

«Мы продаем не сертификаты, а идеологию экологической ответственности»

Глава Экологического союза Юлия Грачева — о состоянии и перспективах экомаркировки в России



Экологический союз Санкт-Петербурга — общественная организация, более 15 лет разрабатывающая зеленые стандарты и поддерживающая производство и потребление экологически безопасной продукции. Корреспондент «+1» Ангелина Давыдова поговорила о развитии экосертификации в РФ с основателем единственной в РФ системы добровольной экологической сертификации международного уровня «Листок жизни», директором Экологического союза Юлией Грачевой.

— Откуда взялась идея экомаркировки товаров и насколько востребована она сейчас в России?

— Направление экологической сертификации возникло на Западе более 50 лет назад. Экологичность стала входить в моду, появилась потребность в инструменте, который обеспечивал бы ее гарантию. В РФ ее популярность только набирает обороты. Мы видим отчетливую динамику, особенно четко последние пять—десять лет. Спрос на экотовары создают покупатели. Последние опросы показывают, что они готовы выбирать такую продукцию. В апреле 2016 года аналитический центр Национального агентства финансовой информации (НАФИ, <http://nacfin.ru/gotovy-li-rossiyane-pereplachivat-za-ekotovary/>) исследовал готовность российских потребителей переплачивать за экологичность товаров — более половины респондентов придают значимость экологичности производства

и эксплуатации товаров. Но цена для них не менее важна, и переплачивать за заботу об экологии готовы немногие.

Все же потребительские привычки 50% потребителей в РФ можно назвать экологичными: они обращают внимание на «натуральность» товаров — отсутствие консервантов, красителей и другой химии, предпочитая местных производителей. До 16% людей называют себя осознанными потребителями, стараясь не покупать консервированные продукты и искать маркировку «био», «эко» или «органик», предпочитая продукты в минималистичной упаковке.

Второй источник развития отрасли — ритейл, увидевший в экопродукции свободную нишу. Появляются специализированные магазины, следящие за тем, чтобы в их ассортименте обязательно были товары с экосертификатами. Тренд устойчивого потребления почувствовали и торговые сети. Во многих из них экотовары выделяются специальными ценниками («Азбука вкуса», «Лэнд») либо располагаются на отдельной полке («Ашан», «Метро»). Ритейл — влиятельный канал коммуникации с конечным потребителем.

В отдельных отраслях, например строительстве и архитектуре, спрос на экосертификацию определяется мировым трендом. Развивается сфера зеленого строительства. Сертификация зданий по зеленым стандартам (LEED, BREEAM, Green Zoom) подразумевает использование соответствующих материалов. По данным комитета по энергоэффективности и устойчивому развитию Российской гильдии управляющих и девелоперов, на сентябрь 2016 года в соответствии с зелеными стандартами в РФ было сертифицировано 112 объектов.

Вторая большая аудитория для сертифицированных производителей — корпоративные клиенты. Компании, заявляющие принципы корпоративной социальной и экологической ответственности, все чаще руководствуются в закупках экологическими характеристиками товаров. Например, РЖД отказалась от полиэтиленовых пакетов, заменив их на биоразлагаемые.

Третья аудитория — это государство. Во всем мире огромное число экотоваров покупается госучреждениями через систему госзаказа. В РФ, пока, увы, нет.

— Насколько можно доверять экомаркировке?

— Многих производителей пройти честную экосертификацию стимулируют массовые случаи «гринвошинга» — полки магазинов сегодня пестрят этикетками «эко», «био», «органик». Надежная экомаркировка позволяет ответственным и дальновидным производителям выделять свой товар среди «псевдоэко». Основная масса потребителей, как правило, не станет глубоко вникать, кто и что стоит за сертификатом. Однако активно формируется экспертное сообщество. Профессиональные журналисты и блогеры с пристрастием разбирают тему, объясняя разницу между «эко» и «псевдоэко». Покупатели, которым интересен экосертификат, — это, как правило, жители больших городов, со средним или

выше среднего уровнем дохода. Чаще всего, согласно данным НАФИ, это женщины до 35 лет.

— Как потребитель в РФ может понять, какой сертификации он может доверять?

— Должен быть контроль над органом сертификации. Это могут быть аккредитующие организации или экспертные ассоциации с системой внутренней оценки. Процедуры сертификации должны быть стандартизированы. Специальный комитет ISO по оценке соответствия (CASCO) подготовил стандарты, которые касаются этого процесса. Добровольные требования, которые они содержат, — результат международного консенсуса в отношении соответствующей передовой практики. Компании и организации обычно проводят сертификацию по международным стандартам. Стандарты должны быть в открытом доступе и разрабатываться с учетом мнений всех заинтересованных сторон.

