



НОВЫЕ ВЫЗОВЫ
НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

ЭКОМАРКИРОВКА: ЗАЧЕМ ОНА НУЖНА БИЗНЕСУ И ОБЩЕСТВУ

Апрель 2025 год

ЭКОМАРКИРОВКА В ГЛОБАЛЬНОЙ ПОВЕСТКЕ

1/2

В рамках Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года ООН выбрала 17 целей устойчивого развития (ЦУР).

Экомаркировка – знак, который наносится на упаковку и подтверждает соответствие продукции экологическим стандартам.

По степени вовлечения в процесс оценки продукции третьих лиц выделяют экомаркировку:

- ▶ **I тип** выдается независимыми сертифицирующими организациями. Подтверждает соответствие товара нормам безопасности. На упаковку продукта помещается графический знак
- ▶ **II тип** заявление может сделать любая инстанция, которая участвовала в разработке или дистрибуции продукта. Наносится на упаковку в виде надписей без графических знаков: например, «содержит вторсырье», «биоразлагаемый»
- ▶ **III тип** представляет собой заявление о продукции, содержащее более подробную количественную информацию о продуктах. Имеет форму матрицы и похожа на описание состава продукта.





Экомаркировка относится к добровольной сертификации. Решение о получении графического знака принимает производитель продукта (услуги).



ISO 14024 и ГОСТ Р ИСО 14024-2022 «Этикетки и декларации экологические. Экологическая маркировка типа I. Принципы и процедуры» (ISO 14024).



В настоящее время участниками Всемирной ассоциации экомаркировки (GEN) являются 39 членов, представляющих почти 60 стран и территорий по всему миру.

Экомаркировки I типа, признаваемые мировым сообществом и входящие в GEN:

- ▶ Зеленый стандарт (Узбекистан)
- ▶ Экологическая маркировка EC (ЕС)
- ▶ Экологическая маркировка The Blue Angel (Германия)
- ▶ Экологическая маркировка ABNT - Колибри (Бразилия)
- ▶ Экологическая маркировка в Китае (Китай)



Единственная в России экомаркировка, разработанная НП «Экологический союз» и признанная GEN.

Оценка продуктов и услуг осуществляется на базе комплексного анализа жизненного цикла (от добычи сырья до переработки упаковки).

Оценка по жизненному циклу продукта ISO 14024, ГОСТ Р ИСО 14024-2022

ЭКОМАРКИРОВКА — ГЛАВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ УСТОЙЧИВОГО ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ



Объектами добровольного подтверждения соответствия экологическим требованиям могут являться продукция, процессы производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, работы и услуги, а также иные объекты, в отношении которых стандартами, системами добровольной сертификации и договорами устанавливаются требования.



Экомаркировки могут свидетельствовать об экологичности продукции в целом или об экологичности отдельных свойств продукции (например, знаки, отражающие отсутствие веществ, приводящих к уменьшению озонового слоя Земли; возможность утилизации с наименьшим вредом для окружающей среды, а также идентифицирующие натуральные продукты питания»).



Экомаркировка обеспечивает:

- ▶ Правомерное и доказуемое использование термина «экопродукт» и других заявлений об экологичности в коммуникациях разного уровня (b2c, b2b, b2g)
- ▶ Отрыв от конкурентов, еще не успевших ответить на новые вызовы рынка
- ▶ Веский аргумент против скепсиса и обвинений в greenwashing со стороны потребителей
- ▶ Укрепление имиджа, рост лояльности со стороны потребителей, партнеров и ритейлеров
- ▶ Снижение издержек благодаря ресурсосберегающим технологиям производства, оптимизации упаковки и логистики
- ▶ Расширение рынка сбыта за счет ответственных потребителей
- ▶ Участие в частных и государственных тендерах с экологической составляющей.

