسية لمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية المنقحة لحماية المستهلك ولهما أهمية خاصة في تعزيز الاستهلاك المستدام.

٣١- وحملات تثقيف المستهلك هي أحد السبل التي تسلكها الحكومات لنقل المعارف. والتثقيف أداة قوية في تعزيز التغييرات السلوكية للأفراد وترسيخها في المجتمع، بما فيها عادات الاستهلاك المستدام. ويعمل العديد من البلدان على تطوير مناهج دراسية عن التنمية المستدامة، أحد أركانها الرئيسية الاستهلاك المستدام، ومن هذه البلدان مثلاً الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، مثل أستراليا وأيرلندا وإيطاليا وتشيكيا وجمهورية كوريا وفنلندا والمملكة المتحدة لبريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية.

٣٢- وفي الأمم المتحدة، تتصدى لتثقيف المستهلك من أجل تعزيز الاستهلاك المستدام فرقة عمل مراكز المعنية بالتثقيف من أجل الاستهلاك المستدام، برئاسة إيطاليا، التي تتولى وضع دروس وتمارين تبين الاستهلاك المستدام في جميع مراحل النظام التعليمي. ويلاحظ برنامج الأمم المتحدة للبيئة أن نجاح الحملات العامة مرتبط بالتخطيط واستقصاءات السوق وتحديد الفئات والمناطق المستهدفة وأفضل الأدوات، وكذلك المثابرة والمرونة، إلى أن تتحقق النتائج المنشودة^(٢٣).

٣٣- وتدلل المساهمات الواردة من الدول الأعضاء رداً على الاستبيان الذي عممه الأونكتاد على أهمائها في حملات لتثقيف المستهلك تناول جميع المجالات الرئيسية المنصوص عليها في تشريعات الدولة. وتتخذ هذه الحملات أشكالاً مختلفة وتنطوي على استخدام وسائط الإعلام (التلفزيون والإذاعة والصحف ووسائط التواصل الاجتماعي) ومنابر أخرى في تنفيذها. ووضعت بعض البلدان برامج تعليمية، كما يلي:

(أ) أستراليا: تتولى اللجنة الاستشارية للتثقيف والإعلام التعاون والتنسيق على الصعيد الوطني لأنشطة التثقيف والإعلام المتصلة بقوانين والقضايا الخاصة بالمستهلك؛

(ب) اليابان: التثقيف التغذوي والبيئي في المدارس؛

(ج) إسبانيا: مسابقة "Consumópolis" السنوية في المدارس؛

(د) الولايات المتحدة: تنشر لجنة التجارة الاتحادية معلومات على شبكة الإنترنت، بسبل منها المدونات وأفلام الفيديو، عن التحول الأخضر، والتسوق الأخضر، ولغة إعادة تدوير، ووسم "دليل الطاقة"، والاقتصاد في استهلاك الطاقة في المنزل، وحقائق عن الإنارة. وبعض هذه المبادرات موجه إلى تشجيع الاستهلاك المستدام منذ أكثر من عقد؛

(هـ) زامبيا: عروض مسرحية مفتوحة للجمهور.

(٢٢) الأونكتاد، ٢٠١٧ ب، دليل حماية المستهلك (منشورات الأمم المتحدة، جنيف).

(٢٣) انظر: United Nations Environment Programme, 2005, *Communicating Sustainability: How to Produce Effective Public Campaigns* (United Nations publication, Nairobi), and United Nations Environment Programme, 2015, *Sustainable Consumption and Production: A Handbook for Policymakers* (United Nations publication, Nairobi).

٣٤- وطرح نهوض التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي تحديات أمام نماذج الأعمال التقليدية، ووسع قنوات الاتصالات ويسرّ شن حملات التثقيف والتوعية. وقد يكون استخدام وسائط التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة للتواصل، من حيث إنها تغطي جمهوراً واسعاً، ولا سيما جيل الألفية، يمثل مجموعة ناهضة من رواد الأعمال. وتتيح الرسائل الواضحة الأهداف التي تنتشر سريعاً بوسائط التواصل الاجتماعي منبراً فريداً تستطيع به الحكومات وهيئات المستهلكين ومنظمات المجتمع المدني تثقيف المستهلك وإعلامه.

باء- الممارسات التجارية والاستدامة

٣٥- ينبغي تزويد مشاريع الأعمال التي تهدف إلى اعتماد أنماط مستدامة بإرشادات في مجالات الإنتاج والبيع والتوزيع حسب تلك الأنماط. وبالإضافة إلى القواعد الملزمة قانوناً الهادفة إلى تحقيق الإنتاج المستدام، يمكن أن تقود أنشطة التوعية والتنظيم الذاتي القطاع الخاص إلى ممارسة أعماله بمزيد من المسؤولية.

٣٦- وأخذ يزداد إدراج الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في النماذج التجارية. وكانت الممارسات التجارية المستدامة والإرشادات المقدمة إلى مشاريع الأعمال عاملاً أساسياً في هذا التحول. ويرز مفهوم "المحصلة الثلاثية"، المعروف أيضاً باسم ثلاثية الناس والربح والكوكب، باعتباره أداة لتعزيز مشروع الأعمال المستدام. ويضيف المفهوم إلى أهمية تحقيق الأرباح ضرورة مراعاة التأثيرات الاجتماعية (مثلاً في العاملين والمجتمعات المحلية) والبيئية (مثلاً في استخدام الطاقة والمياه) أثناء مزاولة الأعمال التجارية. وقد صُمم النموذج التجاري جزئياً لتشجيع الاستهلاك المستدام^(٢٤).

