



PRESS RELEASE

FOR IMMEDIATE RELEASE

في أول دراسة من نوعها..
الوعي يدفع المستهلكين في الإمارات إلى تجنب المنتجات والخدمات غير المستدامة

دبي، ٢٠ نوفمبر ٢٠١٩

يكتسب الاستهلاك الواعي قوة في الإمارات العربية المتحدة، ويات الناس بجد يبحثون عن منتجات وخدمات تتوافق مع قيم الاستدامة لديهم. ومع تزايد الإحباط بسبب محدودية توافر البدائل المستدامة، بدأ المستهلكون في رفض المنتجات والخدمات التي تفتقر إلى الاستدامة. تعتبر هذه من بين النتائج الرئيسية عن الدراسة المستقلة: "المستهلك الإماراتي الواعي 2019 - مستوى المشاركة"، التي قامت بها "الاستشارية للاستدامة" (Sustainability Advisory)، وهي شركة استشارية مقرها دبي ترتبط بشبكة دولية من خبراء الاستدامة، كانت قد أطلقت الدراسة في وقت مبكر من هذا العام دعماً لهدف التنمية المستدامة للأمم المتحدة (SDG 12)، والأجندة الوطنية لدولة الإمارات العربية المتحدة 2021. والتي تركز على الاستهلاك والإنتاج المسؤول.

عن هذه الدراسة تقول هيلين سيل، خبيرة الاستدامة: كأول استطلاع من نوعه في الإمارات العربية المتحدة، أردنا التأكد من أننا استغرقنا وقتاً لاستكشاف آراء المستهلكين من خلال كل مراحل البحث النوعي والكمي. وقد تضمنت المرحلة النوعية ورش عمل استكشافية (Discovery Café) ودراسة إثنوغرافية. وأدى هذا إلى تغذية استبياننا الذي استمر شهري يونيو ويوليو من هذا العام. وكانت الاستجابة هائلة في جميع المراحل؛ إذ شارك في الاستطلاع الذي تم عبر الإنترنت أكثر من 1300 شخص يمثلون 90 جنسية يتوزعون في كافة الإمارات السبع.

وعلى الرغم من أن الغالبية الساحقة وجدت أن من الصعب، أو صعب للغاية العيش في دولة الإمارات العربية المتحدة بشكل مستدام (76 في المائة)، إلا أن الرغبة القوية في القيام بذلك كانت واضحة من خلال إجماع الكل تقريباً على الالتزام بالتقدم نحو أسلوب حياة مستدام (96 في المائة). وجاء الدليل الآخر على هذا الالتزام من حقيقة أن 57 في المائة من المستهلكين يبحثون بنشاط عن منتجات وخدمات بديلة، وما ذكره 77 في المائة من أنهم اختاروا عدم شراء منتج في الأشهر الستة الماضية لأنهم اعتبروه غير مستدام.

وقد بدأت مجموعة متزايدة من المستهلكين الملتزمين بشدة في صنع منتجاتهم الخاصة عندما لا يتمكنون من إيجاد بدائل مقبولة. ومن الأمثلة الرئيسية على ذلك المنتجات المنزلية، منظفات الغسيل، والمنظفات المنزلية، وأدوات العناية الشخصية.

ودعا المشاركون في الاستطلاع إلى تدخل الحكومة لضمان سهولة الوصول إلى المنتجات والخدمات المستدامة، والحد من النفايات، وتمكين خيارات الحياة المستدامة؛ حيث طالب أكثر من نصفهم بفرض حظر تام على البلاستيك المستخدم لمرة واحدة (52 في المائة). كما أكد المشاركون في جميع مراحل الدراسة، على دعمهم وبشكل كبير التشريعات الأكثر مباشرة والمحددة، وكذلك الحوافز، والتي سيكون لها تأثير إيجابي على أداء الاستدامة في دولة الإمارات.

