

КОНФЕРЕНЦИЯ, В ПАРТНЕРСТВЕ С КОМПАНИЯМИ «ТЕХНОНИКОЛЬ», IZOVER, AMWAY И ЖУРНАЛОМ BUSINESS PARTNER, СТАЛА ДЛЯ БИЗНЕСА ПЛОЩАДКОЙ ПО ОБМЕНУ ПРАКТИЧЕСКИМ ЭКОЛОГИЧЕСКИМ ОПЫТОМ.

В КОНФЕРЕНЦИИ ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ БОЛЕЕ 60 РУКОВОДИТЕЛЕЙ И СПЕЦИАЛИСТОВ КОМПАНИЙ-ЛИДЕРОВ: ГОСУДАРСТВЕННОЙ КОРПОРАЦИИ «ОЛИМПСТРОЙ», SPLAT, «ТАРКЕТТ», «ПРОФАЙНРУС», ГК «ОПТИКОМ», SAMSUNG, KNAUF, «ТИККУРИЛА», «ЮНИЛЕВЕР» И ДР. ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ЭКОЛОГИЧЕСКУЮ ПОДДЕРЖКУ КОНФЕРЕНЦИИ ПРЕДОСТАВИЛИ ПРОГРАММА ООН ПО ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ (UNEP), ВСЕМИРНЫЙ ФОНД ДИКОЙ ПРИРОДЫ (WWF), ЭКОБЮРО GREENS, А ТАКЖЕ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПКАМИ И ПРОДАЖАМИ ИМЕНИ А. Б. СОЛОВЬЕВА НИУ ВШЭ. УЧАСТИЕ В РАБОТЕ ПРИНЯЛИ ПРЕДСТАВИТЕЛИ ДЕПАРТАМЕНТА ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ И ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И ДЕПАРТАМЕНТА СТРОИТЕЛЬСТВА МОСКВЫ. ГЕОГРАФИЯ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ: МОСКВА, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, СОЧИ, САМАРСКАЯ, НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТИ И ДРУГИЕ РЕГИОНЫ РОССИИ.

Потенциал бизнеса в обеспечении здоровья общества и окружающей среды

Экологи отметили, что на качество жизни человека сегодня значительное и растущее влияние оказывает химическое загрязнение среды обитания. В первую очередь — воздуха, затем — воды, почв, продуктов питания, предметов потребления. Так, в октябре 2013 года представители Международного агентства по изучению рака заявили, что наружный воздух канцерогенен для человека и приводит к развитию рака легких. Из государственного доклада «О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2011 году» видно, что экологическая обстановка в России в целом, и особенно в городах, неблагоприятна и продолжает ухудшаться. В 58 процентах городов степень загрязнения воздуха оценивается как очень высокая и высокая. В этих городах проживает 55,1 миллиона человек, то есть 53 процента городского населения России. Также крайне тревожно с точки зрения экологических рисков обращение с отходами. Представленный на конференции обзор негативных изменений состояния окружающей среды и их причин в очередной раз продемонстрировал необходимость отказа от опасных технологий, интенсивного внедрения ресурсооборотных технологий, пересмотра рецептур в сторону экологической безопасности, перехода от нынешних потребительских стереотипов к экологически ориентированному спросу.

«По данным Росстата и Минздравсоцразвития РФ, выросла заболеваемость в классах экологически обусловленных заболеваний: новообразования, врожденные аномалии, астма. Заболеваемость новообразованиями (первичные диагнозы) в России выросла с 1995 по 2010 год на 64 процента, количество врожденных аномалий у детского населения с 2000 по 2010 год выросло на 78 процентов. Огромной ареной взаимодействия экологических и экономических факторов является хозяйственно-экономическая деятельность. Вовлечение бизнеса и создание рынка экологически безопасной продукции (товаров и услуг), которая в процессе своего производства и потребления (жизненного цикла) оказывает минимальную нагрузку на окружающую среду, —

единственная приемлемая альтернатива растущей экологической опасности», — отметил Семен Гордышевский, председатель правления Экологического союза Санкт-Петербурга.