٣٧- وأنشئ المجلس العالمي للأعمال التجارية من أجل التنمية المستدامة لحفز مشاريع الأعمال في مختلف أنحاء العالم على تحليل كيفية تهيئة مجتمع الأعمال للتكيف والإسهام في تحقيق التنمية المستدامة. ويعكف المجلس على إعادة تحديد بعض الجوانب ذات الصلة بمشاريع الأعمال، بما في ذلك الأرباح والخسائر والأداء وتوليد القيمة والنظر في الآثار الاجتماعية والبيئية الطويلة الأمد^(٢٥). وتستخدم ثلاث وحدات لقياس أداء مشاريع الأعمال ونجاحها، هي القيمة الحقيقية والتكاليف الحقيقية والأرباح الحقيقية^(٢٦). وفيما يتعلق بالتنوع والغرض والأرباح، لا بد من دراسة مدى استدامة مشاريع الأعمال دراسة متكاملة ومتعددة الأبعاد، وهي طريقة إذا أحسن تطبيقها أمكن أن تتيح لمشاريع الأعمال فرصة للإسهام في الحفاظ على البيئة لصالح الأجيال المقبلة^(٢٧).

(٢٤) J Elkington, 2004, Enter the triple bottom line, in: A Henriques and J Richardson, eds., *The Triple Bottom Line: Does It All Add Up?* (Earthscan, New York)

(٢٥) World Business Council for Sustainable Development, 2015, *Reporting Matters: Redefining Performance and Disclosure* (Geneva)

(٢٦) انظر: <https://www.wbcsd.org/Programs/Redefining-https://www.wbcsd.org/Programs/Redefining-Value/External-Disclosure/Reporting-matters/Resources/Sustainable-Development-Reporting-Striking-the-balance> and <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1086026615575176>

(٢٧) انظر <https://www.theguardian.com/sustainable-business/unilver-ceo-paul-polman-purpose-profits>

٣٨- وفيما يتعلق بتوجيه مشاريع الأعمال من خلال السياسة العامة، يمكن للحكومات تعزيز جوانب الاستدامة في توزيع السلع والخدمات. فعلى سبيل المثال، وضعت حكومة السويد آليات لتشجيع مشاريع الأعمال على العمل وفقاً لمعايير الاستدامة المستندة إلى المعايير الدولية القائمة، كما هي مبينة في خطة عام ٢٠٣٠، وفي الاتفاق العالمي للأمم المتحدة، وفي المبادئ التوجيهية المتعلقة بالأعمال التجارية وحقوق الإنسان التي وضعتها مفوضية الأمم المتحدة السامية لحقوق الإنسان، وفي الاتفاقيات الأساسية والإعلانات الثلاثية الصادرة في إطار منظمة العمل الدولية، وفي المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية المتعلقة بالمؤسسات المتعددة الجنسيات. فعلى سبيل المثال، يشير أحد الشروط إلى الالتزام بالإبلاغ عن الاستدامة وفقاً للمعايير الدولية، وكجزء من استراتيجية التصدير - أحد عناصر سياسة الحكومة المستدامة لمشاريع الأعمال - "يجب اعتبار مشاريع الأعمال المستدامة حجر الزاوية في قدرة الشركات السويدية على الابتكار والنمو والتصدير"^(٢٨).

٣٩- أما بطاقات الوسم، إلزامية كانت أو طوعية، فهي توفر معلومات عن خصائص المنتجات وأساليب الإنتاج، وهي بذلك وسيلة مفيدة أيضاً لإعلام المستهلكين بالآثار الاجتماعية والبيئية للمنتجات المقننة والتوعية بمنتجات أفيد اجتماعياً وبيئياً^(٢٩).

٤٠- وفيما يتعلق بأفريقيا، قد يلزم النظر في بذل جهود لتعزيز أنماط الاستهلاك والإنتاج المستدامة. وكينيا من الأمثلة على كيفية تشجيع الاستهلاك المستدام لإحداث تغيير إيجابي، حيث بدأ سريان حظر استخدام الأكياس البلاستيكية غير القابلة للتحلل الحيوي في آب/أغسطس ٢٠١٧^(٣٠). فالأكياس البلاستيكية يستغرق تحللها أكثر من ١٠٠ سنة في كينيا، وكان يوزع نحو ١٠٠ مليون كيس بلاستيكي في المتاجر الكبرى وحدها، دون حساب المنافذ التجارية الأخرى مثل أكشاك بائعي الشوارع والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم^(٣١). ورحب العديد من المواطنين بالخطر وبالجهود التي تبذلها السلطة الوطنية لإدارة البيئة، لما للأكياس البلاستيكية من آثار كبيرة في البيئة ومختلف قطاعات الاقتصاد^(٣٢). وفي الوقت الراهن، يجب على جميع المتاجر الكبرى وبائعي الشوارع والدكانين الأخرى استخدام مواد تغليف قابلة للتحلل الحيوي وغير ضارة بالبيئة. ويبين هذا المثال كيف يمكن أن يستهدف تدخل الحكومة، بما في ذلك تغريم مخالفتي الحظر وملاحقتهم قضائياً، مشاريع الأعمال والمستهلكين على حد سواء، وإثارة ردود إيجابية من كلا الجانبين.

