

Đôi điều về



NHÃN SINH THÁI

HOÀNG MAI

Nhãn sinh thái còn gọi là nhãn xanh hay nhãn môi trường, là loại nhãn cung cấp thông tin thân thiện với môi trường của sản phẩm đến người tiêu dùng do một tổ chức của nhà nước hoặc một tổ chức có uy tín cấp.

Sản phẩm được gắn nhãn sinh thái khi đáp ứng các tiêu chí đánh giá tác động tới môi trường trong những giai đoạn khác nhau của sản phẩm, từ sản xuất đến tiêu dùng và thải bỏ. Cũng có trường hợp người ta chỉ quan tâm đến một tiêu chí đặc trưng cho sản phẩm, ví dụ mức độ khí thải phát sinh, khả năng tái chế, v.v... Ngoài ra, nhà sản xuất có thể tự gắn lên sản phẩm của mình như một hình thức quảng cáo với người dùng, ví dụ tủ lạnh dán nhãn "Không có CFC" (CFC là một loại hợp chất gây phá hủy tầng ozone) hoặc có loại pin ghi "Không có thủy ngân".

Nhãn sinh thái được khuyến khích để các nhà sản xuất tự nguyện áp dụng nhằm tạo ra những sản phẩm thân thiện với môi trường, đồng thời nhắc nhở người tiêu dùng về ý thức bảo vệ môi trường bằng cách chọn mua những sản phẩm đã

được dán nhãn. Gần đây nhãn sinh thái còn được sử dụng như một rào cản kỹ thuật để bảo hộ mậu dịch.

Phát triển của nhãn sinh thái

Nhãn sinh thái bắt nguồn từ châu Âu, nhãn Thiên thần xanh (Blue Eco Angel) của Đức là nhãn sinh thái đầu tiên trên thế giới, xuất hiện vào năm 1977; Green Seal của Mỹ với biểu tượng dấu chéo xanh bắt nguồn từ tổ chức phi chính phủ Green Seal, được thành lập vào năm 1989; Nhãn sinh thái châu Âu với biểu tượng bông hoa, ra đời vào năm 1992, được áp dụng rộng rãi tại 27 nước thành viên liên minh châu Âu và một số nước khác, nhãn sinh thái này được áp dụng cho hầu hết các loại sản phẩm trừ thực phẩm, đồ uống và sản phẩm y dược, các sản phẩm mang logo này phải là loại sản phẩm có thể tái chế và tái sử dụng; Nhãn sinh thái



Blue Eco Angel - nhãn sinh thái đầu tiên trên thế giới

Good Environmental Choice Australia (GECA) của Hiệp hội Môi trường Úc ra đời vào năm 2001. Hơn 3 thập kỷ sau, nhãn sinh thái đã lan rộng sang các quốc gia công nghiệp, hiện nay trên toàn thế giới có khoảng 30 loại với những tiêu chuẩn khác nhau. Tại khu vực Đông Nam Á, các quốc gia như Singapore đã có Nhãn xanh Singapore (năm 1992), Thái Lan với Nhãn xanh Thái Lan (1994) và gần đây nhất là



Hộp đựng thực phẩm bằng vật liệu tái chế



Một số mẫu nhãn sinh thái của các nước



Sản phẩm sinh thái của FUJI XEROX do ứng dụng những chất liệu tái sinh, giảm thiểu khí CO₂ ngay từ khâu sản xuất

Philippines với Sự lựa chọn xanh (2001).

Nghiên cứu người tiêu dùng tại Đan Mạch vào năm 2004 cho thấy họ sẵn sàng trả thêm từ 10-17% để mua giấy vệ sinh và bột giặt có dán nhãn sinh thái thân thiện với môi trường. Đan Mạch cũng đã nghiên cứu tác động của nhãn sinh thái Bông hoa của châu Âu đến các doanh nghiệp, một phần ba số công ty cho biết, lợi nhuận thu được từ việc bán sản phẩm có dán nhãn sinh thái cao hơn chi phí họ phải bỏ ra. Còn ở Pháp, từ năm 2007-2008, doanh thu từ thủy sản có nhãn sinh thái của tăng 220%. Ước tính có khoảng 123 cơ sở nuôi trồng thủy sản sinh thái ở châu Âu, chiếm một nửa so với tổng số 225 trại nuôi sinh thái trên toàn thế giới. Về phía người tiêu dùng, một cuộc khảo sát khác tại Mỹ năm 2007 cho thấy có đến 62% người dân sẵn lòng trả tiền để mua sản phẩm có biểu tượng Energy star (nhãn tiết kiệm năng lượng).

