

Що таке **екомаркування**?

Інформація для виробників



Етикетки, які допомагають споживачам обирати продукти та послуги відповідно до конкретних екологічних і соціальних критеріїв



Інструменти, які захищають навколишнє середовище та водночас відрізняють продукти чи послуги від конкурентів



Засіб просування, який сприяє збуту товарів і послуг



Ринкові інструменти, що є добровільними

Чи знали Ви...?

За останні **6 років** збут продукції, з урахуванням стійких стандартів, зросли більш ніж удвічі швидше, ніж продукції, що збувається звичайним способом.¹ Є економічна доцільність пропонувати більш стійкі продукти та послуги зростаючому сегменту споживачів, в тому числі молодому поколінню.

У нещодавньому опитуванні в **25** країнах **64%** респондентів зазначили, що хочуть зменшити свій особистий вплив на навколишнє середовище та природні ресурси, а **44%** респондентів відчували провину за свій поточний вплив.²

Уподобання споживачів змінюються в усьому світі, а не лише на в країнах з розвиненими ринками: понад **35%** респондентів країн з ринками, що формуються чи розвиваються (у порівнянні з **28%** у країнах з розвиненими ринками), сказали, що купують товари екологічного виробництва.³

У регіоні Східного партнерства ЄС лише Україна має екологічне маркування типу I – **"Green Crane"**, яке управляється незалежною громадською організацією.⁴ Молдова також розробляє національне екологічне маркування.



¹ Sustainable Market Share Index. Center for Sustainable Business, 2021.

² GlobeScan, 2022.

³ Euromonitor International, 2021.

⁴ Green Crane Ecolabel, n.d.

Які є різновиди екомаркувань?

Інформація для виробників

Огляд етикеток та їхнього застосування при найкращих екологічних практиках:

	Екомаркування тип I	Схема сертифікації або екологічне маркування подібне до типу I	Самодекларація тип II	Екологічна декларація продукту тип III
Посилання на ISO	ISO 14024		ISO 14021	ISO 14025
Перевірено третьою стороною	✓	✓	Не обов'язково, але рекомендується	✓
На основі життєвого циклу	✓	✓	Рідко	Зазвичай
Екологічна спрямованість	Повний набір екологічних (та соціальних) критеріїв	Специфічний вплив на навколишнє середовище	Специфічний вплив на навколишнє середовище	Загальний вплив (часто відображається у вигляді матриці)
Можливе порівняння між продуктами	Іноді	Іноді	---	Зазвичай
Спосіб інформування	Пломба або етикетка	Пломба або етикетка	Декларація, іноді з печаткою або графічним елементом	Екологічна декларація продукту
Різновид взаємодії	Бізнес-споживач	Бізнес-споживач	Бізнес-споживач	Бізнес-бізнес

Життєвий цикл товару



Захід реалізовано:

Які переваги екомаркування ?

Інформація для виробників

Екомаркування допомагає компаніям:

Підвищити конкурентоспроможність

- задовольнити зростаючий споживчий попит на екологічні продукти та послуги
- відкрити нові ринки (внутрішні та міжнародні) або розширити існуючі
- покращити доступ до сталих публічних закупівель

Забезпечити довгострокове стійке, ефективне виробництво після початкових інвестицій

- скоротити використання ресурсів
- вимірювати ефективність для подальшого зменшення впливу на навколишнє середовище

Просувати продукти за допомогою стійкого бренду, що виділяється вирізняється та завойовує довіру споживачів

Підвищити свою репутацію у сфері охорони природи та сталого розвитку

Надати споживачам надійний критерій вибору екологічних продуктів без особливих зусиль

Вплив екомаркування на навколишнє середовище¹

Зниження викидів CO₂ на **21 000** тонн на рік може бути пов'язане з продажем туалетного паперу з ліцензією ECNZ у Новій Зеландії (еквівалент 21 авіаперельоту з Парижа до Нью-Йорка в обидві сторони).



У 2018 році в Китаї було зекономлено майже **10 мільярдів кВт-год** електроенергії завдяки продажу та використанню багатофункціональних пристроїв на основі принтерів, сертифікованих китайським екологічним маркуванням.



В Індії цемент і бетон із маркуванням **GreenPro** веде до скорочення викидів парникових газів майже на **6,5 мільйонів** тонн на рік.



¹ Measuring the Performance of Ecolabels. Global Ecolabelling Network, 2019.