ЭКОМАРКИРОВКА — НАДЕЖНЫЙ ОРИЕНТИР ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ



Исследование покупательского поведения ответственных потребителей, проведенное в 2023-2024 годах Экологическим союзом совместно с Движением ЭКА, показало*, что:

- ▶ **80 %** опрошенных покупают экотовары, потому что осознают, что они могут снизить вред для планеты и внести вклад в экономию природных ресурсов
- ▶ **50 %** респондентов покупают этическую продукцию, которую не тестировали на животных и производили с уважением к трудовым правам работников
- ▶ **46,5 %** считают, что экотовары полезнее для здоровья
- ▶ **42 %** назвали покупку экологических товаров частью своей принципиальной жизненной позиции



Чаще всего потребители обращают внимание на **5 знаков экомаркировки:**

- ▶ Листок жизни (57%)
- ▶ Европейский цветок (38%)
- ▶ ICEA (32%)
- ▶ знак этической сертификации Vegan (46%)
- ▶ символ переработки упаковки «Лента Мебиуса» (37%)



Почти половина опрошенных точно указали на знаки экосертификации, отделив их от greenwashing знаков типа eco friendly или 100% organic.

* <https://asi.org.ru/news/2024/04/23/80-rossiyan-pokupayut-ekotovary-potomu-chto-ponimayut-chto-tak-oni-nanosyat-menshe/>

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАЯВЛЕНИЯ КОМПАНИЙ И СВЯЗАННЫЕ С НИМИ РИСКИ

- ▶ ФАС РФ опубликовала «Рекомендации по недопущению гринвошинга в маркетинговой коммуникации» (Рекомендации)*
- ▶ В Рекомендациях одним из примеров гринвошинга указаны неаргументированные и недостаточно детализированные экологические заявления, подразумевающие экологическое преимущество продукта: например, «экологически благоприятный», «зеленый», «натуральный», «углеродно нейтральный» и т.д.
- ▶ Гринвошингом будут признаваться и заявления, создающие впечатление, что продукция одобрена или сертифицирована независимой организацией, если это не соответствует действительности.
- ▶ ФАС России предлагает относить заявления, составляющие гринвошинг, к актам недобросовестной конкуренции, запрет на которую содержится в Законе о защите конкуренции
- ▶ Под недобросовестной конкуренцией понимаются любые действия компании, которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству РФ, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим компаниям – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации**.
- ▶ Установление всех признаков акта недобросовестной конкуренции в ходе рассмотрения дела грозит нарушителю административным штрафом от 100 до 500 тыс. руб. (ч. 1 ст. 14.33 КоАП РФ). При этом нарушитель может быть привлечен к ответственности и за гринвошинг, осуществленный до выхода Рекомендаций (в пределах сроков давности)***.

* <https://fas.gov.ru/documents/689713>

** П. 9 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

*** См. решение Краснодарского УФАС России от 31 августа 2009 г. № 6376 по делу № 89/2009.

ПОЛНЫЙ ЦИКЛ УСЛУГ Б1 В ДАННОЙ ОБЛАСТИ

- ▶ Предварительная проверка маркировки и экологических заявлений на предмет рисков с точки зрения защиты прав потребителей, законодательства о защите конкуренции и законодательства о рекламе.
- ▶ Юридическая и ESG экспертиза контрагентов / продукции (цепочка производства и поставки) на предмет соответствия заявленным требованиям.
- ▶ Сопровождение в рамках взаимодействия с ФАС России / Роспотребнадзором (проверки, споры, подготовка позиций).



Услуги Б1

КОНТАКТЫ



Наталья Аристова

Партнер Б1

*Рекомендованный юрист
рейтинга «Право-300»*

Тел.: +7 495 641 2908
Моб.: +7 985 222 3468
Email: Natalia.Aristova@b1.ru



Арсен Манучарян

Менеджер Б1

*Рекомендованный юрист
рейтинга «Право-300»*

Тел.: +7 495 705 9700
Моб.: +7 999 824 2877
Email: Arsen.Manucharyan@b1.ru



Марина Малкова

Менеджер Б1

*Рекомендованный юрист
рейтинга «Право-300»*

Тел.: +7 495 664 7897
Моб.: +7 985 222 3468
Email: Marina.Malkova@b1.ru



Ярослав Соларев

Менеджер Б1

*Рекомендованный юрист
рейтинга «Право-300»*

Тел.: +7 495 755 9700
Моб.: +7 917 537 9269
Email: Iaroslav.Solarev@b1.ru

Группа компаний Б1 признана лидером **рейтинга «Право-300»** в категории **«Экологическое право»** и еще в 18 категориях.

Мы будем рады возможности сотрудничества с вами и оказания содействия в реализации проектов.