Tại Việt Nam

Có thể kể đến thành công của ngư dân Bến Tre khi ngành nuôi và khai thác nghêu đã được Hội đồng Bảo tồn biển Quốc tế (Marine Stewardship Council – MSC) cấp nhãn sinh thái MSC vào ngày 09/11/2009, là ngành ngư nghiệp đầu tiên của Việt Nam và khu vực Đông Nam Á được cấp nhãn sinh thái này của Quỹ Bảo tồn thiên nhiên thế giới (WWF). Nghêu Bến Tre được khai thác bằng tay và loại cào nhỏ bằng sắt với túi lưới để lọc lấy nghêu đúng kích cỡ, trả nghêu non, nghêu cám trở về thiên nhiên theo đúng quy định về bảo tồn nguồn lợi thủy sản. Đây là điểm quan trọng quyết định tính bền vững của phương pháp khai thác nghêu Bến Tre,

một trong những tiêu chí hàng đầu để được cấp nhãn sinh thái MSC. Có được nhãn sinh thái MSC, nghêu Bến Tre bán ra có giá tăng từ 25 - 30%, sản lượng 6 tháng đầu năm 2008 tăng 16% và doanh thu tăng đến 165%. MSC sẽ được đánh giá và cấp lại 5 năm một lần, vì vậy cộng đồng ngư dân phải cố gắng duy trì tốt các công việc đã làm để giữ vững nhãn hiệu sinh thái MSC cho nghêu Bến Tre.



Phương pháp thu hoạch nghêu của Bến Tre đáp ứng các tiêu chí về bảo vệ nguồn lợi thủy sản và bảo tồn thiên nhiên

Áp dụng nhãn sinh thái ở Việt Nam đang trong giai đoạn khuyến khích chứ chưa có quy định bắt buộc, cũng như chưa có tiền lệ dán nhãn sinh thái sản phẩm hàng hóa. Hiện có khoảng 5% sản phẩm tiêu dùng, dịch vụ có đủ tiêu chuẩn dán nhãn sinh thái và chưa có tổ chức đánh giá và cấp nhãn sinh thái chính thức. Nhiều thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam trong đó có EU đã yêu cầu có nhãn sinh thái đối với một số mặt hàng hàng nhập khẩu từ Việt Nam.

Để sử dụng bền vững tài nguyên thiên nhiên và bảo vệ môi trường thông qua việc khuyến khích các mẫu hình sản xuất và tiêu dùng các sản phẩm thân thiện với môi trường, ngày 05/3/2009, Bộ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường đã ra Quyết định số 253/QĐ-BTNMT



Cà chua HADICO Việt Nam - sản phẩm nông nghiệp công nghệ cao, một sản phẩm sinh thái



“Nhân xanh Việt Nam”

phê duyệt Chương trình cấp nhãn sinh thái còn được gọi là “Nhân xanh Việt Nam”. Nhãn sinh thái này sẽ được áp dụng thí điểm từ 2009 và dự kiến 2011 sẽ mở rộng trên toàn quốc và do Tổng Cục Môi trường cấp. Hàng hóa Việt Nam sẽ được ghi nhãn sinh thái theo tiêu chuẩn ISO 14024. Đây là cơ sở và định hướng quan trọng để các doanh nghiệp phấn đấu vì một nền sản xuất sạch và cho ra đời các sản phẩm hàng hóa an toàn, đồng thời tăng tính cạnh tranh cho sản phẩm Việt Nam trên trường quốc tế. □



Gạch xây dựng thân thiện môi trường với công nghệ sản xuất không khói, tiết kiệm nhiên liệu do trường ĐH Bách khoa Hà Nội nghiên cứu



Dây chuyền sản xuất bóng đèn compact tiết kiệm năng lượng của Công ty Cổ phần bóng đèn Điện Quang