

## ГРИНВОШИНГ СТРОЙМАТЕРИАЛОВ: НЕ ВСЕ «ЗЕЛЕНое» ОДИНАКОВО ПОЛЕЗНО

Юлия Грачева, Директор НП «Экологический союз»



Как недобросовестный экомаркетинг проникает в производство и дистрибуцию современных строительных материалов? Что такое «гринвошинг» и как потребителю отличить настоящий экологичный товар от фальшивки? Секретами экостандартов со STROY.EXPERT поделилась Юлия Грачева, директор НП «Экологический союз», руководитель органа по

сертификации системы «Листок жизни».

### Что такое гринвошинг?

Под «гринвошингом» (greenwashing – англ., «зеленый камуфляж») мы подразумеваем недобросовестное позиционирование компаниями своих экологических преимуществ.

Сейчас набирает популярность экологическая тема. В ответ на возрастающий запрос со стороны потребителей - покупать только самые экологичные и полезные товары, которые не наносят вреда здоровью и окружающей среде - сформировалось соответствующее направление экомаркетинга. Все больше производителей понимают: экологичный товар лучше покупают, а значит позиционировать его нужно именно как «зеленый».

И вот тут производители выбирают для себя разные пути: кто-то вкладывает немалые средства в «зеленые» технологии, улучшая производственные процессы, рецептуры для создания безопасного качественного продукта, который затем проходит экологическую сертификацию (все это признаки добросовестного экомаркетинга); а кто-то прибегает к «гринвошингу».

Недобросовестные производители окрашивают этикетки своей продукции в зеленый цвет, используют термин «натуральный продукт» и «эко» в наименовании. На самом деле товар по всем своим характеристикам ничем не отличается от других. Любое использование слова «эко» на упаковке, когда мы не понимаем, почему производитель его использовал и каким критериям соответствует этот продукт, по сути является «гринвошингом».

### Какие существуют примеры «гринвошинга» стройматериалов?

Если искать строительную продукцию в интернете, можно наткнуться на множество формулировок, типа «экокраска», «экопаркет», «экоокна», «экоутеплитель». При этом непонятно, почему производитель или дистрибьютор решил его так назвать. Возьмем, к примеру, экологичный утеплитель. Часто его позиционируют как продукт, в состав которого входят только натуральные компоненты. Однако замалчивается информация о наличии связующих –

Федеральный отраслевой интернет-портал от 14 апреля 2017 г.  
дополнительных химических веществ, которые добавляются в материал. Кроме того, не учитывается происхождение сырья (для производства может применяться древесина, которая вырублена с нарушением экологического законодательства). Не принимается также во внимание тот факт, что материал может выделять вредные вещества во время эксплуатации. Или, например, так называемые экокна. Почему они «эко»? Никто вам не скажет.

## **Это может быть опасно?**

Поскольку товары с маркировкой «эко» пользуются большим спросом, производитель (продавец), используя метод «гринвошинга», может значительно повысить продажи, в то время как покупатель продукт с ожидаемыми характеристиками так и не получит. Приведу пример с красками. На сегодняшний день применение свинца в лако-красочных изделиях ограничивает законодательство. Однако последние исследования в этой области показали, что из 24 различных брендов красок, производимых в Москве и Московской области, в 60% был обнаружен свинец (у 6% производителей – в высоких, опасных, даже превышающих законодательные нормы, концентрациях). И это при том, что для экологических красок есть обязательное требование: отсутствие в составе тяжелых металлов. Получается, на рынке сегодня поставляется продукция, которая не соответствует ни экологическим, ни законодательным нормам. Это, конечно, несет огромную опасность для потребителя. То же самое можно сказать об отделочных, энергоэффективных материалах.

