



موجز تنفيذي

المبادئ التوجيهية لتقديم معلومات استدامة المنتج

الأساسية): وتشجع الطموح والتحسين والريادة في الاستدامة بمرور الوقت (المبادئ المأمولة). وترشد التوجيهات المرتبطة المستخدمين من خلال تحسين اتصالاتهم مع المستخدمين.

وتركز المبادئ التوجيهية على المعلومات المقدمة للمستهلكين. ولا يعني هذا أن المسؤولية الوحيدة للحد من الآثار الضارة لتصنيع المنتجات واستهلاكها الواقعة على المجتمع والبيئة تقع على عاتق المستهلكين. فلا يمكن تحقيق الاستهلاك والإنتاج المستدامين إلا إذا اضطلع أصحاب المصلحة في سلسلة القيمة بدورهم وتعهدوا بالمزيد من الإجراءات السليمة بيئياً واجتماعياً.

تقدّم المبادئ التوجيهية لتقديم معلومات استدامة المنتج توجيهات واضحة سلسلة القيمة ومهنيي القطاع العام بشأن صياغة مطالبات فعالة وموثوق بها للمستهلكين فيما يتصل بمعلومات استدامة المنتج. وهي قابلة للتطبيق في كل المناطق والشركات بكل أحجامها. ويتمثل الهدف البعيد المدى في إيجاد مجال لتكافؤ الفرص لتطوير معلومات جديدة عن استدامة المنتجات وتنقيح القائم منها.

وفي نهاية المطاف، تهدف المبادئ التوجيهية بالأساس إلى تمكين المستهلكين من اتخاذ خيارات مستدامة مستنيرة بشأن اختيار المنتج واستخدامه والتخلص منه.

وتحدد المبادئ التوجيهية الحد الأدنى من المتطلبات التي ينبغي تلبيتها (المبادئ

المبادئ الأساسية

المصداقية

أقم مطالباتك على أسس موثوق بها، بأن تكون:

- دقيقة وصحيحة علمياً
- قوية ومتسقة
- البيانات والفرضيات مدعومة بالأدلة



الملاءمة

تحدّث عن التحسينات الأساسية في المجالات ذات الأهمية، مثل:

- تغطية الجوانب المهمة (الموضوعات الساخنة)
- عدم إخفاء جوانب الضعف في أداء المنتج، عدم تحويل الأعباء
- الفائدة الحقيقية هي التي تتجاوز الانصياع للقانون



الوضوح

اجعل المعلومات مفيدة للمستهلك، بأن تكون:

- ذات صلة مباشرة ومقصورة بين المطالبة والمنتج
- واضحة وسهلة الفهم
- صياغة حدود المطالبة بوضوح



الشفافية

عليك إرضاء شهية المستهلك للمعلومات، وعدم الإخفاء، عن طريق:

- نشر اسم صاحب المطالبة ومصدر الأدلة
- نشر خط تتبع وتسلسل المطالبة (الطرائق والمصادر، إلخ)
- إتاحة المعلومات السرية للهيئات المختصة



إمكانية الوصول

دع المعلومات تذهب للمستهلك وليس العكس، بأن تكون:

- مرئية بوضوح: سهولة العثور على المطالبة
- سهولة الوصول: المطالبة قريبة من المنتج، وفي الوقت والمكان المطلوبين



المبادئ المأمولة



ثلاثة أبعاد للاستدامة

أظهر الصورة الكاملة لاستدامة المنتج، عن طريق:

- النظر في الأبعاد البيئية والاجتماعية والاقتصادية
- تحاشي تحويل العبء بين الأبعاد
- الجمع بين نظم إصدار الشهادات التكاملية



تغيير السلوك والأثر البعيد المدى

ساهم في الانتقال من المعلومات إلى العمل عن طريق:

- تطبيق الرؤى المتعمقة للعلوم السلوكية
- تشجيع المستهلكين على لعب دور بنشاط، كلما كان ذلك مناسباً
- إقامة علاقة أبعد مدى مع المستهلك



