

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ МАРКИРОВКА ПРОДУКЦИИ: преимущества и процедура получения

И.В. Анисимова, К.А. Фирсова

Санкт-Петербургский Экологический союз

Экологическая маркировка – знак, который можно найти на упаковке российских и зарубежных товаров. Его может получить только та компания, которая прошла экспертизу всех этапов производства и доказала экологическую безопасность и высокое качество своей продукции.

Экомаркировка введена для того, чтобы, с одной стороны, дать потребителю надежный критерий выбора качественной продукции, а с другой – помочь производителям экологически безопасной продукции в продвижении их товаров на мировом рынке.

Тенденции развития промышленного производства сегодня таковы, что на рынке конкурентные преимущества получает в первую очередь экологически безопасная продукция.

Европейское сообщество уже выдвинуло ряд требований к организациям, торгующим со странами ЕС, – нормы обязательного и рекомендательного характера, касающиеся экологической безопасности, социальной ответственности и качества продукции.

В России международные стандарты, которые являются основанием для добровольной экологической сертификации, известны далеко не всем, не говоря уже об их широком применении. Однако при попытке выйти на международный рынок, заключить договор с банком, внешнеторговой организацией, «рекомендательный» характер таких стандартов ощущается достаточно быстро. В глазах потенциального партнера наличие сертификатов является подтверждением ответственности компании за процесс производства, за людей, работающих в ней, и за сохранение окружающей среды. Другими словами, от этого зависит имидж, а следовательно, и конкурентоспособность предприятия [1].

Система экологического маркирования продукции активно развивается и уже охватывает большинство групп товаров. Наиболее популярными являются два лейбла пищевой продукции – северный («Северный лебедь») и европейский («Европейский цветок»), оба эти знака введены по инициативе правительств. «Лебедь» и «Цветок» охватывают множество товарных групп, от туалетной бумаги и матрасов до отелей и компьютеров. Некоторые группы товаров могут маркироваться обоими типами маркировки.

Существующие в мире экомаркировки по информации, которую они несут, можно разделить на следующие основные группы [2]:

информация об экологичности продукции в целом, с учетом всего жизненного цикла ее производства, от добычи сырья до утилизации использованного продукта. К таким маркировкам относятся «Северный лебедь», «Европейский цветок», «Листок жизни»;

информация об экологичности отдельных свойств продукции, например, знак «Голубой ангел» (Германия), «Эко-знак» (Япония) и т.д. Сюда также относятся знаки, отражающие отсутствие ве-



ществ, приводящих к уменьшению озонового слоя вокруг Земли; знаки, информирующие о возможности утилизации использованного продукта с наименьшим вредом для окружающей среды, и многие другие;

информация для идентификации натуральных продуктов питания (органическое производство).

Следует отметить, что на практике существуют и другие виды экомаркировки, например призывы бережно относиться к окружающей природной среде в целом и ее отдельным объектам и т.п.

В случае, если предприятие нацелено на поставку продукции в страны Европейского Союза, ему необходима информация о СЕ-маркировке (СЕ – от франц. «Conformite Europeenne» – дословно



переводится как «европейское соответствие»). СЕ-маркировка – это своего рода технический паспорт, указывающий

на соответствие продукции требованиям европейских регламентов. Эта маркировка позволяет без дальнейшего контроля свободно реализовывать товары в любом государстве-члене Евросоюза. Каждый производитель или его бизнес-представитель на территории ЕС должен обеспечить наличие данной маркировки на своей продукции, упаковке и прилагаемой к продукции инструкции [3].

СЕ-маркировке подлежат различные группы товаров (игрушки, стройматериалы, измерительные приборы, суда, медицинское оборудование, средства телекоммуникаций и многие другие).

Сегодня у российских предприятий есть возможность пройти сертификацию продукции в соответствии с международными нормами и стандартами с присвоением знака СЕ.

При этом существуют и российские системы добровольной экологической сертификации, различающиеся процедурой экспертизы.

Так, система добровольной сертификации продукции по критериям экологичности (по результатам которой выдается знак «ЭКО-ТЕСТ-Плюс») предусматривает следующие объекты сертификации: пищевая продукция; вода, расфасованная в емкости; парфюмерно-косметическая продукция; средства гигиены полости рта; продукция легкой промышленности (одежда, ткани, обувь, изделия из кожи и меха, игрушки); посуда; тара; упаковка; продукция деревообработки; мебель. Целью этой системы сертификации является предоставление потребителю достоверной информации об экологических свойствах продукции.

