

«Эко», «Органик», «Био»? Как не попасться на модную «экологичную» удочку

Слова «био» и «эко» теперь используют везде, даже в рекламе ювелирных украшений! Почему это происходит и как не попасться на удочку маркетологов? Достаточно уяснить несколько правил.



Экокосметика, органические продукты, средства для уборки дома «без химии» и экологичная одежда – мода на «эко» и «био», пожалуй, одна из самых приятных и действительно полезных тенденций. Но всегда находятся те, кто пытается заработать на чувствах потребителей нечестным путём: поэтому на прилавках магазинов едва ли не половина экотоваров – фальшивки.

ЧТО ТАКОЕ, КТО ТАКОЙ?

Для начала познакомимся – что сейчас предлагается в магазинах и почему польза от этих товаров совершенно разная:

ЭКО/ОРГАНИК:

Товар, который произведён без вреда для окружающей среды и человека, причем, на всех этапах жизненного цикла (при добыче сырья, при изготовлении товара, при упаковке и даже утилизации). Такая косметика и продукты питания имеют натуральный состав, все ингредиенты тщательно проверены и сертифицированы. Экологичная техника обязательно энергоэффективна, то есть экономит электроэнергию, не содержит вредных веществ, пригодна к утилизации. Примерно то же самое можно сказать про материалы для экоремонта: они не выделяют вредных веществ при использовании (например, формальдегид, фталаты, стирол и пр.), служат дольше обычных, не наносят вреда природе. Даже упаковка экотоваров должна быть либо биоразлагаемой, либо простой в переработке.

Экологичность: ★★★★★

Исключены: ГМО, вредные и токсичные вещества, тяжелые металлы, искусственные ингредиенты в продуктах питания и косметике, гормоны роста, антибиотики и лекарства (в животноводстве).

Присваивается:

- Косметике,
- Продуктам питания,
- Средствам для уборки,
- Электронике и бытовой технике,
- Одежде,
- Стройматериалам,
- Игрушкам,
- Канцелярским товарам и т.д.

НАТУРАЛЬНЫЙ: Экологичность: ★★

В составе продукта нет компонентов искусственного происхождения. Остальные условия производства могут быть не экологичными: допускается использование ГМО или сырья, обработанного химическими составами, во время выращивания продукции поля могут опрыскиваться синтетическими гербицидами, инсектицидами, фунгицидами, к животным зачастую применяются гормоны роста и антибиотики, в целом производство может загрязнять окружающую среду.

Присваивается:

- Косметике,
- Продуктам питания,
- Средствам для уборки,
- Одежде (текстилю),
- Лекарствам и БАДам, и т.д.

ФЕРМЕРСКИЙ:

Экологичность: 0

Любой продукт, произведённый фермером. Но и это не гарантия: так как в законе не закреплено понятие «фермерский», то производитель вправе написать это слово даже на заводском продукте в целях рекламы/названия/маркетинга. При этом не поясняется, какое сырьё использовалось, как выращивалась продукция, применялись ли искусственные удобрения, пестициды, гормоны роста, красители и консерванты и т.д. Показатели экологичности ещё ниже, чем у натуральных продуктов: в фермерских можно обнаружить искусственные вещества и ингредиенты.

Присваивается:

- Продуктам питания.

ЭКО ИЛИ ОРГАНИК?



«Эко» и «органик» - примерно одно и то же, с небольшой разницей. Органический продукт немного отличается от экологичного тем, что он производится по методу органического сельского хозяйства (сохраняет природные ресурсы, улучшает состояние экосистем). Животные обязательно должны пастись на открытом пространстве, а не

находиться всё время в клетках, и питаться исключительно органической едой. Средства защиты для растений допускаются только биологические. При производстве экотоваров подход к контролю несколько иной: больше внимания уделяется проверке конечного продукта. Однако в целом и «эко» и «органик» - это самые безопасные товары высочайшего качества из всех, которые могут быть на рынке.