٤١- ومن واجب كل من مشاريع الأعمال والمستهلكين تعزيز أنماط الاستهلاك والإنتاج المستدامة. وبعض الإجراءات التي يبحثها هذا الفرع تخص مشاريع الأعمال، ولكن توجد

(٢٨) Sweden, Ministry of Enterprise and Innovation, 2017, *Sustainable Business: The Government's Policy for Sustainable Business* (Stockholm)

(٢٩) انظر الأونكتاد، ٢٠١٧ ب.

(٣٠) *The Kenya Gazette*, 2017, Notice No. 2356, 14 March

(٣١) J Konchellah, 2017, Plastic bags ban is a blessing for Kenya, National Environment Management Authority، متاح في:

https://www.nema.go.ke/images/Docs/Notices/Chairman_statement_on_ban_of_plastic_bags.pdf

(٣٢) المرجع نفسه.

إجراءات متداخلة يمكن أن يتخذها كل من مشاريع الأعمال والمستهلكين لتعزيز أنماط الاستهلاك والإنتاج المستدامة، حسب الانطباق. وتكمن مسؤولية المستهلك في المقام الأول في اختيار السلع والخدمات المشتراة، والتخلص من المنتجات التي يتوقف استعمالها والتحقق من المعلومات المسجلة على العبوة. ويمكن أن تضع الشركات الخاصة مدونات قواعد سلوك أو مبادئ توجيهية أو ممارسات تجارية جيدة، تقيداً بالمعايير الوطنية والدولية. وهذه المبادرات عنصر مهم يكمل الأطر القانونية السارية ويظهر الالتزام الطوعي لمشاريع الأعمال بالمضي قدماً في تحقيق أنماط الاستهلاك والإنتاج المستدامة.

رابعاً - أمثلة من قطاعات محددة

٤٢ - ترد في هذا الفصل بعض الأمثلة من قطاعات محددة على تعزيز الاستهلاك المستدام من خلال سياسة حماية المستهلك.

ألف - فقد الأغذية وهدرها

٤٣ - وفقاً لمنظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، يعرف فقد الأغذية بأنه "نقصان في كمية الغذاء أو جودته"، ويشير هدر الأغذية إلى "التخلص من أغذية مأمونة للاستهلاك البشري ومغذية أو استخدامها لأغراض بديلة (غير غذائية) على طول سلسلة الإمداد الغذائي" من جني المحصول إلى الاستهلاك^(٣٣). وهدر الأغذية جزء من فقد الأغذية قائم بذاته "بسبب الدوافع التي تؤدي إليه وحلوله مختلفة عن حلول فقد الأغذية"، وتشير التقديرات إلى أن ثلث جميع الأغذية المنتجة للاستهلاك البشري تفقد أو تهدر في جميع أنحاء العالم كل سنة؛ ويبلغ نصيب الفرد من الهدر الغذائي على مستوى المستهلك في أوروبا وأمريكا الشمالية ٩٥-١١٥ كغ في السنة، ويبلغ في أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى وجنوب آسيا وجنوب شرق آسيا، ٦-١١ كغ في السنة^(٣٤).

٤٤ - وفقد الأغذية وهدرها مشكلة عالمية تهدد الوجود البشري بشكلين: بعض الناس يموت جوعاً بينما يرمي غيرهم الأغذية، والهدر الغذائي عملية تؤدي إلى التلوث البيئي واستنفاد الموارد للأجيال القادمة. وتشير التقديرات إلى أن نحو بليون إنسان ليس لديهم قوت كاف وأن قرابة بليون إنسان يعانون من نقص المغذيات الدقيقة، وفي الوقت ذاته يُهدر ١,٣ بليون طن من الأغذية كل سنة^(٣٥).

٤٥ - ويتسم قطاع الأغذية بارتفاع مستوى استهلاك الطاقة، إذ يستأثر بأكثر من ٣٠ في المائة من استخدام الطاقة على الصعيد العالمي و ٢٢ في المائة من مجموع انبعاثات غازات الدفيئة^(٣٦). وبالإضافة إلى ذلك، يؤثر الإنتاج الغذائي في نوعية التربة، ويؤدي إلى إزالة الغابات،

(٣٣) Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2019, Technical platform on the measurement and reduction of food loss and waste، متاح في: www.fao.org/platform-food-loss-waste/food-waste/definition/en/

(٣٤) المرجع نفسه.

(٣٥) انظر: <http://www.worldwatch.org/forgotten-1-billion-0>

(٣٦) Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2011, *Energy-Smart Food for People and Climate* (Rome)

ويستخدم كميات كبيرة من المياه، ويؤدي إلى استنفاد الأرصد السمكية والموارد البحرية عموماً، ما يؤثر سلباً في القدرة على توفير الغذاء^(٣٧).