Развитие экорынка: экостандарты, «зеленые» закупки, экоспрос

По данным, приведенным в докладе ООН World Economic Situation and Prospects 2013, мировой рынок экологических товаров остается одним из самых динамично развивающихся: его оборот составляет от 1,4 до 3 триллионов евро в год. По расчетам ООН, объем инвестиций в экологически чистые технологии к 2020 году составит 600 миллиардов долларов — втрое больше, чем в начале 2000-х.

Сегодня в мировой практике для развития экорынка успешно применяется система экологических рыночных инструментов — добровольная сертификация на соответствие экологическим стандартам. Обзор существующих инструментов и инициатив, их функциональности для разных участников рынка сделали Владимир Мошкало, глава московского офиса Программы ООН по окружающей среде (UNEP), и Юлия Грачева, директор Экологического союза Санкт-Петербурга. Она отметила: «В экостандартах заинтересованы разные участники экономики: правительство, которое с помощью экостандартов через систему “зеленых” госзакупок может выбрать экобезопасные товары и стимулировать развитие этого сегмента рынка; производители, повышающие эффективность своего производства и приобретающие конкурентные экологические преимущества; ретейл, выступающий “зеленым” регулятором рынка, и потребители, голосующие рублем за экологически предпочтительные товары и услуги. Один из серьезных, имеющих широкий диапазон оценки и при этом понятных по значению инструментов — экомаркировка (экосертификация по критериям жизненного цикла “от добычи сырья до утилизации”). Она активно используется как производителями, так и потребителями. Кроме того, апробирован ряд отраслевых экостандартов. Например, в строительстве это стандарты LEED и BREEAM. Применяются стандарты, функциональные для B2B-рынка, — экологическая декларация продукта (EPD). На Западе сертифици-

Анастасия Архипова,

специалист по связям с общественностью Amway в России

«В центральном офисе компании мы наладили отдельный сбор отходов, которые направляются на вторичную переработку. Это не только бумага и пластик, но и использованные батарейки. Многие сотрудники приносят батарейки и пластик из дома и привлекают друзей к сбору отходов. За 10 месяцев было собрано шесть тонн бумаги и 35 килограммов пластика»



фицируются самые разные товары: от строительных и отделочных материалов до шампуней. В России тоже существует апробированный на международном уровне инструмент оценки экологической безопасности производства и свойств продукции — это единственная в России программа добровольной экосертификации по жизненному циклу международного уровня «Листок жизни».

Эксперты подчеркнули, что результат внедрения экостандарта — не просто подтверждение соответствия его требованиям на момент выдачи сертификата, но и обеспечение соответствия и плановое экосовершенствование всех этапов производства в процессе всего срока обладания сертификатом.

«Озабоченность вопросами, связанными с экологией и устойчивым развитием в России, уже есть, и это факт, — подчеркнула, освещая развитие «зеленых» брендов на российском рынке, Елена Смирнова, известный в России эксперт по экобрендингу, кандидат экономи-

ческих наук, директор по развитию Экобюро GREENS. — Международные исследования говорят о том, что среди 10 тенденций спроса, которые будут актуальными до 2020 года, есть две важные для нас. Это экологическая подкованность потребителей и популярность здорового образа жизни. В Россию данная мода пришла лишь в 2000-х. Спрос на такие товары неуклонно растет. На российском рынке, будем говорить честно, пока в городах-миллионниках присутствуют как зарубежные, так и отечественные экологичные товары и услуги. Если вы придете в московский магазин, то увидите, что на значительном количестве товаров есть экомаркировка: это и блокноты, и продукты питания, и салфетки, и моющие средства, — большое разнообразие».

Вместе с тем Елена Смирнова отметила, что на российском рынке много гринвошинга, который законодательством не регулируется. Встречаются самые разные, экспертно не подтвержденные рекламные заявления компаний, например «экомойка» автомобилей. По мне-

нию директора GREENS, решением этой проблемы могут стать давно практикуемые развитыми странами законодательные ограничения и массовое просвещение: разъясняющие публикации в прессе, ТВ-сюжеты, информация в Интернете, программы в школьном образовании, издание специальных справочников. Содружество профессиональных экологических организаций и экоответственного бизнеса способно повысить экологическую грамотность современного потребителя.