## **Легко ли производителю получить экомаркировку?**

Для подтверждения эко-свойств продукции необходимо провести процедуру экологической сертификации, которая позволяет подтвердить соответствие товара всем требуемым стандартам. Выносить заключение должна независимая сторона (орган по государственной сертификации). Если производитель хочет подтвердить экологические характеристики продукта, он подает заявку в орган Госсертификации и проходит специальную процедуру, во время которой предоставляет все необходимые документы. Если мы говорим о комплексной оценке экологической безопасности, она также может включать лабораторные испытания и выезд аудитора на предприятие. В результате экологичным должен быть признан не только сам продукт, но и производство.

Кстати, среди органов по сертификации также распространен «гринвошинг». Тем, кто интересуется критериями оценки, по которым присваиваются знаки экосертификации, в первую очередь стоит обратить внимание на доступность информации о конкретной системе сертификации на сайтах органов по сертификации, которые действуют на территории РФ. Сегодня очень распространена такая схема: производитель подает заявку, платит деньги, предоставляет ряд обязательных деклараций и сертификатов, после чего ему выдается экологический сертификат. Непонятно, по каким критериям проведена в этом случае оценка и чем такой «экопродукт» отличается от остальных. Второй важный момент – уровень доверия к процедурам органа по сертификации. Существует, к примеру, отличный экологический стандарт, по которому происходит процедура получения разрешения, но фактически сама процедура может проходить с нарушениями. То есть производитель может не

Федеральный отраслевой интернет-портал от 14 апреля 2017 г.  
соответствовать каким-то критериям, но, тем не менее, получить сертификат.  
Такое тоже встречается.

Чтобы избежать подобных ситуаций, над органом по сертификации также должен осуществляться контроль со стороны агентства по аккредитации (как это у нас делается для органов по обязательной сертификации), либо со стороны соответствующих партнерств или союзов. Например, российская система экосертификации «Листок жизни» входит в Всемирную ассоциацию экомаркировки (GlobalEcolabellingNetwork, GEN), Международный союз по экологической маркировке и проходит независимый аудит со стороны представителей соответствующих международных программ.

### **Сколько в России органов экосертификации?**

В Госреестрестандарте РФ на сегодняшний день зарегистрировано порядка 300-400 организаций, которые могут выдавать экологические сертификаты. По сути, любая компания может в уведомительном порядке подать в Госстандарт сведения о том, что она собирается сертифицировать свою продукцию. К сожалению, аккредитации таких органов сертификации у нас в стране не ведется, процесс практически не контролируется.

Это легко подтверждается следующим примером. Если вы наберете в интернете запрос «Получить экологический сертификат» поисковик выдаст вам множество предложений «Оформить сертификат за 5-10 тыс. рублей за 2 дня». Как правило, в Госреестре вы не найдете информацию о подобных системах сертификации, потому что нет самих реестров сертифицированной продукции и даже не существует стандартов как таковых. В результате все это образует совершенно непрозрачную систему. О каком доверии со стороны потребителя к подобным системам сертификации может идти речь?

В России есть только одна система экосертификации, официально признанная международным профессиональным сообществом. Это упомянутая мной экомаркировка «Листок жизни» - она существует на рынке уже 15 лет, выдается Санкт-Петербургским Экологическим союзом и пользуется доверием со стороны потребителей и СМИ. Есть еще одна маркировка стройматериалов, тоже достаточно активно развивающаяся в России, которая стремится к соблюдению тех принципов, о которых говорилось выше, – это EcoMaterial.

Если «Листок жизни» маркирует все виды отечественной продукции – от пищевых до бытовой химии и стройматериалов – то EcoMaterial действует в основном только в Москве и касается строительно-отделочных материалов. Отличие еще и в том, что у EcoMaterial критерии оценки основаны на рейтинговой системе, то есть в процессе сертификации продукция получает определенное количество баллов (фактически самое низшее из них соответствует требованиям российского законодательства, достаточно соблюдать их и можно получить экомаркировку – так называемый базовый уровень). В системе «Листок жизни» были разработаны стандарты конкретно под каждую группу продукции (по типу ГОСТов). Каждая из них характеризуется своими особенностями, перечнями запрещенных веществ. Этот стандарт базируется на принципе pass-fail: ты либо проходишь, либо не проходишь. Если проходишь, то получаешь знак, если чему-то не соответствуешь – остаешься без знака.