٤٦ - وفيما يتعلق بالزراعة، يلاحظ أن جزءاً كبيراً من الآثار البيئية تحدث وقت إنتاج الأغذية وتجهيزها، غير أن الأفراد والأسر يساهمون أيضاً بما يختارونه من طعام وبأساليب عيشهم^(٣٨). وفي هذا الصدد، يمكن أن تؤدي حملات تثقيف المستهلكين وتوعيتهم دوراً مهماً بتشجيع عادات غذائية ومعيشية مستدامة وصحية. وتنص الغاية ١٢-٣ من أهداف التنمية المستدامة على تخفيض نصيب الفرد من النفايات الغذائية العالمية على صعيد أماكن البيع بالتجزئة والمستهلكين بمقدار النصف، والحد من خسائر الأغذية في مراحل الإنتاج وسلاسل الإمداد، بما في ذلك خسائر ما بعد الحصاد، بحلول عام ٢٠٣٠. فعلى سبيل المثال، أطلقت حكومة المملكة المتحدة خطة تعاونية مع مشاريع أعمال وجمعيات خيرية ومتطوعين لمعالجة مشكلة النفايات الغذائية من خلال إعادة توزيع ١٠٠ ٠٠٠ طن من فائض الأغذية المتاحة التي لا تُستهلك^(٣٩).

٤٧ - ولا يقتصر فقد الأغذية وهدرها على العالم المتقدم النمو، بل يلاحظ أيضاً في البلدان النامية المتوسطة الدخل^(٤٠). ومن التدابير الفعالة التي يمكن تنفيذها لمعالجة هذه المشكلة اتخاذ إجراءات ومبادرات على صعيد السياسة الخاصة بالمستهلك، والتثقيف والتوعية في المدارس في شؤون الاستهلاك، واستخدام وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي لاستهداف الأسر المعيشية، وإشراك منظمات المجتمع المدني ومشاريع الأعمال، وتبادل الممارسات الفضلى. فعلى سبيل المثال، أقامت المدرسة الأرجنتينية لحماية المستهلك دورة دراسية على الإنترنت عن فقد الأغذية وهدرها كجزء من وحدة دراسية عن الاستهلاك المستدام، وشملت الدورة أيضاً مواضيع مثل التغذية الصحية وطواع الجودة ووسم المواد الغذائية، وشارك فيها ٥٠١ شخصاً. وبالإضافة إلى ذلك، نُقحت في عام ٢٠١٨ اللوائح المنطبقة على المتبرعين بالأغذية بعد التشاور مع سلاسل المتاجر الكبرى الرائدة في الأرجنتين؛ وبعد هذا الإصلاح، الذي رافقته حملات توعية للمستهلكين والموردين، سجلت إعادة توزيع الأغذية زيادة كبيرة، وكان معظم المستفيدين من الأطفال.

باء - إعادة التدوير

٤٨ - يُقصد بإعادة التدوير، بحسب قاموس كامبريدج، فرز النفايات وجمعها بغية معالجتها وإنتاج مواد مفيدة يمكن استخدامها مرة أخرى. ويستتبع هذا أيضاً فكرة إعادة استخدام المنتجات للمساعدة في الحفاظ على البيئة. وتشمل المنتجات القابلة للتدوير، في جملة ما تشمل، الزجاج والبلاستيك والورق والمعادن؛ وتختلف لوائح إعادة التدوير من دولة إلى أخرى.

(٣٧) انظر: <https://www.iucn.org/news/forests/201610/how-do-we-improve-sustainability-food-production-systems-without-clearing-more-forests-and-depleting-ecosystems> and Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2013, *Food Wastage Footprint: Impacts on Natural Resources* (Rome)

(٣٨) انظر: <https://www.unenvironment.org/explore-topics/sustainable-development-goals/why-do-sustainable-development-goals-matter/goal-12>

(٣٩) انظر: <https://www.gov.uk/government/news/action-to-reduce-food-waste-announced>

(٤٠) انظر: <https://www.weforum.org/agenda/2015/08/which-countries-waste-the-most-food/>

فوكالة حماية البيئة في الولايات المتحدة تفيد أن إعادة تدوير "عملية جمع وتجهيز المواد التي تُرمى كنفايات لولا ذلك، وتحويلها إلى منتجات جديدة" وأن إعادة التدوير يمكن أن تعود بالفائدة على المجتمعات المحلية والبيئة^(٤١). وفي سبيل تشجيع إعادة التدوير، تقدم الوكالة إرشادات للأسر المعيشية ومشاريع الأعمال والمنظمات.

٤٩ - وتذكر مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك أنه ينبغي للدول الأعضاء أن "تشجع برامج إعادة التدوير التي تشجع المستهلكين على كل من إعادة تدوير النفايات وشراء المنتجات المعاد تدويرها" (المبدأ التوجيهي ٥٢)، وهو ما يمكن القيام به من خلال تدابير تجمع بين تثقيف المستهلكين وإشراك مشاريع الأعمال.

٥٠ - وأعدت لجنة التجارة الاتحادية في الولايات المتحدة أدلة خضراء لمساعدة مشاريع الأعمال على تقديم ادعاءات بيئية وقائية ومثبتة عن منتجاتها. ووسع مفهوم "محتويات معاد تدويرها" في هذه الأدلة ليشمل منتجات وعبوات تحتوي على مواد معاد استعمالها أو مجددة أو معاد تصنيعها، وكذلك مواد خام معاد تدويرها، بحيث يكون متسقاً مع فهم المستهلك ويعبر عن الفكرة القائلة إن "من الأفضل للبيئة إعادة التدوير بإعادة الاستخدام، لأن إعادة الاستخدام من المرجح أن يستهلك موارد أقل من إعادة التدوير من المواد الخام"^(٤٢). ويتعين على المصنعين الإفصاح عن جوانب إعادة تدوير منتجاتها وإعادة استخدامها.