— Спрос на экотовары в России создают частные потребители. Есть ли успешные примеры создания его государством?

— В странах ЕС госконтракты содержат в себе экологические критерии, и сертифицированные товары получают преимущество при госзаказе. В 2008 году Европейская комиссия выпустила директиву «Госзакупки для улучшения состояния окружающей среды» (Communication Public procurement for a better environment). Ее целью ставилось достичь в странах ЕС соответствия требованиям зеленых закупок 50% госзакупок по десяти группам товаров и услуг к 2010 году. Хотя зеленые закупки в ЕС получили распространение, цель в 50% достигнута не была. Только 26% всех госконтрактов, подписанных в 2009–2010 годах, содержат все перечисленные в директиве ЕС критерии зеленых закупок, а 55% этих контрактов соответствовали по крайней мере одному из установленных критериев. 38% общей стоимости госзакупок были сделаны по контрактам, содержащим соответствующие критерии. В четырех странах-лидерах — Бельгии, Дании, Нидерландах и Швеции — их доля колеблется от 40% до 60%. Большинство членов ЕС реализуют национальные планы действий в отношении зеленых и устойчивых госзакупок. В странах Азии (Тайвань, Япония, Китай) введение законодательства о зеленых закупках привело к всплеску числа сертифицированных товаров на рынке более чем в десять раз.

— Насколько такая практика переносима на российскую почву и делается ли что-то для этого?

— В 2012 году в РФ были приняты основы госполитики в области экологического развития до 2030 года. Основной механизм развития экономического регулирования и рыночных инструментов охраны окружающей среды согласно им — обеспечение преимущества товаров, работ и услуг, отвечающим установленным экотребованиям при прочих равных условиях, при размещении госзаказа. Законодательство о контрактной системе в сфере госзакупок позволяет включать экологические требования в описание объекта закупки и использовать

их в качестве одного из критериев оценки заявки. С 2010 года постановление правительства Москвы также вводит эcotребования к качеству и техническим характеристикам продукции при госзакупках — уровню выбросов для моторного топлива, транспорта, газонокосилок, пил и т. д.; энергоэффективности — для электрической и электронной техники и осветительных приборов; а также использованию вторсырья для бумаги. Существуют предпосылки, благодаря которым в самое ближайшее время можно будет использовать экосертификацию как преимущество при заключении госконтрактов и создании системы госрегулирования в области добровольной экосертификации.

— Почему тогда зеленые госзакупки в РФ не работают на практике?

— Причины хорошо видны из результатов исследования, проведенного Высшей школой экономики в Перми, в октябре 2016 года. 90 компаний-закупщиков из разных регионов отвечали на вопрос, каковы главные препятствия реализации экозакупок в их организации. Основная из них (на нее указали почти 50% опрошенных) — нехватка знаний об экологических критериях и требованиях. 40% респондентов отметили: существующие правила госзакупок не дают четких руководств их применения. Те же 40% компаний говорят о недостатке поддержки в вопросах экозакупок на уровне государства. 33% опрошенных компаний не хватает и практических инструментов, информации, в том числе руководств, методических материалов, типовых форм. Несмотря на такие результаты, 50% компаний настроены позитивно, заинтересованы развивать направление зеленых госзакупок, учиться устанавливать и оценивать соответствующие критерии.

— Как развивается российское законодательство в области «органических» продуктов и экосертификации в целом?

— В РФ сфера добровольной экологической сертификации регулируется законом о техрегулировании и правилами проведения сертификации. Закон об органической сертификации пока не принят, но действуют два ГОСТа, содержащие требования к продукции органического производства и порядку проведения сертификации. Принятие закона поможет урегулировать сферу «органик», и производители не смогут без наличия сертификата, писать слова «органик» на упаковке.

— Довольно часто можно встретить мнение, что экопродукты и их сертификация — «игрушки» развитых стран.