Весь цикл процедуры экомаркирования можно рассмотреть на примере получения знака «Листок жизни», гарантирующего общую экологическую безопасность продукции. Присвоение этой экомаркировки основано на экспертизе всех этапов производства продукции [3].

Экологическая маркировка «Листок жизни»:

- представляет собой зарегистрированный логотип;
- ставится на упаковку продукции;
- основана на базовых требованиях серии международных стандартов ISO 14000, а именно: ISO 14020, ISO 14024 (эти стандарты уже введены на территории России как государственные);
- учитывает национальные нормативные требования;
- включает оценку жизненного цикла для определенной группы однородной продукции;
- носит некоммерческий характер;
- открыта для всех потенциальных участников.



Российские экомарки

Экомаркировка «Листок жизни» подтверждает не только качество и экологичность самого продукта, но и экологическую безопасность всех этапов его производства.



Знак информирует о том, что продукция или услуга прошла добровольную сертификацию в системе «Петербургская марка качества», в которой предусмотрена оценка экологических характеристик продукции и услуг.



Экомарка «ЭКО - ТЕСТ - ПЛЮС» подтверждает экологичность готового продукта или технологического процесса с учетом всех критериев экологичности.



Экомарка для автозаправочных станций (АЗС) в Санкт-Петербурге подтверждает высокое качество автомобильного топлива, реализуемого на АЗС, и соблюдение АЗС требований, в области охраны окружающей среды.



Экомарка «Чистые Росы» маркируется отечественная сельскохозяйственная продукция, прошедшая инспекционный контроль на всех стадиях производства «от поля до прилавка» и получившая Сертификат Системы добровольной Сертификации «БИО».



Подтверждает соответствие готового продукта по одному или нескольким критериям экологичности.



Знак информирует о том, что продукция или услуга прошли экологическую сертификацию в системе «ЭКОЛОСЕРТИК», учитывающей воздействие на здоровье человека.

Критерии экологичности основываются на оценке воздействия на окружающую среду на всех стадиях жизненного цикла продукции. Тщательное изучение стадий жизненного цикла позволяет определить критерии, учитывающие требования к ряду экологически опасных факторов. Если продукция отвечает установленным критериям, то ей присваивается знак экологической маркировки [4].

Многоступенчатая экспертиза начинается с добровольной заявки организации.

Прохождение экспертизы может начать предприятие, которое выработало собственную экологическую политику, соблюдает все нормативные требования и считает подходящим для себя путь продвижения продукции на рынки за счет ее экологических характеристик и качества. Кроме того, предприятие, претендующее на получение экомаркировки, должно соответствовать следующим требованиям:

- иметь качественный конечный продукт производства, не содержащий

веществ, отрицательно влияющих на человеческий организм;

- оказывать минимальное негативное воздействие на окружающую среду на всех этапах жизненного цикла продукции, включая обеспечение безопасности добычи и использования сырьевых ресурсов;
- стремиться к безвредной утилизации или рециклингу отходов и упаковки.

Аттестация продукции происходит поэтапно:

I этап – по добровольной заявке предприятия производится предварительная оценка экологического качества продукции;

II этап – производится углубленная экспертиза продукции (в зависимости от группы товаров);

III этап – результаты проведенной экспертизы рассматриваются на специально созданном в системе экомаркировки общественном Консультативном совете;

IV этап – выдается сертификат.

Экспертизу можно разделить на следующие тематические блоки:

- экспертиза конечного продукта производства (готовой продукции);
- оценка жизненного цикла производства продукции, т.е. учет всех стадий производства, от изъятия ресурса до утилизации отработанной продукции;
- проведение экологического аудита (для получения экомаркировки необходимо положительное заключение процедуры экологического аудита, проведенного третьей стороной).

Процедуре экомаркирования может подвергаться любая продукция, даже если аналогичная продукция не проходила экспертизу и, следовательно, нет соответствующей методики. Методика, лежащая в основе экспертизы на присвоение экомаркировки, имеет форму, адаптируемую к той или иной группе однородной продукции.

Независимая научная база включает представителей научных кругов, общественности, не заинтересованных в каком-либо конкретном конечном результате экс-

пертизы, и коллектив ведущих специалистов по научно-исследовательскому проектированию в данной области производства.