٥١ - وفوائد إعادة التدوير عديدة وتشمل المحافظة على الموارد من أجل إعادة الاستخدام، ومنع إطلاق غازات الدفيئة في الغلاف الجوي من النفايات المهملة أو غير المعالجة، وإنقاذ الأشجار، مثلاً، باستخدام الورق المعاد تدويره. وتعيد الأمم المتحدة تدوير ١٠٠ في المائة من الورق المستخدم في مبنى المقر^(٤٣). وفي كثير من البلدان، تدرج السلطات المحلية عنصر إعادة التدوير والتحويل إلى سماد في برامج النفايات البلدية الصلبة، وتعمل على إيصال المواد القابلة للتدوير إلى مواقع المعالجة. ويتوقف نجاح هذه البرامج على الجهد التعاوني بين الأسر المعيشية ومشاريع الأعمال والمؤسسات والسلطات المحلية وغيرها من الجهات صاحبة المصلحة.

٥٢ - وفيما يتعلق ببرامج النفايات البلدية الصلبة في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، تحتل ألمانيا المرتبة الأولى من حيث إعادة تدوير النفايات، بنسبة إعادة تدوير أو تحويل إلى سماد قدرها ٦٨ في المائة، ويرتبط هذا النجاح بمبادرة لتثقيف الجمهور توضح للسكان كيفية فرز القمامة وتحويلها إلى سماد أو إعادة تدويرها، فتقوم فرادى الأسر المعيشية بمعظم العمل، ويدفع السكان أيضاً رسوماً تتناسب مع مستوى استخدام العبوات، الأمر الذي أدى إلى انخفاض عام في استخدام العبوات وزيادة المشاركة في برامج إعادة التدوير والتحويل إلى سماد^(٤٤). وتحتل جمهورية كوريا المرتبة الثانية في إعادة تدوير النفايات، بنسبة إعادة تدوير أو تحويل إلى سماد قدرها ٥٩ في المائة، وقد استثمرت الحكومة ٢ في المائة من ناتجها المحلي الإجمالي

(٤١) انظر <https://www.epa.gov/recycle/recycling-basics>

(٤٢) Federal Trade Commission, 1998, FTC [Federal Trade Commission] expands definition of "recyclable" and "recycled" claims agency updating its "green guides", 22 April

(٤٣) انظر <http://www.greeningtheblue.org/what-the-un-is-doing/united-nations-headquarters-unhq>

(٤٤) World Atlas, 2018, OECD Recycling Statistics، متاح في

<https://www.worldatlas.com/articles/oecd-leading-countries-in-recycling.html>

في برنامج للنمو الأخضر يتضمن قواعد تفرض على منتجي النفايات دفع رسوم تتناسب مع حجم النفايات المنتجة، الأمر الذي يحفز على التقليل من النفايات المنتجة وعلى فصل المواد المعاد تدويرها عن النفايات^(٤٥). وتحتل سلوفينيا والنمسا المرتبة الثالثة، بنسبة إعادة تدوير أو تحويل إلى سماد قدرها ٥٨ في المائة؛ وسجلت سلوفينيا معدل التحسن الأسرع في برامج النفايات، بفضل مبادرة بشأن النفايات المعدومة وعدم وجود أجهزة ترميد القمامة، وتجاوزت النمسا هدف الاتحاد الأوروبي المتمثل في زيادة نسبة إعادة التدوير إلى ٥٠ في المائة بحلول عام ٢٠٢٠، حيث بلغت نسبة إعادة تدوير الزجاج أو إعادة استعماله، مثلاً، ٨٠ في المائة^(٤٦). وسجلت بلدان أخرى المعدلات التالية لإعادة التدوير و/أو التحويل إلى سماد: بلجيكا، ٥٥ في المائة؛ وسويسرا، ٥١ في المائة؛ وهولندا، ٥٠ في المائة؛ والسويد، ٥٠ في المائة؛ ولكسمبرغ، ٤٨ في المائة؛ وآيسلندا، ٤٥ في المائة؛ والدانمرك، ٤٤ في المائة؛ والمملكة المتحدة، ٤٣ في المائة^(٤٧).

٥٣- ويقع على عاتق كل من مشاريع الأعمال والمستهلكين أداء دور مركزي في تعزيز الاستهلاك المستدام في مجالات فقد الأغذية وهدرها والنفايات وإعادة التدوير. وينبغي أن يكفل المنتجون الزراعيون والمصنعون أن تراعي عملياتهم فقد الأغذية وهدرها. وينبغي أن يحسن المستهلكون اختيار الأغذية على أساس مستدام، وأن يمتنعوا عن الإفراط في شراء أغذية لا لزوم لها. وينبغي أن يتخلص كل من مشاريع الأعمال والمستهلكين من بقايا الأغذية وفقاً للمبادئ التي تحددها السلطات المحلية، إن وُجدت. وتساهم مشاريع الأعمال والأسر المعيشية مساهمة غير قليلة في برامج إعادة التدوير في العديد من البلدان، ويمكن تكييف برامج إدارة النفايات هذه لاستخدامها في البلدان النامية.

