

درباره فروشگاه‌های بدون پسماند از بیروت تا قم

خرید منهای زباله

صورت سنتی و فله‌ای در مکان‌هایی از شهرها عرضه می‌شود، گفت: «خرید به این شیوه باعث می‌شود، هم هزینه خانوارها پایین بیاید و هم افراد بیش از حد مصرف خرید نکنند.» او در پایان گفت که بیشتر محصولات را بدون بسته‌بندی می‌خرد، مگر در موارد محدود که مجبور باشد برای فرزندش محصولات بسته‌بندی شده مثل پاستاها را بخرد.

یک پویش، یک دعوت

در حوزه کاهش پسماند، کمپین‌های بسیاری شکل گرفت و سازمان‌های مردم نهاد بسیاری ورود پیدا کردند. کمپین جهانی let's do it یکی از همین جنبش‌های جهانی است که در ایران با نمایندگی خانه نجات ایران، با هدف پاکسازی زمین و یافتن راهکارهای عملی موثر مشغول فعالیت است. این جنبش جهانی است که به صورت مستقل برای برقراری ارتباط میان مردم و سازمان‌ها در سراسر جهان با هدف پاکسازی زمین از زباله تلاش می‌کند و با تکیه بر ارزش‌هایی مثل ایجاد همکاری، عمل‌گرایی و ایجاد تغییرات مثبت و چشم‌اندازهای موثر برای آینده این طرح را پیگیری می‌کند. احمد بختیاری، مدیرعامل خانه نجات ایران در گفت‌وگو با «شهروند» به جزئیات این طرح اشاره دارد: «وورد ما به این موضوع تنها برای پاکسازی زمین نیست و هدف اصلی افزایش اطلاعات مردم، پیدا کردن راهکارهای عمقی موثر برای رسیدن به سیاره‌ای تمیز و سلامت است. بازیگران اصلی این شبکه جهانی، داوطلبان هستند.» بختیاری در ادامه گفت: «این پروژه در سال ۲۰۰۸ با ۵۰ هزار داوطلب در کشور استونی آغاز شد و در سال ۲۰۱۳ به بیش از ۱۰۰ کشور و ۱۴ میلیون داوطلب رسید. برنامه این حرکت جهانی پاکسازی زمین از زباله است و محوریت آن جایگزین کردن موارد چندبار مصرف و تجدیدپذیر است. ایران در سال ۲۰۱۵ عضو این پروژه شد و نماینده این پروژه بین‌المللی سازمان مردم‌نهاد، خانه نجات ایران است. به گفته مدیرعامل خانه نجات ایران، یکی از اصلی‌ترین موارد این جنبش استفاده از کیسه پلاستیکی برای حمل بار خریداری شده در فروشگاه‌هاست. این کمپین طراحی شده است تا با همراهی فروشگاه‌ها، کیسه‌های غیریک‌بار مصرف را جایگزین کیسه پلاستیکی کند.

پلاستیک وسیله حمل بار نیست

بختیاری گفت: «هدف ما در این کمپین تغییر آمار استفاده از کیسه پلاستیکی و ترویج این مفهوم است که برای حمل خریدهای خود از کیسه‌های غیریک‌بار مصرف استفاده کنیم.» او در مورد جزئیات این طرح هم افزود: «برنامه‌ای برای تبدیل شدن تدریجی مجموعه‌های تجاری به فروشگاه بدون پلاستیکی تدوین کرده‌ایم که شامل طرح‌های تشویقی مشتریان و کمک برای تهیه کیسه‌های پارچه‌ای است که با کمک هم آن را اجرا خواهیم کرد. همچنین به فروشگاه‌های همراه کمپین برچسب «فروشگاه بدون پلاستیکی» را ارائه می‌دهیم که این برچسب دارای اعتبار است.» بنا به گفته بختیاری فروشگاه‌های متعددی تا به حال به این کمپین پیوسته‌اند. در حاضر این طرح در ۲ استان کشور اجرایی شده است.