Практический интерес участников конференции вызвали возможности для экопродукции, доступные в рамках нового закона о контрактной системе в сфере закупок (№ 44-ФЗ), который вступает в силу 1 января 2014 года. Согласно закону, к критериям оценки конкурсной заявки относятся экологические характеристики объекта закупки и стоимость его жизненного цикла. В развитых странах экологические критерии давно выступают обязательным требованием законов, регулирующих государственные закупки. В новом российском законе они пока носят рекомендательный характер. О перспективах для экоответственных производителей рассказала Ирина Кузнецова, доктор психологических наук, научный руководитель Института управления закупками и продажами имени А. Б. Соловьева НИУ ВШЭ: «Сейчас государственные закупки — тот потенциал, который формирует рынок. В России закупки для государственных нужд уже давно перевалили за пять триллионов рублей (больше 11 процентов от ВВП), в ЕС это два триллиона евро (19 процентов от ВВП). Таким образом, государство способно подтолкнуть рынок к производству экологически безопасной продукции. На всех конкурсных государственных закупках с 2014 года поставщики могут претендовать на указанные в законе преференции для экоматериалов. Притом надо учитывать, что это касается экологичности критерия качества продукции, а не квалификации поставщика; то есть важно, какой сертификат будет предоставляться — подтверждающий экологичность продукции или менеджмент компании». Также эксперт предположила, что далее будет расти значимость фактора отсутствия судимости за экологические преступления и наличия экологического опыта у участника закупки. Для развития эффективной системы гос-

закупок необходимо создать перечень товаров, работ и услуг, соответствующих требованиям экосертификатов, каталог экологических товарных знаков и реестр недобросовестных поставщиков, не соблюдающих экологические требования.

Опыт ответственных закупок сегодня имеется в бизнес-секторе. По мнению экспертов Всемирного фонда дикой природы (WWF), который активно работает с российским бизнесом, это инструмент снижения экологического следа. Ольга Пегова, координатор природоохранных кампаний WWF России, выделила в области ответственных закупок освещение, информационные технологии, бытовую технику, воду, мебель, посуду, канцелярские товары, бумагу, предметы бытовой химии, бумажно-гигиеническую продукцию. Среди «зеленых» услуг были отмечены проведение мероприятий, ремонт, транспорт и логистика, полиграфия и печать, уборка и кейтеринг. Успешный российский пример в сфере услуг — типография «Зеленая книга». «Во всем мире потребителя волнует, как был произведен тот или иной товар и какое влияние он оказал на окружающую среду. Это мотивирует бизнес, поскольку компании приобретают новых клиентов», — пояснила эксперт.

Компании, руководствующиеся экологическим подходом, окупают свои инвестиции в экологизацию, повышают конкурентоспособность бизнеса и при этом сохраняют среду обитания

Большим потенциалом для экологизации российского рынка обладают мегапроекты. Возможности этого инструмента участники конференции рассмотрели на примере деятельности государственной корпорации «Олимпстрой». Лев Авербух, начальник отдела экологической экспертизы и сертификации ГК «Олимпстрой», подчеркнул, что один из результатов работы по подготовке олимпийских объектов — повышение уровня информированности и компетентности участников рынка в области системы «зеленых» закупок. В ходе проекта большое внимание

Виталий Борисов,

руководитель отдела сертификации ISOVER

«Основой продукции ISOVER служит вторичное сырье, в частности стеклобой. Но в России сложно добиться стабильности качества такой продукции. В период, когда мы испытываем сложности с поставкой российского вторсырья, мы, будучи ответственным производителем, завозим стеклобой из Финляндии»