ويرى المستهلكون الواعون في الإمارات العربية المتحدة أنه يتعين على الشركات تقديم المزيد من البدائل المستدامة ذات المصداقية والوضوح. في حين أكد 96 في المائة من المجيبين أن الشركات يجب أن تتحمل المزيد من المسؤولية لضمان توفير منتجات أكثر استدامة، وقال 75 في المائة أنه من الصعب الوثوق بالمنتجات والشركات التي تدعي الاستدامة.

من جانبها أعربت ماريا سيلانبا، مديرة المؤسسة الاستشارية للاستدامة، عن أملها في أن يرحب قادة الإمارات العربية المتحدة، ورؤساء الشركات، وممارسو الاستدامة والخبراء بهذه الدراسة عن وعي المستهلك الإماراتي ونتائجها. وقالت "نعتقد أن النتائج يمكن أن تكون حافزاً رئيسياً في إعلام مبادرات سياسات الخاصة بالاستدامة والاستهلاك المسؤول في الإمارات. فهناك إشارة واضحة على أن الناس يريدون تدخلات تشريعية وتنظيمية، وتنفيذاً صارماً في الأمور المتعلقة بالاستدامة التي تؤثر على الاستهلاك".

وتقول هيلين سيل إن الدافع وراء هذا التحول نحو سلوك المستهلك الواعي لا يقتصر فقط على المخاوف البيئية (91 في المائة)، فهناك أيضاً المخاوف الصحية (61 في المائة)، والرغبة في حماية الموارد للأجيال المقبلة (65 في المائة)، وكان تحسين جودة المنتج من العوامل الرئيسية أيضاً، وبنسبة (31 في المائة). كما يشعر الناس بقلق عميق حيال تغير المناخ، حيث أعرب المشاركون عن قلقهم إلى حد ما فيما يخص هذا الموضوع. وقد ظهرت النفايات كموضوع رئيسي في كل من الدراسات النوعية والكمية؛ حيث كانت النفايات البلاستيكية مصدر قلق رئيسي، إذ قال أكثر من الثلث إنهم يعملون بنشاط على تقليل كمية البلاستيك المشتراة والمستعملة.

ويرفض المستهلكون المنتجات التي تم تعبئتها بشكل مفرط، حتى لو كانت محتويات المنتج مستدامة، حيث يختار العديد من المشاركين رفضها تماماً.

وفي ما يتعلق بموضوع إعادة التدوير، قال ما يقرب من نصف المشاركين في الاستطلاع أنهم يعيدون تدوير البلاستيك، على الرغم من أن العديد منهم عبروا عن خيبة أملهم من أن الوصول إلى مرافق إعادة التدوير لم يكن سهلاً دائماً، حيث قال 63% إنه سيتم تشجيعهم على إعادة التدوير أكثر لو تم حل هذه المشكلة. وكان آخرون على ثقة بأن ما يتم إعادة تدويره لا ينتهي في مكب النفايات (60 في المائة)، وطلب المزيد من المعلومات حول ما يمكن وما لا يمكن إعادة تدويره (40 في المائة)، والحوافز لتشجيع إعادة التدوير (21 في المائة).

بينما اشتكى 2 من أصل 3 من أن البدائل المستدامة أعلى دائماً من البدائل التقليدية، وقال 8 من أصل 10 إنهم على علم بأنهم دفعوا أكثر في بديل مستدام.