Федеральный отраслевой интернет-портал от 14 апреля 2017 г.

Эта система дает возможность потребителю четко понять, что продукция, на которой этот знак есть, соответствует определенным требованиям. В системе «Листок жизни» сейчас сертифицировано порядка ста наименований строительных и отделочных материалов от производителей красок (Dulux от «Акзо Нобель Декор»), стекла (PilkingtonGlass), напольных покрытий (линолеума, ламината компании Tarkett), теплоизоляции (Технониколь) и оконных профилей (КВЕ от «профайн РУС»). Речь идет о весьма небольшом количестве сертифицированных компаний. Это связано с тем, что оценка проводится по строгим стандартам, которые оценивают весь жизненный цикл продукции (и сырье, и производство, и рецептуру готового продукта, и даже упаковку) в соответствии с международной практикой экосертификации.

## **Экологичные стройматериалы стоят дороже, не все захотят их применять?**

В строительстве очень важно связывать затраты на возведение строительных объектов с затратами на их эксплуатацию.

Главный путь, по которому нужно идти строителям и потребителям, чтобы окончательно снять вопрос о дороговизне экологичных стройматериалов, - рассматривать вопрос, принимая во внимание стоимость всего жизненного цикла здания. Вот, при строительстве дома мы можем использовать экологичные энергоэффективные окна, которые действительно стоят дороже обычных. Однако в процессе эксплуатации здания нам удастся сэкономить за счет того, что окна не выпускают из помещения тепло.

А еще в стандартах экологических материалов заложен такой параметр, как срок службы материала. Для краски – это износостойкость, для напольного покрытия – срок эксплуатации. Эти стандарты срока службы материала в экостандартах увеличены. Например, линолеум должен служить не менее 15 лет. Потребитель, который платит за экоматериалы больше, будет дольше ими пользоваться. Стоимость жизненного цикла сократится, ведь ему не нужно каждый пять лет делать ремонт и обновлять материалы.

В основном экологичные материалы используются при возведении объектов, которые затем проходят сертификацию по стандартам зеленого строительства. Конечно, таких объектов у нас немного – только около 120 сертифицировано по стандартам зеленого строительства. Именно поэтому, когда идет речь о применении экологичных стройматериалов, мы в первую очередь имеем в виду индивидуальное строительство и ремонты. Выбор таких материалов сегодня весьма широк и люди в целом видят для себя выгоду в том, что у продукта имеется экологическая маркировка.

Напоследок отмечу, недавно что компания Tarkett, лицензиат экомаркировки «Листок жизни», кстати, провела опрос среди своих покупателей. Специалисты задали простой вопрос: на что потребители обращают внимание при выборе напольного покрытия? Примерно половина респондентов ответили, что в первую очередь обращают внимание на экомаркировку.

Как видим, экоматериалы действительно пользуются спросом, причем их популярность будет только расти по мере того, как потребитель будет становиться более образованным. Первый шаг к подобной грамотности – дать

Федеральный отраслевой интернет-портал от 14 апреля 2017 г.  
покупателю возможность разобраться в маркировках. Он должен понимать, что перед ним – «гринвошинг» или настоящий сертификат экологического качества.

Для такого любопытного потребителя, кстати, уже создаются специальные инструменты. Например, мобильное приложение «ECOPOLKA», доступное во всех смартфонах для скачивания. Приложение представляет собой реестр экомаркировок, которым можно доверять, товаров, которые сертифицированы правильными экомаркировками и магазинов, где эти товары можно приобрести. Пока в базу внесено порядка 63 маркировок, 1000 товаров и 600 магазинов.