Независимая экспертная база представлена рядом организаций, проводящих испытания продукции. На этом этапе также предполагается проведение экологического аудита.

Общественный консультативный совет включает представителей научных кругов, общественности, не заинтересованных в каком-либо конкретном конечном результате экспертизы. Именно здесь рассматривается заключение экспертов, так называемое техническое заключение, заслушиваются мнения всех сторон и выносится окончательное решение.

В итоге предприятие-изготовитель получает право размещения товарного знака на эту продукцию, а также право использовать знак в рекламной кампании товара. Срок действия знака – 2 года. По истечении этого периода требуется подтверждение того, что продукция соответствует критериям экологичности. Такая система присвоения товарного знака исключает возможность «покупки» и подделки маркировки.

В конечном итоге предприятие получает следующие преимущества [3]:

- подтверждение эксклюзивного качества продукции с учетом ее экологической безопасности;
- документированное, обоснованное подтверждение наличия экологической политики на предприятии (наличие сертификата о прохождении экспертизы на присвоение экологической маркировки);
- облегчение взаимодействия с компаниями-партнерами, особенно иностранными;
- повышение продаж (за счет повышения потребительского спроса на продукцию);
- снижение себестоимости продукции за счет сокращения расходования ресурсов;
- снижение экологических рисков (оптимизация общей системы менеджмента

- на предприятии, прогнозирование и предупреждение аварийных ситуаций);
- репутацию предприятия, минимизировавшего негативное воздействие на окружающую среду и заботящегося о состоянии среды жизнедеятельности;
- оптимизацию отношений с надзорными органами;
- как итог, повышение конкурентоспособности продукции.

Необходимо отметить, что экомаркировка призвана не только помогать производителям экологически безопасной продукции в продвижении их товаров и повышении конкурентоспособности на рынке. Не менее важная задача экомаркировки — дать потребителю надежный критерий выбора качественной продукции.

Благодаря информации, которую несет экомаркировка, покупатель может сделать выбор, основываясь на экологичности продукции. Опрос, проведенный среди жителей Санкт-Петербурга, показал, что 52% покупателей знают об экологической маркировке продукции или что-то слышали о ней. На данном этапе становления потребительского рынка при выборе продукции покупатель руководствуется в первую очередь информацией о составе товара. 74% респондентов назвали этот критерий приоритетным (что особенно интересно, это наиболее значимый показатель для людей с разным уровнем дохода). Стоит отметить, что цена является только третьим по значимости фактором, влияющим на выбор покупателя. То есть, по представлениям покупателя, на сегодняшний день

именно состав товара может дать ему наиболее достоверную информацию о качестве выбираемой продукции, ее натуральности. Именно эта информация позволяет гражданам сделать выбор в пользу того или иного товара, следуя главному принципу — заботе о своем здоровье.

Несмотря на недостаточную информированность об экологической безопасности продукции, уже сейчас 85% граждан согласны покупать такую продукцию, даже если она будет дороже на 10% по сравнению с непроверенной аналогичной продукцией, причем готовность платить больше за экологичные товары высока как среди тех, кто знает об экомаркировке, так и среди тех, кто о ней не слышал. Это очень высокие показатели, которые говорят о том, что потребитель ждет от производителя только качественной продукции, и залогом этого высокого качества является экомаркировка. Получается, что российский потребитель осознал необходимость такого критерия, как экологическая безопасность продукции (хотя в основном — в контексте заботы о собственном здоровье), и, что не менее удивительно, согласен платить за такую продукцию [1].

Тенденции потребительского рынка таковы, что сегодня доверие покупателей получает только продукция, качество которой не вызывает сомнения. Экомаркировка — это один из способов сообщить о высоком качестве. Почти половина покупателей заявляет о том, что наличие экомаркировки на упаковке товара — это фактор, значительно влияющий на выбор.

Литература

1. Экологическая маркировка в текстильной и легкой промышленности / А.В. Артемов и др. — СПб., 2001.
2. Сергиенко О.И. Экоэффективность и экомаркировка / О.И. Сергиенко // Основы теории экоэффективности. — СПб.: СПбГУН и ПТ, 2004.
3. Экологически безопасное производство продукции. Возможности и преимущества: Руководство для производителей. — СПб., 2006.
4. Экомаркировка как инструмент современного маркетинга. Получение. Применение. Преимущества: Руководство для производителей. — СПб., 2006.