— Посмотрите на наших партнеров по БРИКС, где интерес к экологически чистым товарам заметно растет. В первом квартале 2010 года в Бразилии лишь 4% жителей регулярно покупали экопродукцию. В том же периоде 2012-го — 15%. В Индии за два года этот показатель вырос на 6 процентных пунктов (п. п.; до 21%), а в России — на 3 п. п. (до 17%). Если рассматривать потребителей, лишь иногда покупающих экопродукты, то рост будет еще значительно — от 22% до 38% в зависимости от страны БРИКС. В РФ общее число потребителей, приобретающих экотовары постоянно или иногда, — 72%. В 2010 году этот показатель был на 16 п. п. ниже. Аналитики отмечают высокую готовность

потребителей в странах БРИКС платить за экологичные товары больше. По данным «Мега Аналитика Retail Business Russia 2012», россияне готовы переплачивать за них 31% от цены несертифицированных аналогов. В Китае — 39%. Согласно нашим опросам, почти 46% людей согласны переплачивать 10% за такие товары, 18% людей — 20%, а 6% покупателей — 30%. 12% респондентов будут приобретать экопродукцию независимо от ее цены. Отрицательно ответили 18% опрошенных.

— А что происходит с предложением?

— Экосертификация — разная. В РФ сфера добровольной экологической сертификации (ДЭС) находится в ведении закона о техрегулировании. Аккредитации для систем ДЭС нет. Спрос есть, жестких требований и контроля добровольной сертификации нет. Из поиска по слову «экологической» в реестре ДЭС Росстандарта можно обнаружить 359 сертифицирующих организаций. Не секрет, что экосертификат можно купить, что подрывает доверие обывателя и к качественной сертификации. Почти 40 лет на западном и 15 лет на российском рынке работает сертификация продукции по стандартам экомаркировки. Маркировка первого типа оценивает экологическую безопасность продукции по всему жизненному циклу. Это многокритериальная система, основные принципы которой заложены в международном стандарте ISO 14024:1999 практически для всех отраслей. В мировом масштабе экомаркировки первого типа объединены в Глобальную сеть экомаркировки (GEN). Как правило, они включают такие критерии, как легально полученное сырье, запрет или ограничение на содержание отдельных химических вещества, требования к энергоэффективности и содержанию вторсырья в составе продукта, к экологичности процесса производства и т. д.

Россию в этой ассоциации представляет экомаркировка «Листок жизни». Всего за 15 лет ее существования разработано 25 стандартов экологической безопасности продукции и услуг, сертифицировано более 30 компаний-производителей.

Для продукции сельскохозяйственного производства есть своя система сертификации — органическая сертификация. Такой сертификат может получить производитель, если он при выращивании и производстве продукции не применяет синтетических удобрений, стимуляторов роста, пестицидов, искусственных добавок. В 2014 году РФ вышла на первое место по приросту сертифицированных органик земель и лидирует с цифрой прироста в 101 тыс. га.

— Почему на полках магазинов не видно российских сертифицированных органических продуктов — уходят на экспорт?

— Мы пользуемся данными из открытых источников. Они неполные. Поэтому сложно делать обоснованные выводы. В основном площади органик-земель в РФ — это площади лесов, в которых собирают дикорастущие растения. Ягоды в больших объемах действительно идут на экспорт. Например, компания «Натура Сибирика» выращивает на больших площадях травы для производства своей

косметики. Выращиваемая в РФ органическая продукция большей частью действительно экспортируется. Нужно понимать: если написано 100 тыс. га, это не означает, что речь идет о пахотных землях, на которых выращивается органическая продукция, поступающая в магазины. Это не абсолютная цифра, а прирост. По данным журнала «Биоэкономика и экобиополитика», в 2014 году производство органической продукции в РФ велось на 245 тыс. га. Такие территории по сравнению с 2013 годом увеличились в 1,7 раза. Когда мы говорим о приросте органик-земель сейчас, то имеем в виду площади в переходном периоде. Продукция с них появится только через два года.

— Как вы убеждаете производителей в важности сертификации?

— Производители, которые обращаются к нам за сертификацией, делятся на два вида: те, кому нужна «бумажка», и те, кто действительно являются экологически ответственными и грамотными. Последние, как правило, представители отдела техрегулирования компании или технологи. Проблема в том, что они часто не могут донести важность экосертификации до отдела маркетинга. Идеальный случай, когда в компании все работают в синергии. Это позволяет пройти все процедуры, получить сертификат и грамотно его позиционировать. Самое важное в экосертификате — получение компанией уникального маркетингового инструмента, правильное использование которого позволяет увеличить продажи сертифицированной продукции и завоевать доверие потребителя.

В переговорах с компаниями мы используем успешные кейсы наших лицензиатов. Сертификация — очень сложный продукт, высокотехнологичный и инновационный. Это не колбаса, которую можно продать за деньги. Мы продаем не сертификаты, а идеологию экологической ответственности. Без полного погружения производителя успешная история сертификации невозможна. Все наши лицензиаты со временем проникаются нашей идеологией и активно работают с экомаркировкой.