مدیرعامل خانه نجات ایران با اشاره به اینکه در این ماجرا فروشگاه بدون پلاستیکی را پیشنهاد داده‌ایم و در تهران با پنج فروشگاه به توافق رسیدیم، گفت: «طبق تفاهم با شهرداری قرار است به صورت پایلوت این طرح در فروشگاه شهروند و فروشگاه تهر بار نیز اجرایی شود.» بختیاری با بیان اینکه ما نیز علاقه‌مند به فروشگاه بدون پسماند هستیم، ادامه داد: «باید زیرساخت‌ها نیز سنجیده شود، نگرانی‌هایی در حوزه بهداشت وجود دارد، ما نمی‌توانیم این موضوع را نادیده بگیریم. کشورهای دیگر زیرساخت‌های لازم در زمینه عرضه و بسته‌بندی مواد غذایی را دارند. به همین دلیل آنچه ما امروز بر آن تأکید داریم این است که پلاستیک وسیله حمل بار نیست. شاید قدم بعدی طرح‌هایی همچون فروشگاه بدون پسماند باشد.»

یک رویای شدنی، یک خریدی پسماند

ایران با تولید روزانه ۲۰ میلیون تن زباله و پسماند بالاترین تولیدکننده زباله در دنیاست. دقیق‌تر بگوییم دو برابر استاندارد جهانی. حالا فرض کنید در فروشگاه‌های قدم می‌زنید که تمام محصولات منهای بسته‌بندی است و پسماند آن صفر، باور کنید این رویا شدنی است. شاید رسیدن به این آرمان‌شهر بدون زباله که صدر صد پسماند و مواد زائد بازیافت می‌شود، غیرممکن به نظر برسد، اما با اجرای برنامه‌های این چنینی قطعاً با کاهش پسماند روبه‌رو خواهیم شد. فروشگاه بدون پسماند تجربه متفاوتی است هم برای ما و هم برای زمین.



احمد بختیاری
مدیرعامل خانه نجات ایران:
ورود ما به این مسأله فقط برای پاکسازی زمین نیست. هدف اصلی افزایش اطلاعات مردم و پیدا کردن راهکارهای عمقی موثر برای رسیدن به سیاره‌ای تمیز و سلامت است. بازیگران اصلی این شبکه جهانی داوطلبان هستند»

موضوع نیز با مشارکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای قابل حل است. اگر این اطمینان حاصل و فروشگاه معتبر وارد میدان و زنجیره فروش کامل شود، این نگرانی هم بر طرف می‌شود.»
 در ادامه حمداوی بر لزوم مشارکت مردم نیز اشاره کرد و ادامه داد: «در حال حاضر مجبوریم با توجه به مشارکت نداشتن تولیدکنندگان به صورت سنتی خرید کنیم.» او با اشاره به اینکه بیشتر محصولات به



برای خرید از این فروشگاه باید ظرف و کیسه همراه خود داشته باشند. اما آنچه ما می‌خواهیم حضور شرکت‌های بزرگ و فروشگاه‌های زنجیره‌ای در این زمینه است.»

سرمان را به غرب «نه»، به شرق بچرخانیم
 «وقتی مادر مورد جنبش پسماند صفر شروع کردیم نمونه‌هایی در کشورهای دیگر اجر شده بود، و گر نه هیچ جنسی نمی‌توانستیم بخریم.» حمداوی با طرح این نکته به دشواری‌های خرید مواد شوینده هم اشاره می‌کند: «در حال حاضر تنها تولیدکننده همراه ما، برندی از شوینده‌هاست که حاضر شده مواد شوینده را به این شیوه به ما عرضه کند. به این نحو که من ظرف شوینده را به محل شرکت می‌برم و همان‌جا پر می‌کنم.» حمداوی ادامه داد: «البته ما مکاتبه‌های بسیاری داشته و از شرکت‌های دیگر هم چنین درخواستی داشته‌ایم، اما نپذیرفتند.»