уделено разработке требований к ответственным поставщикам и производителям экоматериалов. В ограниченные сроки, с учетом международного опыта, создана и апробирована система по контролю соответствия качества поставляемых услуг требованиям корпоративного «зеленого» стандарта ГК «Олимпстрой». В ходе апробации требований стандарта, проведенной при участии Экологического союза, стало ясно, что целый ряд материалов, представленных на российском рынке, уже сегодня может соответствовать предъявляемым требованиям. Экологические требования «Олимпстроя» к поставщикам и производителям экоматериалов использованы Минприроды России при разработке предложений по критериям выбора производителей и определения экологически эффективных товаров и услуг. Эти критерии в дальнейшем будут использованы компаниями с государственным участием при формировании

локальных нормативных актов, регулирующих закупки во исполнение Закона № 44-ФЗ. Дмитрий Березуцкий, председатель правления ассоциации «GreenСтрой», отметил, что решению задачи экологизации стройиндустрии могут способствовать профессиональные отраслевые экологические объединения. Например, недавно созданный кластер «Экологическое строительство».

Экоопыт российского бизнеса: технологии, рецептуры, отходы

Практикой внедрения экостандартов и технологий, минимизирующих нагрузку на окружающую среду и позволяющих выпускать экобезопасную продукцию, поделились ведущие российские производители строительных и отделочных материалов, парфюмерно-косметической продукции, компании, оказывающие услуги в области обращения с отходами и внедряю-

щие экостандарты в жизнедеятельность офиса. Например, многим известные принципы бережливости по DAO TOYOTA, которые представляют собой организацию безотходного и энергоэффективного производства, внедрены корпорацией «ТехноНИКОЛЬ». «Создание бережливого процесса производства позволило наладить безотходное производство XPS ТехноНИКОЛЬ (теплоизоляция на основе экструзионного пенополистирола). При этом мы соблюдаем принципы бережливости в отношении энергоресурсов, экологичности не только на наших заводах, но и при утилизации отходов используемой продукции наших клиентов. Все здания, заводы по производству XPS ТехноНИКОЛЬ также построены с применением энергоэффективных систем нашей компании. Кроме того, сегодня мы подтверждаем экологичность XPS ТехноНИКОЛЬ в рамках прохождения добровольной экосертификации «Листок жизни». В настоящий момент мы получили положительное заключение по преаудиту продукции, подтверждающее экологическую безопасность, и вышли на стадию аудита», — подчеркнул Дмитрий Михайлиди, руководитель инженерно-технического центра технической дирекции корпорации «ТехноНИКОЛЬ».

Компании, руководствующиеся экологическим подходом, окупают свои инвестиции в экологизацию, повышают конкурентоспособность бизнеса и при этом сохраняют среду обитания: «30 процентов чистой прибыли и 40 процентов операционной прибыли компания «Сен-Гобен» получает за счет решений, которые способствуют сохранению первичной энергии, производству возобновляемой энергии и сохранению экобаланса», — отмечает Виталий Борисов, руководитель отдела сертификации ISOVER. — Основой для нашего продукта — тепло- и звукоизоляции ISOVER — служит вторичное сырье, в частности стеклобой. Сегодня три четверти сырья, которое мы используем, — вторичное. Мы могли бы использовать и больше вторсырья, но в России сложно добиться стабильности качества такой продукции. В период, когда мы испытываем сложности с поставкой российского вторсырья, мы, будучи ответственным производителем, завозим стеклобой из Финляндии с целью сохранения экобаланса. В 2011 году мы заменили один из двух основных компонентов нашей продукции — связующее вещество. Это позволило суще-

ственно повысить экологичность готового продукта и улучшить фон на производстве».

Светлана Копытина, руководитель проекта системы менеджмента качества компании SPLAT, считает, что легче закладывать идею экологичности еще на этапе строительства производственной площадки, чем пытаться адаптировать под современные стандарты устаревшую фабрику. Еще на этапе проектирования производства в Новгородской области SPLAT привлекла инженера-эколога, что позволило создать производство, минимизирующее нагрузку на окружающую среду. Работа с рецептурой в компании ведется по правилу Free From, исключающему использование дешевых и устаревших компонентов. В компании развивается направление биоразлагаемой упаковки. Такая упаковка уже используется для ополаскивателей и пенки. По данным SPLAT, за последние 12 месяцев девять с половиной тонн пластиковых флакончиков отправлено на биоразложение, которое они пройдут в условиях полигонов менее чем за два года. Помимо того, ведя, согласно законодательству, селективный сбор отходов, компания сознательно направляет до 60 процентов собранного на вторичную переработку.