جيم- الادعاءات البيئية

٥٤- الادعاءات البيئية، أو ما يسمى أيضاً بالادعاءات الخضراء، "هي ما تنسبه الشركات لسلعها وخدماتها من صفات أو خصائص مفيدة للبيئة" ويمكن أن تحيل إلى ما يلي:

طريقة إنتاج المنتجات و/أو تعبئتها و/أو توزيعها و/أو استخدامها و/أو استهلاكها و/أو التخلص منها. وبالإضافة إلى الجوانب البيئية، تتضمن هذه الادعاءات أحياناً الطريقة المسؤولة اجتماعياً أو الأخلاقية التي يتم بها إنتاج المنتجات وتوزيعها.

ويمكن أن تظهر الادعاءات البيئية على وسم المنتج (سلعة كانت أو خدمة)، وعلى العبوة، وفي الكتابات أو المواد الإعلانية المتعلقة بها، وكذلك في المواد الترويجية والمواد المتاحة في نقاط البيع وفي أشكال أخرى من التسويق. ويمكن أن تتخذ الادعاءات شكل كلمات ورموز وشعارات وشارات ورسوم بيانية وألوان وعلامات تجارية. ويمكن تناقلها عن طريق وسائل الإعلام المكتوبة، بما فيها الصحف والمجلات،

(٤٥) المرجع نفسه.

(٤٦) المرجع نفسه.

(٤٧) المرجع نفسه.

ووسائل الإعلام الإلكترونية مثل التلفزيون والإذاعة، والوسائط الرقمية مثل شبكة الإنترنت^(٤٨).

٥٥- وأفضى الوعي البيئي المتزايد وتحديد أهداف متعلقة بالمناخ والطاقة وكفاءة استخدام الموارد في مختلف المناطق إلى زيادة استخدام مشاريع الأعمال للادعاءات البيئية. واعتُرف أيضاً بأن إشراك المستهلكين عنصر حيوي من عناصر هذه العملية. ويمكن أن يستخدم المنتجون والتجار، من أجل تشجيع المستهلكين على الاستهلاك المستدام، الإعلام والدعاية لتوجيه الانتباه إلى المنتجات المراعية للبيئة.

٥٦- واستناداً إلى دراسات استقصائية أُجريت في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، "يعرب المستهلكون بصفة متزايدة عن الرغبة في شراء سلع وخدمات مراعية للبيئة"، ولذلك على مشاريع الأعمال أن تكفل تقديم ادعاءات بيئية واضحة ودقيقة وموثوقة^(٤٩). وتعالج الممارسات التجارية المضللة وغير النزيهة في الأمر التوجيهي 2005/29/EC الصادر عن الاتحاد الأوروبي والمتعلق بالممارسات التجارية غير النزيهة لمشاريع الأعمال تجاه المستهلكين في السوق الداخلية. ثم تطبق الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي هذه الأحكام من خلال التشريعات الوطنية، فيما يتعلق بأمور منها الادعاءات الخضراء والمراعية للبيئة ولزوم وضوحها ودقتها ودعمها بالأدلة والمستندات^(٥٠).

٥٧- وتجمع المنتجات الخضراء بين "الفوائد المجتمعية للحد من الضرر البيئي وزيادة رضى المستهلكين. ويمكن أيضاً أن ينتفع المستهلكون بفوائد اقتصادية ذات صلة، لا سيما من خلال زيادة كفاءة استخدام الموارد أو الاقتصاد في الطاقة أو إطالة عمر المنتجات"^(٥١).

٥٨- وتفيد دراسة فحصت وجود ادعاءات بيئية للمنتجات غير الغذائية في أسواق مختلفة أن هذه الادعاءات واسعة الانتشار على عبوات المنتجات ودعاياتها؛ وكان ٧٦ في المائة من المنتجات المدروسة يتضمن مثل هذه الادعاءات في شكل شعار أو رسائل نصية أو صور وألوان. وأشارت الدراسة إلى تدني مستوى فهم المستهلكين للادعاءات الخضراء، بنسبة ٦١ في المائة، وكذلك نقص الثقة في المعلومات المقدمة، بنسبة ٤٤ في المائة، وإلى أن المستهلكين وجدوا صعوبة في التمييز بين الادعاءات الحقيقية والإعلانات الذاتية. وفي عينة من الادعاءات التي جرى تحليلها على خلفية الأمر التوجيهي المتعلق بتحليل الممارسات التجارية غير النزيهة، تبين أن الكثير منها يستخدم عبارات مبهمه ولا يستوفي مقتضيات الدقة والوضوح. بيد أن عدة بلدان نشرت مبادئ توجيهية بشأن الادعاءات البيئية عبر القنوات الرسمية. وأخيراً، لاحظت الدراسة أن مراقبة الأسواق تعاني نقصاً في الموارد، وأنه يلزم تنفيذ مزيد من التدابير لتبسيط الادعاءات البيئية في أوروبا والمناطق الأخرى، بسبل منها تثقيف المستهلك وتوعيته، وتشديد

(٤٨) OECD, 2011, Environmental claims: Findings and conclusions of the OECD Committee on Consumer

Policy، متاح في: https://www.oecd-ilibrary.org/environment/environmental-claims_5k9h3633prbq-en.