این فعال محیط‌زیست ادامه داد: «ایده شکل‌گیری این فروشگاه‌ها در کشورهای دیگر مطرح شده، ما کافی است سرمان را به غرب، نه اصلاً به شرق بچرخانیم؛ به‌طور مثال این طرح در اندونزی اجرا شد یا در آگوست اسمال لبنان نخستین فروشگاه منهای بسته‌بندی را افتتاح کرد. کافی است برخی از تولیدکنندگان با ما همراه شوند. این شیوه فروش نیازمند زنجیره‌ای است که تولیدکنندگان باید در نخستین قدم و فروشگاه‌های زنجیره‌ای در مرحله بعدی در این زمینه گام بردارند.»

صدای ما به گوش تولیدکنندگان نرسیده است
 حمداوی در پاسخ به این سؤال که چرا تولیدکنندگان حاضر نیستند به این شیوه عمل کنند، گفت: «شاید صدای ما به گوش تولیدکنندگان نرسیده است. البته با برخی از تولیدکنندگان صحبت کرده‌ام و آنها نگرانی‌هایی دارند از جمله اینکه ممکن است از برند آنها سوءاستفاده شود. به‌طور مثال یک برند متفرقه با اضافه کردن مواد به یک برند شاخص می‌تواند موجب آسیب‌زدن به این برند شود. البته این

حسام خراسانی | آمار می‌گوید روزانه بیش از ۵۵ میلیون تن زباله در جهان تولید می‌شود؛ این رقم به احتمال قوی با توجه به نداشتن آمار از برخی نقاط جهان بیشتر هم هست. حالا اگر در کنار این رقم، تولید و مصرف سالانه ۳۲۰ میلیون تن پلاستیک را نیز قرار دهیم، اهمیت و توجه به موضوع کاهش پسماند روشن‌تر می‌شود؛ موضوعی که این روزها جزو اولویت‌های سازمان‌های بین‌المللی است، اما حل این معضل را نباید فقط در سیاست‌ها و برنامه‌های سازمانی خلاصه کرد. بگذارید مسأله را با راه‌آیه‌های صریح‌تر مطرح کنیم. براساس برآوردهای موجود، روزانه یک هزار میلیارد کیسه پلاستیک یک‌بار مصرف در جهان استفاده می‌شود؛ چیزی بیش از یک میلیون کیسه در دقیقه. همین آمار و ارقام در سال‌های اخیر باعث شده شعار «زندگی بدون پسماند» مطالبه حامیان محیط زیست شود؛ مسأله‌ای که در کشور ما نیز با استقبال و واکنش برخی از مردم و حامیان طبیعت رو به رو شده است.

ما «زباله» نمی‌خریم!

آیه حمداوی یکی از این افراد است. او یک سال است بدون تولید زباله زندگی می‌کند. این سبک زندگی در نوع خرید او نیز تأثیر گذاشته است. خانم حمداوی مواد غذایی و محصولات مورد نیاز خود را به‌صورت فله‌ای می‌خرد؛ یعنی خرید باز محصولات. این کاربر فعال شبکه‌های اجتماعی از افزایش میل خرید به محصولات بسته‌بندی شده گلایه دارد: «این شیوه خرید تبعات بسیاری دارد؛ تبعاتی که به میزان تولید پسماند مربوط است.» آیه حمداوی در گفت‌وگو با «شهروند» به این تبعات اشاره کرد: «گسترش شیوه خرید محصولات بسته‌بندی‌شده در کشور باعث افزایش تولید پسماند شده است؛ موضوعی که معضلات خاص خود را به همراه دارد.» حمداوی با اشاره به چالش‌هایی که مسأله دفن پسماند به دنبال دارد، ادامه می‌دهد: «برای فهم بهتر این موضوع تنها کافی است در خیابان‌های شهرهایمان قدم بزنیم؛ شهرهای شمالی، سواحل، کوه‌ها، دشت‌ها و جنگل‌ها؛ پسماند تنها منظره مشترکی است که در تمام این مناطق دیده می‌شود.» این فعال محیط زیست معتقد است پسماند در تغییرات اقلیمی نیز تأثیر دارد. مسأله دیگری که حمداوی در مورد تبعات ناشی از افزایش پسماند بر آن تأکید دارد هزینه دفن و بازیافت پسماند است. او در این باره می‌گوید: «روزانه ۳۰ میلیارد تومان برای جمع‌آوری پسماند و دفن آن در شهر تهران هزینه می‌شود، حالا بماند که چقدر این دفن اصولی یا غیراصولی است.» مسأله‌ای که حمداوی بر آن تأکید دارد، آمار نیز گویای آن است. طبق گزارش‌های شهرداری تهران، پسماند در این استان به ازای هر نفر ۷۵۰ تا ۸۰۰ گرم است که این میزان در کشورهای اروپایی ۲۰۰ تا ۳۵۰ گرم است. مسأله‌ای نگران‌کننده که نیازمند برنامه‌ریزی و راهکارهای جدی است.»