Легче закладывать идею экологичности еще на этапе строительства производственной площадки, чем пытаться адаптировать под современные стандарты устаревшую фабрику

Об особенностях продвижения продукции с экомаркировкой в розничной сети рассказала Марина Грозная, директор по проектному маркетингу компании «Таркетт Рус», отметив, что существенное число людей готовы платить значительно больше за экологичные товары: «Исследования потребительского поведения свидетельствуют о том, что покупатель все большее внимание уделяет вопросу безопасности продукта. Приходя в магазины, потребители пытаются найти какой-либо

Александр Артюшин,

руководитель отдела объектного менеджмента и проектной подготовки «профайнРУС»

«Компания «профайнРУС» в 2010 году присоединилась к европейской инициативе Vinyl 2010 и ушла от использования опасного соединения свинца и кадмия, разработав свою технологию на основе кальциево-цинкового стабилизатора «гринлайн»»



знак, который бы подтверждал экологическую безопасность продукта. Опрос покупателей напольных покрытий показал, что самое надежное доказательство безопасности — экомаркировка международного уровня. В течение пяти лет мы сертифицируем наши продукты по системе «Листок жизни» — и уже внесли десятки изменений в процессы выбора и закупки сырья, в процессы производства, рецептуру продуктов, которая не содержит, например, таких опасных веществ, как формальдегид и токсичные растворители».

Своей практикой улучшения рецептуры продукции в сторону ее экологической безопасности поделилась компания «профайнРУС», в 2010 году присоединившаяся к европейской инициативе Vinyl 2010. Инициатива стимулирует производителей отказываться от работы с вредными и опасными веществами, которые могут

содержаться в продуктах, в том числе продуктах из полимеров. В рамках этой инициативы компания ушла от использования опасного соединения свинца и кадмия и разработала свою технологию (на основе кальциево-цинкового стабилизатора) — «гринлайн». Александр Артюшин, руководитель отдела объектного менеджмента и проектной подготовки «профайнРУС», отметил, что, несмотря на удорожание продукта, связанное с изменением рецептуры (а стоимость стабилизаторных добавок в готовой продукции доходит до 15 процентов), применяемая технология позволяет существенно снизить выбросы паров опасных и вредных веществ в атмосферу. При этом продукт используется в массовом строительстве, что разбивает стереотип невозможности применения более дорогих продуктов (с экологическими преимуществами) на массовом рынке.

«Зеленый» рынок услуг: экоофис, экоретейл, рециклинг

Экологически ответственные услуги — еще один важный сегмент ответственного потребления. Например, в Сингапуре в рамках национальной программы сертификацию ежегодно проходят около 100 офисов. Для России экоофис — новая тенденция, ее придерживаются в основном крупные компании. Так, сертификат «Листок жизни. Экоофис» имеют крупные международные, российские коммерческие и государственные компании. Продолжают появляться новые ответственные офисы. Положительный опыт получила компания Amway, располагающая офисами, магазинами, логистическими центрами и штатом в 800 сотрудников в 16 российских городах: «За полтора года реализации проекта в центральном офисе мы наладили отдельный сбор отходов, которые направляются на вторичную переработку. Это не только бумага и пластик, но и использованные батарейки. Многие сотрудники приносят батарейки и пластик из дома и привлекают друзей к сбору отходов. Также мы отказались от использования пластиковой посуды, стали экономить офисную бумагу и электроэнергию. Все 16 торговых центров компании присоединились к проекту: в одних сотрудники самостоятельно наладили отдельный сбор отходов, в других отказались от использования одноразовой посуды. В одном из торговых центров мы организовали сбор упаковки продукции Amway, в котором могут участвовать наши дистрибьюторы. Сейчас мы планируем распространить действие этой акции на все регионы присутствия. Только в центральном офисе за 10 месяцев было собрано шесть тонн бумаги и 35 килограммов пластика. Но самое главное — нам удалось изменить отношение людей к вопросам экологии и привить экоответственное отношение к ресурсам офиса. Сотрудники поняли, что они заботятся и об окружающей среде, и о своем здоровье одновременно», — рассказала Анастасия Архипова, специалист по связям с общественностью Amway в России.

