

Теоретически углеродная нейтральность означает, что все выбросы диоксида углерода — то есть углекислого газа или его аналогов, которые в процессе производства выбрасывает в атмосферу то или иное предприятие, — компания компенсирует за счет реализации углеродно-негативных проектов. То есть таких, при которых углекислый газ из атмосферы поглощается. Это может быть что-то связанное как с посадкой или поддержкой лесных сообществ (то есть естественных или искусственных лесов), так и с более технологичными инициативами: это может быть, например, разработка оборудования, забирающего из воздуха метан (он тоже относится к парниковым газам), или более эффективных и экологичных методов ведения сельского хозяйства. В идеале компании, которая берет курс на углеродную нейтральность, следует работать в двух направлениях, и компенсация выбросов углекислого газа при помощи сторонних проектов должна быть на втором месте: в приоритете — сокращение самих выбросов при производстве продукта и транспортировках. На практике «откупиться» спонсорством экоинициатив оказывается проще, чем перестраивать собственную систему производства. Если начать разбирать понятие углеродной нейтральности в том виде, в котором сейчас его понимает большинство модных брендов, оно становится похожим на средневековую покупку индульгенций. Поворот в решении климатической проблемы требует трансформации нашей социальной, политической и экономической жизни в целом. Компенсации — это только один шаг, но это шаг, который поможет начать двигаться в правильном направлении.

Подробнее: <https://esquire.ru/style-and-grooming/127222-chto-takoe-uglerodnaya-neytralnost-k-kotoroy-stremyatsya-modnye-brendy-ona-pravda-spaset-ot-klimaticheskoy-katastrofy/#part3>