راهکاری متفاوت

راهکار چیست؟ این پرسشی است که «شهروند» در گفت‌وگو با آیه حمداوی آن را بررسی کرده است. حمداوی برای گریز از تبعات خرید محصولات بسته‌بندی‌شده، محصولات مورد نیاز خود و خانواده را به شیوه سنتی می‌خرد. راهکاری که خانواده حمداوی برای دستیابی به پسماند صفر، به دیگر شهروندان نیز توصیه می‌کنند. این فعال محیط زیست به راهکار کشورهای دیگر در این باره اشاره می‌کند و ادامه می‌دهد: «در دنیا برای کاهش پسماند و معضلات جهانی آن، کشورهای توسعه‌یافته فعالیت‌های بسیاری را برنامه‌ریزی و اجرا کرده‌اند؛ از جمله راهاندازی فروشگاه‌های منهای پسماند.» حمداوی معتقد است: «این فروشگاه‌ها، نه به خواست شرکت‌ها، بلکه بیشتر تحت فشار افکار عمومی ایجاد شده است.» در ادامه حمداوی به آماری از این مدل فروشگاه در دنیا اشاره کرد: «من در ایتالیا درس خوانده‌ام. ایتالیا این موضوع را با تأخیر شروع کرد، اما هم‌اکنون ۱۵ فروشگاه در این کشور راهاندازی شده است. آنها شروع کارشان برمی‌گردد به سال ۲۰۱۰.» او با اشاره به اینکه در کشورهای توسعه‌یافته این موضوع هنوز هم چالش است، ادامه داد: «در این کشور هم پروکراسی و دستورالعمل‌های بهداشتی مانع گسترش این شیوه خرید شده است. اما کشورهای دیگر همچون آلمان و کانادا وضع و عملکرد بهتری دارند. در کشوری مثل کانادا فروشگاه‌های زنجیره‌ای مخصوص این نوع فروش راهاندازی شده است. در فروشگاه‌های دیگر این کشور هم لاین‌هایی به این شیوه اختصاص داده شده است.»

برندسازی به صورت فله‌ای

به گفته این فعال محیط زیست، بحث بهداشت هم در این فروشگاه‌ها حل شده است: «ما به دنبال

آیه حمداوی، فعال محیط‌زیست:
کشورهای توسعه‌یافته برای کاهش پسماند و معضلات جهانی آن، فعالیت بسیاری را برنامه‌ریزی و اجرا کرده‌اند؛
از جمله راهاندازی فروشگاه‌های منهای پسماند

محصولات فله‌ای برندسازی شده هستیم؛ به‌طور مثال تولیدکننده مواد شوینده محصول خود را در واگن چند لیتری قرار می‌دهد و مصرف‌کنندگان با ظرف مخصوص به میزان دلخواه از این واگن برداشت می‌کنند.» او ادامه می‌دهد: «مواد تشکیل‌دهنده این محصول هم مشخص است و اعتمادسازی هم شده است. ما هم در کشور به دنبال چنین الگویی هستیم. انتظار داریم محصولات برندسازی‌شده به‌صورت فله‌ای عرضه شود.» حمداوی با اشاره به اینکه فروشگاه‌های کوچک در شهر قم با چنین ساختاری راهاندازی شده است، می‌گوید: «یکی از دوستان در قم در ابعاد کوچک فروشگاه‌های راهاندازی کرده است. افراد