النهج الابتكاري متعدد القنوات

جذب المستهلك بطرائق متنوعة

- استخدام قنوات الاتصال متكاملة متنوعة
- مخاطبة جماعات المستخدمين المختلفة عبر قنوات مختلفة
- المعلومات تكمل بعضها بعضاً ولا ترهق المستهلك



التعاون

العمل مع الآخرين من أجل مزيد من القبول والمصادقية

- إشراك مجموعة عريضة من أصحاب المصلحة في إعداد المطالبات وتوصيلها
- استخدام قنوات التواصل المشتركة
- استخدام لغة شاملة تُشعر المستهلك بأنه جزء من حركة



القابلية للمقارنة

ساعد المستهلكين في الاختيار بين المنتجات المتشابهة

- المقارنات بين المنتجات تدعمها الأدلة ومفيدة للمستهلك
- اتباع السبل التي تنتهجها الحكومة أو أطراف ثالثة
- اتباع توجيهات محددة

الجمهور المستهدف

طبّق المبادئ التوجيهية
لتطوير معلومات
استدامة المنتجات

القطاع الخاص: المنتجون الأساسيون، المصنّعون، تجار
التجزئة وممارسو عمليات الشراء، والإدارات المسؤولة عن إعادة
التدوير والمخلفات والموارد
مسؤولو التسويق والدعاية

قارن/كيّف نظم
معلومات استدامة المنتج
(المستقبلية) والسياسات
بالمبادئ التوجيهية

نظم معايير الاستدامة الطوعية ووضع العلامات
الحكومات (بما فيها السلطات دون الوطنية) وممارسو عمليات
الشراء العامة

تحقق من جودة
معلومات استدامة المنتج
بمقارنتها بالمبادئ
التوجيهية

النقابات العمالية، وهيئات قطاعي التجارة أو الصناعة
منظمات المستهلك وحماية البيئة وغيرها من منظمات المجتمع
المدني
سلطات مراقبة الأسواق

عملية التطوير والخطوات التالية

تعتمد المبادئ التوجيهية على التوجيهات الوطنية والإقليمية والقطاعية المعترف بها الراسخة. وقد أعدت في عملية دولية لإيجاد توافق في إطار العمل العشري للبرامج المتعلقة بأنماط الاستهلاك والإنتاج المستدامة (10YFP) المنبثق عن برنامج معلومات المستهلك للاستهلاك والإنتاج المستدامين (CI-SCP). وفيما بين حزيران/يونيو ٢٠١٥ وتشيرين الأول/أكتوبر ٢٠١٧، شكّلت منظمة البيئة التابعة للأمم المتحدة ومركز التجارة الدولية فريقاً عاملاً يضم أكثر من ٣٥ خبيراً من مختلف القطاعات والمناطق، وعقدوا عدة اجتماعات افتراضية وحلقة عمل شخصية واحدة لوضع المبادئ التوجيهية. كما أنّ التعليقات التي وردت من أكثر من ٩٠ منظمة خلال مشاورة عالمية استمرت شهرين كانت حيوية أيضاً لعملية التنمية. ويجري حالياً اختبار المبادئ التوجيهية مع منظمات من قطاعات ومناطق مختلفة في ٢٠١٧.

وهذا المنشور هو نتاج برنامج معلومات المستهلك الخاص بالإطار العشري للبرامج المتعلقة بأنماط الاستهلاك والإنتاج المستدامة (10YFP). ويعدّ البرنامج منصةً عالميةً تدعم توفير معلومات عالية الجودة عن السلع والخدمات، لإشراك المستهلكين ومساعدتهم على الاستهلاك المستدام.

بدعم من:



Federal Ministry for the
Environment, Nature Conservation,
Building and Nuclear Safety

based on a decision of the German Bundestag

وللمزيد من المعلومات، يرجى مراجعة الموقع:

www.scpclearinghouse.org/consumer-information-scp

أو التواصل عبر البريد الإلكتروني: ciscp@un.org