➔ www.eu4environment.org

© 2022 UNEP. Всі права захищені. Ліцензовано у Європейському Союзі відповідно до умов.

Максимальна користь від використання **екомаркування**

Інформація для виробників

Обережно, “зелений піар”!

Нещодавній огляд ринку в ЄС показав, що 42% екологічних заяв, зроблених на веб-сайтах, були перебільшеними. Введення споживачів в оману щодо екологічних практик компанії або екологічних переваг продукту чи послуги називається «зеленим піаром». Це призводить до того, що споживачі купують продукти, які не забезпечують те, що обіцяють. Це створює плутанину та підриває довіру до екомаркувань та компаній, які їх використовують.

Для уникнення «зеленого піару» та зміцнення довіри між підприємствами та їхніми клієнтами важливо, щоб виробники надавали правдиву інформацію при написанні їхньої заяви щодо екологічності.

Як надати інформацію про екологічність продукту¹

Важливо застосовувати підхід життєвого циклу для визначення потенційного та фактичного впливу на соціальну та екологічну сфери (від видобутку ресурсів до їх утилізації).

Твердження щодо екологічності мають ґрунтуватися на п'яти основних принципах:



Надійність



Прозорість



Актуальність

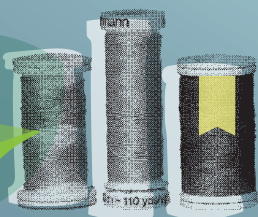


Доступність



Ясність

Крім того, враховуйте всі економічні, соціальні та екологічні аспекти сталого розвитку, підкресліть довгостроковий позитивний вплив вашого продукту чи послуги, знайдіть інноваційні способи поширити своє повідомлення, співпрацюйте з партнерами, щоб підвищити довіру до себе та допомогти споживачам порівняти продукти.



¹ Guidelines for Providing Product Sustainability Information. United Nations Environment Programme, 2017.

https://app-onet.tbf.dev/sites/default/files/from-crm/guidelines_executive_summary.pdf

Video. Guidelines for Providing Product Sustainability Information.

United Nations Environment Programme, 2021. https://www.youtube.com/watch?v=wOOBn_RUKVE.

Як отримати екомаркування I типу

Інформація для виробників



Як отримати екомаркування ЄС і експортувати свою продукцію на ринок ЄС?

Знак екологічного маркування ЄС (EU Ecolabel) – це схема екомаркування ЄС I типу, якою керує Європейська комісія та країни-члени ЄС. Маркування доступне для 11 груп продуктів – прибирання, одяг і текстиль, покриття, "зроби сам" (товари непромислового виробництва), електронне обладнання, меблі та матраци, садівництво, житло для відпочинку, мастильні матеріали, папір, засоби особистої гігієни та догляду за тваринами – маркування для інших груп товарів розробляються.



Сім кроків до отримання екомаркування ЄС

- 1 Зв'яжіться з компетентним органом – незалежною організацією, відповідальною за заявки та ліцензії на екомаркування ЄС – у країні ЄС або Європейської економічної зони, де продається чи продаватиметься ваш продукт. Компетентний орган надасть вказівки щодо наступних кроків.
- 2 Зареєструйте свої товари чи послуги в онлайн-каталозі екомаркування ЄС (ECAT) або в каталозі туристичного житла екомаркування ЄС.
- 3 Створіть реєстраційне досьє, щоб компетентний орган міг оцінити вашу відповідність вашого продукту критеріям.
- 4 Подайте свою заявку та оплатіть подання та щорічні внески.
- 5 Зачекайте, поки вашу заявку оцінять.
- 6 Отримайте схвалення вашої заявки та ліцензію екомаркування ЄС.
- 7 Комунікуйте та рекламуюте свої товари чи послуги за допомогою екомаркування ЄС.

Витрати на екомаркування ЄС¹

Вартість використання екомаркування ЄС залежить від розташування та розміру вашого підприємства. Плата поділяється на плату за подання заявки (від 200 до 2000 євро), річну плату (максимум 18 750 євро для мікро-, малих і середніх підприємств, а також підприємств у країнах, що розвиваються) та плату за перевірку. Адаптація продуктів для відповідності критеріям екомаркування та зміна чи продовження ліцензії можуть понести додаткові витрати.

¹ EU Ecolabel - How to apply. European Commission, n.d.
https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/how-apply_en