Закономерно встает вопрос: как потребителю, изменившему свои предпочтения в сторону экологических, удовлетворить в России спрос на экотовары? По мнению ГК «ОптиКом», помочь в этом может ретейл. «Исследование

потребительских предпочтений, проведенное компанией Globe Scan в развитых и развивающихся странах, показало, что покупатели готовы отдавать предпочтение экотоварам, отказываться от товаров, которые наносят вред окружающей среде, и больше платить за товары с экологическими и социальными преимуществами. Таким образом, предприятия ретейла могут получить дополнительную прибыль от реализации экопродукции. Для того чтобы сформировать спрос на экотовары, необходимо ввести их в ассортимент супермаркетов, выделить на фоне других товаров и разъяснить посетителям их преимущества», — поясняет Анна Сычева, менеджер по экологическим проектам ГК «ОптиКом». Однако «зеленый» ретейл — это не только «зеленый» ассортимент, но и другие экокритерии по жизненному циклу, в том числе энергоэффективность, управление отходами, использование упаковки. Сегодня в супермаркетах в основном используется пластиковая упаковка. Тем не менее уже имеются более экологичные биоразлагаемые альтернативы — лотки из формованного бумажного волокна, кукурузного крахмала. Эксперт выразила надежду на то, что разрабатываемый

Сегодня в супермаркетах в основном используется пластиковая упаковка. Тем не менее уже имеются более экологичные биоразлагаемые альтернативы — лотки из формованного бумажного волокна, кукурузного крахмала

Экологическим союзом стандарт экологической безопасности для предприятий ретейла станет локомотивом «озеленения» российского розничного сектора. ГК «ОптиКом» пригласила активных участников розничного рынка присоединиться к доработке стандарта.

Каким бы ни был бизнес, он неизбежно производит те или иные отходы, которыми нужно эффективно управлять и для обеспечения экобаланса, и для оптимизации затрат и сокращения издержек. О том, как решается



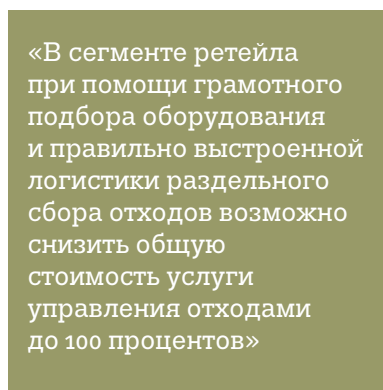
«В России тоже существует инструмент оценки экологической безопасности производства и свойств продукции — это единственная в России программа добровольной экосертификации по жизненному циклу международного уровня “Листок жизни”»



«Вовлечение бизнеса и создание рынка экологически безопасной продукции — единственная приемлемая альтернатива растущей экологической опасности»



«Во всем мире потребителя волнует, как был произведен тот или иной товар и какое влияние он оказал на окружающую среду. Это мотивирует бизнес, поскольку компании приобретают новых клиентов»



«В сегменте ретейла при помощи грамотного подбора оборудования и правильно выстроенной логистики раздельного сбора отходов возможно снизить общую стоимость услуги управления отходами до 100 процентов»

Юлия Грачева, директор Экологического союза Санкт-Петербурга
Ольга Пегова, координатор природоохранных кампаний WWF России

Семен Гордышевский, председатель правления Экологического союза Санкт-Петербурга
Антон Кузнецов, генеральный директор компании «Сфера экологии»

этот вопрос в сфере услуг, точнее — в коммерческой недвижимости (ритейл, офисы, гостиницы), рассказал Антон Кузнецов, генеральный директор компании «Сфера экологии»: «В сегменте ретейла при помощи грамотного подбора оборудования и правильно выстроенной логистики раздельного сбора отходов возможно снизить общую стоимость услуги управления отходами до 100 процентов. К процессу можно привлечь и покупателей. В офисе индивидуальные предложения и комплексность подхода позволят оптимизировать процесс утилизации, снизить стоимость этой услуги от 20 до 50 процентов и повысить имидж компании». По данным

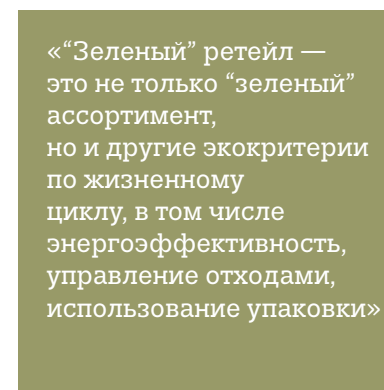
эксперта, емкость рынка переработки в России имеет большой потенциал. Производственные мощности переработки бумаги составляют 6,5 миллиона тонн в год, а фактическая загруженность — 4,5 миллиона; пластика — 2,4 миллиона тонн в год, загруженность — 0,5 миллиона; стекла — 3,3 миллиона тонн в год, загруженность — 0,65 миллиона.

Выводы конференции

Сегодня уже формируется ядро экологически ответственного бизнеса, имеющего практику по производству экобезопасной продук-



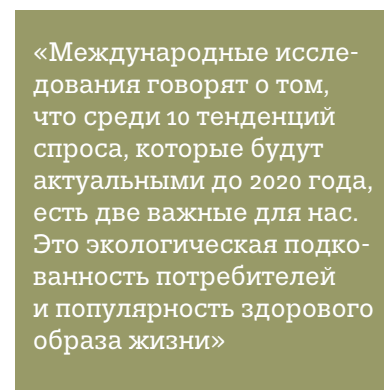
«Приходя в магазины, потребители пытаются найти какой-либо знак, который бы подтверждал экологическую безопасность продукта»



«“Зеленый” ритейл — это не только “зеленый” ассортимент, но и другие экокритерии по жизненному циклу, в том числе энергоэффективность, управление отходами, использование упаковки»



«В России закупки для государственных нужд уже давно перевалили за пять триллионов рублей (больше 11 процентов от ВВП), в ЕС это два триллиона евро (19 процентов от ВВП)»



«Международные исследования говорят о том, что среди 10 тенденций спроса, которые будут актуальными до 2020 года, есть две важные для нас. Это экологическая подкованность потребителей и популярность здорового образа жизни»



Марина Грозная, директор по проектному маркетингу компании «Таркетт Рус»
Елена Смирнова, эксперт по экобрендингу, кандидат экономических наук, директор по развитию Экобюро GREENS



Анна Сычева, менеджер по экологическим проектам ГК «ОптиКом»
Ирина Кузнецова, доктор психологических наук, научный руководитель Института управления закупками и продажами имени А. Б. Соловьева НИУ ВШЭ

ции, ее сертификации и грамотному сбыту. Необходимо увеличивать число экологически ответственных компаний и формировать устойчивое экологически грамотное потребление. Содружество таких компаний и профессиональных экологических организаций способно мультиплицировать технологии и информацию в данной области. Необходимые для этого инструменты — система экостандартов международного уровня — уже существуют в России. Притом важно объединить усилия по продвижению программ формирования экоориентированного спроса и повышения экологической грамотности потребителей — от «больше и де-

шевле» к «качественнее и экологически безопаснее». Необходимо быстросрастущее и опережающее развитие экологической критериальной базы — разработка высококачественных «зеленых» стандартов. Требуются законодательные инициативы, способствующие ограничению гринвошинга в России. В конечном итоге, в результате широкого внедрения «зеленых» стандартов, в бизнес-среде и потребительском сообществе сформируется экологически саморегулируемая экономика. Производство ЭБП станет выгодным для бизнеса, потребителя, государства и будет способствовать сохранению биосферы.