(٤٩) المرجع نفسه.

(٥٠) انظر: الإرشادات الخاصة بتنفيذ وتطبيق الأمر التوجيهي 2005/29/EC، متاح في: [https://eur-](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016SC0163)

[lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016SC0163](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016SC0163).

(٥١) European Commission, 2014, Environmental claims for non-food products، متاح في:

https://ec.europa.eu/info/publications/environmental-claims-non-food-products_en

إنفاذ القانون ضد الادعاءات البيئية المضللة والخادعة، واستعراض وتحديث الإطار القانوني الأوروبي المتعلق بالممارسات التجارية غير النزيفة تماشياً مع تغيرات السوق وحركته، وغير ذلك من المبادرات القانونية^(٥٢).

٥٩- وتشمل الأدلة الخضراء للجنة التجارة الاتحادية في الولايات المتحدة ثلاثة مجالات هي: المبادئ العامة المنطبقة على جميع الادعاءات البيئية، وتفسير المستهلكين لادعاءات محددة وكيف يمكن لمشاريع الأعمال أن تدعم هذه الادعاءات، وكيف يمكنها تعديل ادعاءاتها لتجنب تضليل المستهلكين^(٥٣). وتقترح الأدلة الخضراء على مشاريع الأعمال معايير لكي تستخدمها في تزويد المستهلكين بمعلومات ذات مصداقية حين يختارون شراء المنتجات، وتقتضي من مشاريع الأعمال أن تكون قادرة على تقديم أدلة علمية لإثبات الادعاءات البيئية الموضوعة على منتجاتها أو عبواتها، وتقدم تعليمات محددة لمشاريع الأعمال فيما يخص التقيد بالقوانين^(٥٤). وتتناول الأدلة، في جملة أمور، الادعاءات المتعلقة بالفوائد البيئية، وتعويض الكربون، والمنتجات القابلة للتحويل إلى سماد، والقابلة للتحلل، والخالية من المواد الضارة، وغير السامة، وغير الضارة بالأوزون، والقابلة لإعادة التدوير، والقابلة لإعادة الملء، والمصنوعة باستخدام طاقة أو مواد متجددة، وتقدم الأدلة، فيما يخص كل ادعاء، اقتراحات لما ينبغي أو لا ينبغي أن يفعله المسوقون^(٥٥). ويجوز للمستهلكين رفع شكاوى إذا رأوا أن ادعاء من الادعاءات خادع؛ فعلى سبيل المثال، سبق للجنة أن تصدت لممارسات خادعة متعلقة بمنتجات قابلة لإعادة التدوير ومنتجات ذات محتوى معاد تدويره.

٦٠- ويرد في الإطار ٣ مثال حديث على قضية تتعلق بادعاءات بيئية.

الإطار ٣

ادعاءات بيئية: أستراليا

في نيسان/أبريل ٢٠١٨، أمرت المحكمة الاتحادية في أستراليا شركتي Pental Limited و Pental Products Proprietary Limited بدفع غرامات إجماليها ٧٠٠.٠٠٠ دولار أسترالي لتقدمها بيانات زائفة ومضللة عن مناديل للمراحيض ولتنظيف الحمامات يمكن التخلص منها في المراحيض.

وأفاد رئيس اللجنة الأسترالية لشؤون المنافسة والمستهلكين أن اللجنة اتخذت إجراءات "بسبب مخاوف من تضليل المستهلكين وحملهم على اعتقاد أن المناديل قابلة للتخلص منها بالمراحيض" ولأن المناديل إذا زُميت في المراحيض "فستواجه سلطات مياه الصرف الصحي مشاكل كبيرة لأنها [أي المناديل] يمكن أن تسبب انسداد شبكات المجاري المنزلية والبلدية".

(٥٢) المرجع نفسه.

(٥٣) انظر: <https://www.ftc.gov/enforcement/rules/rulemaking-regulatory-reform-proceedings/green-guides>.

(٥٤) انظر: <https://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/advertising-and-marketing/environmental-marketing>.

(٥٥) المرجع نفسه.

وأفادت شركة Pental أنها ذكرت على العبوات وفي المواد الترويجية معلومات غير صحيحة عن المناديل مفادها أنها مصنوعة من مواد مصممة خصيصاً لتتحلل في نظام الصرف الصحي، وأن لها خصائص مماثلة لخصائص ورق المراض عندما يتم التخلص منها بالمراض وأنها قابلة للتخلص منها في نظام الصرف الصحي.

وبالإضافة إلى فرض غرامات، أعلنت المحكمة أن هذه البيانات زائفة أو مضللة وأنها مخالفة لقانون المستهلكين الأسترالي، وأمرت شركة Pental بتنفيذ برنامج امتثال.

