



**Світлана БЕРЗІНА,**  
президент  
Всеукраїнської  
громадської організації  
«Жива планета»

*Інтенсивність розвитку промислового виробництва та ведення сільського господарства, висока щільність населення в ЄС призвели до загострення екологічних проблем. У наші дні спостерігається повсюдне перемикання уваги споживачів на питання здорового способу життя і старіння, наявності достовірної інформації про харчову й екологічну безпеку, екологічність товарів, житла та послуг. Усе це змушує компанії й уряди європейських держав знову й знову вдаватися до пошуку нових підходів до екологізації виробництв і ринків.*

## ЕКО + ЕКСПОРТ,

## АБО В НОГУ З ГЛОБАЛЬНИМИ ТЕНДЕНЦІЯМИ

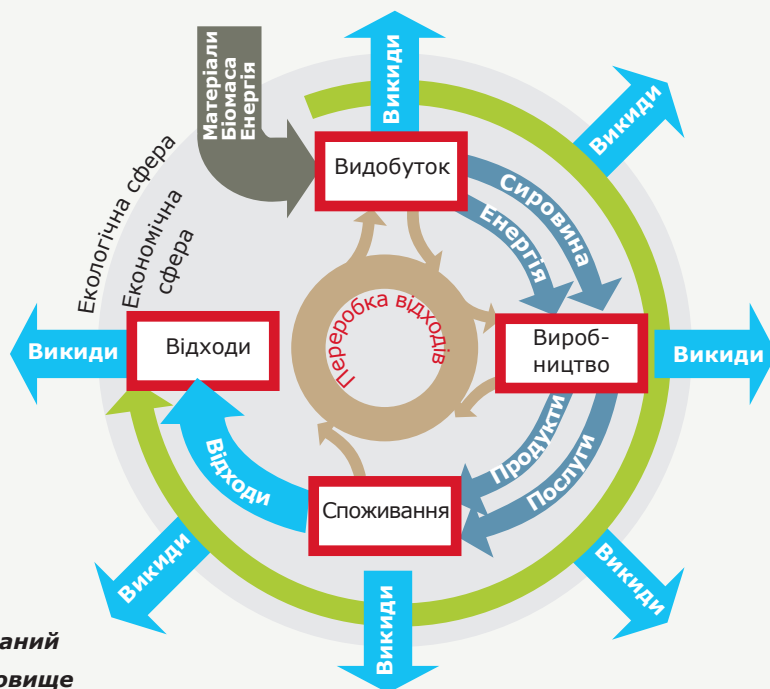
Ці підходи знайшли відображення в інтегрованій продуктивній політиці, розробленій у співпраці з широким колом зацікавлених сторін (бізнес, державні органи, наукові установи, організації громадянського суспільства), яка є відповіддю на низку ключових викликів, ідентифікованих Стратегією сталого розвитку та 6-ю Програмою дій щодо навколишнього середовища Євросоюзу і Стратегією розвитку ЄС «Європа – 2020».

Принцип інтегрованої продуктивної політики ЄС базується на розумінні значення та необхідності поліпшення екологічних характеристик усіх етапів життєвого циклу продукту.

Життєвий цикл продукції – послідовні і взаємопов'язані стадії системи життєвого циклу продукції від придбання або виробництва з природних ресурсів чи сировини до остаточного розміщення в оточуючому середовищі.

Міжнародний стандарт ISO 14040 Екологічний менеджмент.

**Малюнок 1. Стадії життєвого циклу продукції та пов'язаний із ними вплив на навколишнє середовище**





У новому підході наголос зроблено, по-перше, на створенні стимулів для поліпшення екологічних характеристик продукції протягом усього її життєвого циклу і, по-друге, – концентрації основних зусиль на тій продукції, що має найбільший потенціал для поліпшення, з екологічної точки зору.

Інтегрована продуктова політика ЄС базується на декількох найбільш важливих принципах. Серед них – перехід від фокусування уваги та зусиль на точкових джерелах забруднення до контролю екологічного впливу в повному життєвому циклі продукції (див. рис. 1), введення ринкових стимулів і для виробництва та споживання екологічно безпечних продуктів, включаючи підтримку сталого розвитку компаній-виробників, залучення всіх зацікавлених сторін, у тому числі дизайнерів і маркетологів, які займаються просуванням продукції на ринок, організацією оптової та роздрібною торгівлі, споживачів тощо.