НЕ ВСЁ «ЭКО», ЧТО ЗЕЛЕНОЕ

Надписи на упаковке «эко», «био» или «органик» - особенно в России – чаще всего... обычное враньё! Дело в том, что в нашей стране законодательно не закреплены эти понятия, и производитель/продавец может писать на товаре «эко», даже если продукт напичкан химией.

ГДЕ ИСТИНА?

Подтвердить экологичность товара может только экомаркировка. Это специальный знак, который ставится на упаковке товара – он говорит о том, что продукт прошёл строгую процедуру экосертификации третьей независимой стороной. Увидите такую на упаковке – смело берите!

Надписи на упаковке «эко», «био» или «органик» - особенно в России – чаще всего... обычное враньё! Дело в том, что в нашей стране законодательно не закреплены эти понятия, и производитель/продавец может писать на товаре «эко», даже если продукт напичкан химией.

Универсальные (для любых товаров):



«Листок жизни» – единственная российская экомаркировка, признанная на международном уровне. Может стоять на самых разных товарах: еда, средства для стирки, ламинат, стеклопакеты.



«Европейский цветок» - самая универсальная экомаркировка в странах Евросоюза.



«Северный лебедь» - единая экомаркировка в Северных странах (Финляндия, Норвегия, Дания, Швеция, Исландия).



«Голубой ангел» - распространенная экомаркировка для стран Евросоюза

Органические продукты:



Евролист – единая органик-маркировка для стран Евросоюза. Присваивается только органическим продуктам питания. Российские продукты также могут получить этот знак, если пройдут сертификацию.

Косметика:



ICEA – итальянская экомаркировка. Широко распространена в том числе у российских производителей.



BDIH – немецкая экомаркировка.



Ecocert – европейская экомаркировка из Франции для косметики и средств для уборки.



Natrue – европейская экомаркировка.



USDA Organic – экомаркировка США, присваивается органической косметике и продуктам питания.

Одежда:



Global organic textile - сырьё для такого текстиля выращено и переработано по органик-стандартам.

НЕ «ЭКО», НО ТОЖЕ ХОРОШО



Есть ещё одна категория маркировок – которые говорят о каком-то одном, но важном экологическом преимуществе. Им можно доверять, и они довольно распространены на российском и тем более западном рынках:



Rainforest Alliance – гарантирует, что плантации, где выращивалась продукция, не нанесли ущерб флоре и фауне региона, и что при изготовлении были соблюдены социальные и трудовые права граждан. Встречается на кофе, чае, шоколаде, бананах и т.д.



Vegan Certified – продукт не тестировался на животных и не содержит продуктов животного происхождения.

Домашний Очаг

Онлайн-журнал «Домашний очаг» от 03 сентября 2016 г.



Not tested on animals – не тестировался на животных (есть много вариантов этих значков).



Energy Star – говорит об энергоэффективности товара.

FSC -



древесное сырье, добытое из легальных возобновляемых источников (бумага и продукция из древесины).

A

ВДРУГ И ЭТИ ОБМАНУТ?



Многие опасаются, что экомаркировку производитель может просто «нарисовать» на товаре, а процедуру сертификации не проходить. На самом деле, такие случаи чрезвычайно редки. При этом каждый может проверить подлинность маркировки через Интернет. Всё просто: на сайте компании, которая присваивает экомаркировку, выложена вся информация о том, какие товары имеются в её перечне. Вы можете посмотреть, есть ли интересующий вас товар в списке. Если нет – пишете письмо в компанию, и она разберется с недобросовестным производителем. Санкции к таким нарушителям чрезвычайно строги!

ГДЕ ИСКАТЬ ЭКО?