"هناك رسالة قوية للشركات أيضاً، لأن المستهلكين لا يريدون فقط المزيد من البدائل، ولكنهم يريدون أيضاً معلوماتٍ جديرةً بالثقة وواضحة تدعم أي مطالبات تتعلق بالاستدامة. ويظهر استطلاعنا بوضوح أن المستهلكين على استعداد لتغيير أنماط حياتهم، ولكنهم يطلبون الدعم من كلا الحكومات والشركات"، قالت سيلانبا. وأضافت: إن "الاستشارية للاستدامة (Sustainability Advisory)" تحرص على ضمان أن الدراسة ونتائجها تؤدي إلى جهود تعاونية من جانب الحكومة وقطاع الأعمال والمستهلكين لإحداث تغييرات حقيقية في سلوكيات المستهلك وممارسات الأعمال؛ مما يسهم مساهمة كبيرة في تحقيق مساعي الاستدامة في الإمارات. واختتمت سيلانبا حديثها قائلةً: "لقد أطلقنا وأدرنا الدراسة بشغف مستفيدين من وقت وموارد زملائنا والمتطوعين الملتزمين. ونحن نعمل لضمان أن مشروع المستهلك الإماراتي الواعي يضع الأسس لتتبع سلوك المستهلك في الدولة، وتطويره إلى بحث قياسي معياري سنوي، ليكون مفيداً بشكل كبير للحكومة وقطاع الأعمال والمستهلكين".

عن مؤسسة الاستشارية للاستدامة
يقع مقر المؤسسة في دبي منذ عام 2007، وهي عبارة عن شبكة دولية من أخصائيي الاستدامة ذوي الخبرة العالية، حيث جلبت عقوداً من الخبرة الفنية والقطاعية والثقافية الواسعة لعملنا.
نقوم بتصميم وبناء وتقديم حلول تضيف قيمة إلى استراتيجيات الاستدامة من خلال تحويل التحديات والالتزامات إلى فرص مربحة للجانبين. نأخذ دوراً قيادياً لتسهيل التفاهم المشترك بين أصحاب المصلحة الرئيسيين وتحديد أكثر الاستراتيجيات فعالية لإشراك المستهلكين في الاستهلاك المستدام، وتوجيه الشركات نحو الإنتاج المسؤول، وتمكين القطاع العام من تولي حلول فعالة للأفضل.

عن الاستهلاك الواعي
الاستهلاك الواعي يدور حول قيام المستهلكين باتخاذ خيارات مدروسة أثناء شراء المنتجات والخدمات لاختيار بدائل أكثر استدامة، وتجنب، أو التخلي عن البدائل غير المستدامة. يدرك المستهلك الواعي الآثار الاجتماعية والبيئية لقرارات الشراء الخاصة بهم. ويحب الكثيرون أن ينظروا إلى النزعة الاستهلاكية الواعية على أنها "التصويت من خلال محافظتهم"، معتقدين أن المستهلكين يمكنهم التأثير على السوق من خلال قرارات الشراء.

عن المنتجات والخدمات المستدامة
لا يزال التعريف العالمي للمنتجات والخدمات المستدامة قيد التطور. وعادةً ما يتم تصميم المنتجات والخدمات المستدامة للتخلص من الآثار البيئية والاجتماعية و/أو البشرية و/أو الاقتصادية السلبية أو تقليلها على مدار دورة حياتها، من استخراج المواد الخام إلى التخلص منها. قد يسعى منتج أو خدمة مستدامة إلى معالجة عامل تأثير واحد (مثل رعاية الحيوانات) أو مجموعة واسعة

من العوامل مثل استهلاك المياه، أثر الكربون، خيارات التغليف، ممارسات العمل، الصحة، وما إلى ذلك. تم تصميم بعض المنتجات والخدمات خصيصًا لتقديم مساهمة إيجابية في التعامل مع المشكلات الاجتماعية - البيئية مثل الفقر أو تغير المناخ.

للتواصل الإعلامي

maria@sustainabilityadvisory.net	+971 50 719 4042	ماريا سيلانبا، مديرة مؤسسة الاستشارية للاستدامة
helen@sustainabilityadvisory.net	+971 50 694 6479	هيلين سيل، خبيرة الاستدامة
krishna@sustainabilityadvisory.net	+971 50 818 2685	كريشنا كومار، مدير علاقات عامة

الموقع

www.sustainabilityadvisory.net