### «ТРИ СПРИНТЕРИ» ЕКО-ВИРОБНИЦТВО

У якості трьох найважливіших секторів економіки, що мають найбільший потенціал для екологічних поліпшень, визначено: виробництво та споживання продовольства (їжа та напої), власний транспорт і будівництво (будівельні матеріали, будівлі та споруди). Разом вони і відповідні продуктивні (сервісні) групи «відповідають», за оцінками експертів ЄС, за 70-80% загального екологічного впливу (кислотні дощі, емісія парникових газів, руйнування озонового екрану тощо), обумовленого особистим споживанням.

Тому в європейських країнах так активно, на додаток до встановлення відповідних настанов і поширення кращої практики застосування еко-дизайну серед виробників, розробляється законодавство, що стимулює виробництво екологічно безпечних продуктів харчування, у тому числі стосовно органічного землеробства, повсюдно розвивається «зелене» будівництво, відбувається інтеграція екологічної складової в процес стандартизації та багато іншого.

### NOTA BENE

#### ЗВЕРНИ УВАГУ:

У рамках заходів, що здійснюються в ЄС з інтегрованої продуктової політики, прийнято ряд актів, у тому числі:

Директива 2001/77/ЄС щодо підтримки виробництва електроенергії з поновлюваних джерел енергії;

Директива 2002/91/ЄС щодо енергетичних характеристик будівель;

Директива 2009/125/ЄС, що визначає базові вимоги до еко-дизайну енергозалежних виробів;

Директива 2010/31/ЄС про енергозбереження будівель;

Директива 2006/32/ЄС щодо енергоефективності кінцевого енергоспоживання й енергетичних послуг;

Директива 92/75/ЄС щодо маркування та стандартної інформації про споживання побутовими приладами електроенергії й інших ресурсів, якою встановлено загальні вимоги до маркування енергоефективності таких виробів;

Регламент Європейського парламенту та Ради ЄС від 25 листопада 2009 року 66/2010/ЄС про знак екологічного маркування Європейського Союзу, а також 28 Рішень Єврокомісії про затвердження, що визначають екологічні переваги для різних категорій товарів і послуг та інші...

### ЕКО-ОБЛИЧЧЯМ ДО СПОЖИВАЧА

Не так давно екологічному аспекту споживчого кошика приділялось мало уваги. Нині в Європі повсюдно говорять про стимулювання попиту на «зелену» продукцію.

«Зелена» продукція – це зниження витрат на споживання енергії, утворення відходів виробництва та упаковки, а також емісії шкідливих речовин і парникових газів на всіх етапах життєвого циклу.

Для промислової групи товарів – це і такі критерії, як обмеження використання в якості інгредієнтів та/або препаратів токсичних речовин за факторами ризику через вплив на навколишнє середовище та здоров'я людини; для харчової продукції – обмеження потенційно небезпечних харчових добавок, а також суворіші, ніж урядові, вимоги до показників безпеки сировини щодо забруднення залишками агрохімії, важкими металами та радіонуклідами.

Для вирішення цього завдання в країнах ЄС впроваджуються екологічна сертифікація продукції та екологічне маркування відповідно до ISO 14024 (регіональні та національні програми екологічного маркування I типу). Також зростає кількість державних контрактів на закупівлю «зеленої» продукції шляхом застосування сталих державних закупівель. Окрім цього, застосовується диференційоване оподаткування, у тому числі зниження ставок ПДВ для екологічно сертифікованих продуктів.

Про те, наскільки успішно в рамках ЄС просувається робота над формуванням екологічної свідомості споживача (яка, в свою чергу, впливає на його споживчі переваги), можна судити виходячи з даних ряду опитувань. До них відносяться, зокрема, дослідження «Ставлення європейців до сталого споживання та виробництва», яке було виконано й опубліковано Євробарометром у 2013 році.

Узагальнення результатів опитування в 27 країнах – членах ЄС показало наступне. Більше 8 із 10 городян ЄС розглядають екологічну якість продукції як важливий елемент, що впливає на їхнє здоров'я і, як наслідок, формує їхні споживчі уподобання. При цьому 55% опитаних стверджували: купуючи та споживаючи продукти, вони повністю усвідомлюють або знають про найбільш важливий вплив цієї продукції на навколишнє середовище та здоров'я людини.

У цьому контексті може представляти інтерес таблиця 1, в якій відображено дані про відносну важливість екологічних характеристик продукції порівняно з іншими факторами, що впливають на споживчий попит у країнах ЄС. Йдеться про якість продукту, його ціну та бренд. Дані опитування демонструють: лише 14% городян в ЄС при прийнятті рішення про покупку розглядали екологічний вплив продукції як найбільш вагомий порівняно з його якістю, майже п'ята частина респондентів (22 відсотки) вважала його важливішим за ціну і 59% – важливішим за бренд.