ОБЫЧНЫЕ МАГАЗИНЫ

В традиционных магазинах (масс-маркет, универсамы и гипермаркеты, магазинчики шаговой доступности) экопродукцию найти непросто. Исключение составляют разве что средства для уборки – сейчас выпускаются отечественные стиральные порошки, средства для мытья посуды и прочие бытовые помощники с экомаркировкой, доступные по цене и эффективные, и продаются они повсеместно (например, продукцию марки BioMio с экомаркировкой «Листок жизни» можно найти в «Карусели», «Сезоне», сети «Скарлетт»). Также в строительных гипермаркетах можно найти экологичный ламинат и линолеум (фирмы Tarkett, экомаркировка «Листок жизни»). С продуктами питания и экокосметикой сложнее: они дороже и поэтому в масс-маркет их редко берут, но иногда случаются приятные находки: так, в «Ашане» и «Стокманне» продается соевое, миндальное и рисовое молоко с экомаркировкой, а в «Призме» - экологичные замороженные карельские ягоды.

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ

Это экомагазины, магазины здорового питания и прочие «зеленые» лавочки. В них всегда неплохой выбор товаров с экомаркировкой: и продуктов, и косметики, и средств для уборки. Правда, стоит быть внимательным: часто наряду с «эко» продаются просто натуральные товары, и, чтобы купить то, что вам действительно нужно, обязательно читайте этикетку. Представлены самые разные производители из разных стран, поэтому можно подобрать что-то «под себя». Цены тоже разные – разумеется, импортные товары оказываются дороже российских. Таких магазинов в Санкт-Петербурге пока не слишком много, но существующий спрос они удовлетворяют. Это Organica, Green Point, Biomatica, Zelenika (только косметика), Клевер, Джаяганат, ЭкоГармония и другие.

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

Вот тут есть, где разгуляться любителям «эко»! Мыслимые и немыслимые полезности, вкусы, нужности, красоты – из любых стран, от разных производителей, на любой вкус и цвет. Как и в специализированных точках, обращайте внимание на этикетку и ищите экомаркировку. В остальном этот вид покупок идентичен всем остальным интернет-магазинам: кладёте товар в корзину, оплачиваете, забираете самостоятельно или оформляете доставку. Кстати, многие экоблогеры дают скидки, купоны и промокоды в такие магазины, так что вы сможете ещё и сэкономить. Среди известных и зарекомендовавших себя сайтов: greenpoint.ru, biogradproduct.ru, ecoharmony.ru, ecovita.ru, supergreen.ru, 4fresh.ru, bio-idea.ru.

ПРЕМИУМ-КЛАСС

Такие магазины могут себе позволить закупать интересные экотовары за границей и продавать их по весьма немалой цене. Особенно это касается продуктов питания, будь

то овощи и фрукты, бакалея, молочная, мясная и рыбная продукция, сладости и так далее. Разумеется, далеко не весь ассортимент в таких точках отвечает экостандартам: поэтому, как всегда, нужно искать экомаркировку на упаковке. Но проблем с её поисками, как правило, не возникает.

И ЕЩЁ:

Переходя на «эко», нужно понимать, что такие товары зачастую дороже обычных (правда, не всегда). Это объективная наценка: как правило, само производство в условиях экологических требований гораздо более дорогое и сложное.

Например, ни для кого не секрет, что искусственные ингредиенты дороже натуральных: сравните сами синтетический ароматизатор ванилин за 3 рубля или одну из самых элитных пряностей – стручковую ваниль ценой примерно 100 рублей за 1 палочку!

Организация «Экологический союз» проводила интересный опрос: готовы ли покупатели платить больше за экопродукцию? Оказалось, что почти половина людей (46%) согласны переплачивать на 10% за такие товары, 18% респондентов могут выложить лишние 20% от цены, 6% покупателей готовы переплатить на 30% и еще 12% человек будут приобретать экопродукцию, независимо от её цены. Отрицательно ответили лишь 18% опрошенных.

О чём это говорит? Похоже, мода на экологичность - одна из самых правильных и нужных в наше время. Всё больше людей вникает в её суть и понимает настоящую цену такой продукции. А значит, нас ожидает ещё более масштабный эко-бум в ближайшее время. И нам стоит быть к нему готовыми!