المصدر: Australian Competition and Consumer Commission, 2018, Pental to pay

\$[A]700,000 in penalties for 'flushable' wipes claims, media release, 12 April

<https://www.accc.gov.au/media-release/pental-to-pay-700000-in-penalties-for-flushable-wipes-claims>

.%E2%80%98flushable%E2%80%99-wipes-claims

٦١- وفي بعض البلدان، مثل أستراليا وبلغاريا وزامبيا والولايات المتحدة، تطبق الوكالات المعنية الأحكام القائمة في تعاملها مع الادعاءات البيئية؛ ويمكن أن تشمل هذه الأحكام السلوك المضلل والخادع أو البيانات الزائفة أو المضللة (أستراليا)، والادعاءات المضللة (بلغاريا)، والأفعال أو الممارسات غير النزيهة أو الخادعة في التجارة (الولايات المتحدة)، وتقديم ادعاءات كاذبة تفسد أو يحتمل أن تفسد على المستهلكين قراراتهم الشرائية (زامبيا)^(٥٦). وقد رُفعت في أستراليا والولايات المتحدة قضايا بشأن ادعاءات بيئية وحُكم فيها بعقوبات وتدابير تصحيحية على شركات شتى في مختلف القطاعات. وتشمل الأمثلة على هذه القضايا في الولايات المتحدة القطاعات (والادعاءات) التالية: السيارات (الديزل النظيف)؛ ومصابيح الضوء ذات الصمام الثنائي الباعث للضوء (الناتج وطول العمر)؛ والطلاء (الخلو من الانبعاثات)؛ وفرش الرضع (وسم مواد عضوية)؛ وأجهزة مطهرة (القضاء على الفطريات والبكتيريا)؛ والبيع بالتجزئة (وسم ذو صلة بالخيزران) والبلاستيك (القابلية للتحلل الحيوي)^(٥٧).

٦٢- وقد يكون العديد من البلدان النامية لم يكتسب الأدوات والخبرات اللازمة للتعامل مع الادعاءات البيئية. وقد تدخل البلدان النامية سلعٌ مستوردة من البلدان المتقدمة يمكن أن تقدّم بشأنها ادعاءات بيئية، وقد لا يكون المستهلك على علم بأن هذه الادعاءات ترقى إلى ممارسات تجارية غير نزيهة. وتبقى تجارب وكالات حماية المستهلك الأكثر تقدماً وبعض البلدان المتقدمة تجارب وحيثية. ونظراً لأهمية الاستهلاك المستدام، قد يستخدم المنتجون والتجار الادعاءات البيئية لإغراء المستهلكين باختيار منتجاتهم وخدماتهم. والادعاءات البيئية، شأنها شأن ادعاءات الإعلان الأخرى، يجب أن تستوفي معايير ومبادئ موضوعية، ويجب أن تقيم وكالات حماية المستهلك الدراسات والمنهجيات المتاحة لتقييم مدى صحة تلك الادعاءات ودقتها، والتعلم من الأقران كلما أمكن ذلك.

(٥٦) مساهمات من الدول الأعضاء رداً على استبيان الأونكتاد.

(٥٧) مساهمة من الولايات المتحدة رداً على استبيان الأونكتاد؛ انظر: [https://www.ftc.gov/news-events/media-](https://www.ftc.gov/news-events/media-resources/truth-advertising/green-guides)

[resources/truth-advertising/green-guides](https://www.ftc.gov/news-events/media-resources/truth-advertising/green-guides)

خامساً- مواضيع تستدعي مزيداً من النقاش

٦٣- يمكن أن تكون السياسة الخاصة بالمستهلك أداة فعالة لتعزيز الاستهلاك المستدام، وهذا موضوع شامل لجوانب عدة مجسد في أهداف التنمية المستدامة وتُنظر فيه عدة هيئات ومؤسسات في منظومة الأمم المتحدة. بيد أن البلدان النامية قد تفتقر إلى أطر للسياسة الخاصة بالمستهلك أو قد تكون بدأت تطبيق هذه الأطر منذ عهد قريب جداً و/أو قد تواجه تحديات في إنفاذ قانون حماية المستهلك. لذا، لا بد من تعزيز ما يقَدَّم إلى البلدان النامية والبلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية من مشورة سياساتية ومساعدة تقنية، لدعمها في تحقيق خطة عام ٢٠٣٠ وأهداف التنمية المستدامة.

دور الأونكتاد

٦٤- سيواصل الأونكتاد، بصفته قيماً على مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، إسداء المشورة إلى الدول الأعضاء في تنفيذ المبادئ التوجيهية المنقحة. وبالإضافة إلى ذلك، سيسعى الأونكتاد إلى إدراج أنشطة التثقيف والتوعية في مجال الاستهلاك المستدام في برامجه الخاصة ببناء القدرات في البلدان النامية، وسيجمع معلومات عن الاستهلاك المستدام يرفد بها ما تتبادله الدول الأعضاء من معلومات في هذا الشأن.

٦٥- وقد يود المندوبون المشاركون في الدورة الرابعة لفريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بقوانين وسياسات حماية المستهلك أن ينظروا في الأسئلة التالية بغرض مناقشتها:

- كيف يمكن نقل الفرع حاء من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك المتعلق بالاستهلاك المستدام إلى القوانين الوطنية للدول الأعضاء؟ وهل البلدان النامية على استعداد للاضطلاع بهذه المهمة؟
- كيف يمكن للتعاون الدولي، لا سيما من خلال وكالات الأمم المتحدة والمنظمات الدولية الأخرى، أن يساعد على زيادة تعزيز الاستهلاك المستدام؟
- ما هي الممارسات الفضلى الأخرى التي يمكن أن تتقاسمها في هذا المجال الدول والمنظمات غير الحكومية والقطاع الخاص؟