Таблиця 1

**Важливість параметрів, що характеризують екологічний вплив продукції, при прийнятті рішень щодо покупки городянами ЄС (дані 2013 рік)**

Екологічні характеристики продуктів, пов'язані з впливом на оточуюче середовище та здоров'я людини (частка відповідей у %)	Якість продукції	Ціна продукту	Бренд
Важливіші за...	14%	22%	59%
Не так важливі, як...	46%	45%	26%
Менш важливі за...	38%	31%	12%
Не знаю	2%	2%	3%

Який же рівень споживчих переваг у групі «зеленого» продовольства? У Данії, наприклад, на початку останнього десятиріччя близько 80% продуктів харчування, вироблених за органічними методами, користувалися попитом приблизно у 100% споживачів; у Фінляндії 80% споживачів віддавали перевагу 85% сільгосппродукції із позначкою «органічний продукт»,

Наскільки ж ефективними виявились економічні інструменти, наприклад, спеціальне оподаткування в країнах ЄС, в якості стимулів для еко-виробництв? Майже в половині країн ЄС понад 50% респондентів у рамках опитування Євробарометра (2013 р.) зазначили, що для просування продукції з поліпшеними екологічними характеристиками доцільно знижувати податки у комбінації з їх підвищенням для екологічно небезпечних продуктів.

## ТАНДЕМ ЕКО І ДЕРЖЗАКУПІВЕЛЬ

Реалізація принципу «робота з ринком» в європейських країнах призвела до розвитку системи сталих державних закупівель, що з 2014 року є об'єктом нового права ЄС у сфері здійснення державних закупівель.

Нині практика застосування сталих державних закупівель поширена серед усіх економічно розвинених держав світу і за підтримки міжнародних організацій системи ООН активно впроваджується в країнах із перехідною економікою.

Основні принципи сталих державних закупівель:

- оцінка вартості життєвого циклу продукту забезпечує ефективність закупівель;
- акцент на екологічних характеристиках під час визначення предмета закупівель (наприклад, енергоефективна споруда, екологічні будівельні матеріали), зниження негативного впливу й екологічних ризиків для довкілля та здоров'я людини тощо.

Наприклад, на початку 2013 р. сталі державні закупівлі у північних країнах Європи сягали в середньому 75% від загальної суми укладених договорів, що дало можливість знизити викиди парникових газів в еквіваленті до CO<sub>2</sub> на 25% за одночасного зменшення витрат на виробництво продукції у життєвому циклі.

Нове законодавство ЄС про держзакупівлі ґрунтується на інтеграції екологічних, соціальних і трудових вимог у процедурах державних закупівель. Країни – члени ЄС до 2016 року, в дея-

ких випадках – до 2018-го, повинні адаптувати національне законодавство з державних закупівель до вимог Директив 2014/24/ЄС/2014 і 2014/25/ЄС.

У березні 2009 року за ініціативою Європейської Комісії запущено процес формування форуму «Відповідальність у роздрібній торгівлі та споживанні» (Retail and Consumer Awareness Forum – англ.). Він дозволив сконцентрувати основні зусилля на підвищенні енергоефективності організацій торгівлі, оптимізації логістики, на «зеленому» маркетингу й ефективних комунікаціях. За рік функціонування до форуму приєдналися такі відомі мережі, як Auchan, C&A, IKEA, Kaufman, Lidl, Metro Group, REWE та ін.

Стратегія розвитку ЄС «Європа – 2020» ґрунтується на принципах сталого розвитку, тобто досягненні високих екологічних і соціальних стандартів у поєднанні з системним економічним зростанням. Проблеми оточуючого середовища зачіпають діяльність практичного кожного з інститутів ЄС (Ради, Комісії, Європейського парламенту, Суду, Рахункової палати). Провідником екологічної політики в Європі є Комітет з екологічної політики Європейської економічної комісії (ЕЕК) ООН.

Модель «зеленої» економіки передбачає зміну напрямку зростання економіки, вимагає спрямованості інвестицій у такі види діяльності, що характеризуються зменшенням емісій, у т.ч. парникових газів, мінімізацією відходів, ефективним використанням ресурсів і вдосконаленням екосистем. До основних показники трансформації економіки відносяться зміни в інвестиціях (як у випадку звіту ЮНЕП/REN21 про інвестиції в поновлювані джерела енергії), які з часом дають зростання виробництва екологічно чистих товарів і послуг і пов'язаної з ними зайнятості.

Стале споживання та виробництво – зміна споживчої поведінки та технології виробництва, що охоплюють усі види взаємозв'язків між людьми й інфраструктурою (мобільність, дозвілля, житло), що в сукупності формують стиль і спосіб життя.

Програма ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП)