

Главная тема. Бытовая химия: между качеством и безопасностью

Читайте и узнаете:

- как относятся к фосфатам в стиральных порошках граждане Японии, Австрии, Бельгии, Дании;
- какие средства бытовой химии принято считать экологичными;
- с какой проблемой столкнулся экоотель, в котором решили использовать для уборки экосредства

Ключевые слова:

бытовая химия, экосредства, экологичность, средства уборки, добровольная сертификация

Сертификация экобезопасности товаров бытовой химии

Ю.А. Грачева

директор НП «Экологический союз», руководитель органа по сертификации «Листок жизни», канд. биол. наук

Ю.В. Гусева

ведущий эксперт системы сертификации «Листок жизни» НП «Экологический союз»

Описан российский рынок экологичных средств бытовой химии, указаны его проблемы. Одним из инструментов, способных помочь ответственным производителям средств бытовой химии и пользователям, стремящимся употреблять экологичные продукты, может стать добровольная сертификация

Приоритетное направление развития отрасли бытовой химии на ближайшее время — экологическое. Тенденция продиктована постепенным ужесточением экологических нормативов (в Европе — в большей степени), возросшим потребительским спросом на экологичные продукты, а также интересом бизнеса к созданию «зеленого» имиджа. И если на западе рынок экологически безопасных чистящих средств уже неплохо развит, то в России он только начинает формироваться.

Обзор мирового рынка

Около 30 лет назад в Европе и США производители бытовой химии начали искать заменители традиционно используемых в этой отрасли фосфатов, анионных поверхностно-активных веществ (ПАВ) и хлора. Так появились экосредства — бесфосфат-

ные стиральные порошки, био-разлагаемые средства для мытья посуды, кислородные отбеливатели и др.

Во многих странах производство средств для уборки регламентировано на законодательном уровне. В Японии полностью отказались от фосфатов в стиральных порошках в 1980-х гг. Австрия, Бельгия, Италия, Германия придерживаются аналогичного правила уже около 10 лет. В Бельгии 80 % бытовых средств не содержат фосфатов, в Дании, Финляндии и Швеции — 50–40 %.

Увеличение доли экосредств на рынках большинства стран мира в последние годы наблюдается повсеместно. Так, один из ведущих производителей бытовой химии — компания *Unilever* — отметила в 2015 г. рост продаж экобрендов. По сравнению с остальными, «не зелеными», марками корпора-

ции спрос на экологичные товары оказался больше на 30 %¹.

Под влиянием спроса появляются новые экобренды и экопродукты. А те производители, что освоили данную нишу раньше других и продолжают держать высокую планку, активно наращивают свои обороты. Например, немецкая компания *Werner & Mertz* отчиталась об увеличении объемов продаж бренда *Frosh* в 2 раза с 2000 по 2012 гг.²

Российский рынок

Пока в России вопрос экологичности бытовых средств, в частности содержания в них фосфатов, не ограничен законом, потребителям приходится самим находить безопасные (в составе таких средств не должно быть

¹ <http://www.environmentalleader.com/2016/05/16/unilever-sustainable-brands-grew-30-faster-than-other-brands-in-2015/?graph=full&id=1>

² <http://ganzheitlich-nachhaltig.de/files/epaper/nhb-en/#6-7/z>

фосфатов, анионных ПАВ, хлора, фталатов, оптических отбеливателей и формальдегида) порошки и жидкости среди множества других.

Рынок экологичной бытовой химии в нашей стране представлен двумя направлениями: импортные (ориентировочно 70 %), и российские экосредства, пока находящиеся в меньшинстве. Из последних только один производитель — компания *Splat*, выпускающая средства для уборки *BioMio* — имеет экомаркировку, признанную на международном уровне («Листок жизни»).

Однако крупные учреждения и предприятия начали внедрять в своих компаниях уборку безопасными средствами. Так, отель «Коринтия» (*Corinthia Hotel St. Petersburg*), получивший в 2014 г. экомаркировку «Листок жизни» и статус экодателя (единственный в С.-Петербурге), использует средства бытовой химии для уборки только после одобрения Экологическим союзом и организует специальные тренинги для сотрудников отдела *Housekeeping*, во время которых горничных обучают правильно рассчитывать дозировку и рационально использовать моющие средства.

Кроме того, в России появляется все больше компаний с внутренней экологической политикой, использование экохимии для них является обязательным элементом ответственного отношения к окружающей среде. Так, компания «ОптиКом» перешла на экологичные моющие средства в конце 2013 г., когда готовилась к сертификации по стандарту «Листок жизни. Эко-офис». Это было несложно, так как компания сама является поставщиком средств для «зеле-

ной» уборки и хорошо понимает, что они более безопасны для здоровья сотрудников и окружающей среды, чем традиционные аналоги. Выбирая, какими средствами убирать офис, в «ОптиКом» ориентировались на авторитетные экомаркировки. На данный момент наличие экомаркировки — это единственный надежный способ убедиться, что средство действительно

производства и продажи экопродукции в России: на нашем рынке слишком много подделок или маскировок товаров под «эко» или «био». Далекое не каждый потребитель научился разбираться в экомаркировках, и этим пользуются многие маркетологи и владельцы брендов. Заявление об экологичности товара без достаточных на то оснований получило название «гринвошинг».

В Японии полностью отказались от фосфатов в стиральных порошках еще в восьмидесятых годах прошлого века

экологично, а не просто позиционируется как таковое по прихоти производителя.

Исследования показывают, что российский покупатель готов к покупке экотоваров, даже если они будут стоить дороже, чем традиционные продукты бытовой химии. Это подтверждает как увеличение за последние 3-4 года количества специализированных магазинов, так и опросы общественного мнения. На вопрос Экологического союза «Готовы ли вы приобретать экопродукцию дороже обычной?» 82 % интернет-пользователей ответили положительно, из них: 46 % могут заплатить на 10 % больше, 18 % — на 20 %, а 12 % потребителей согласны платить любые деньги, если товар будет **действительно** экологичным³.

Проблемы рынка

Слово «действительно» указывает на основную проблему

Чтобы идти в ногу со временем, и чтобы средства бытовой химии нравились современному покупателю, их упаковку и этикетки украшают зелеными значками, схожими с экомаркировкой: с изображением планеты, листка, цветка, капли воды, перекрашивают в зеленый цвет тару или сами жидкости и даже пишут слово «эко» в названии или описании средства. В РФ это явление приобрело наиболее масштабный характер.

Причина кроется в том, что в российском законодательстве не прописаны условия использования терминов «эко», «био» и «органик», и никаких санкций за их безосновательное использование производитель не несет. Это тормозит развитие всей отрасли: во-первых, производители действительно экологичной продукции теряют своего покупателя, а во-вторых, сами потребители, столкнувшись с подделкой, начинают сомневаться в преимуществах «экохимии».

³ См. <http://ecounion.ru/pollsarchive/>.

Главная тема. Бытовая химия: между качеством и безопасностью

Добровольная экологическая сертификация. Подтверждение экологичности объектов бытовой химии

Экологичность товаров на сегодняшний день подтверждает проведение процедуры экосертификации независимым уполномоченным органом. Наиболее полной и достойной доверия на сегодняшний день является сертификация по жизненному циклу продукта (экомаркировка I типа) — от закупки сырья до утилизации при окончании срока службы или использования. Таким знаком может быть отмечена не только бытовая химия, но и самый широкий спектр товаров.

Большинство развитых стран имеют свою экомаркировку I типа. Из наиболее часто встречающихся на российском рынке [1]:

- «Европейский цветок» (Евро-союз);
- «Северный лебедь» (североевропейские страны);
- «Голубой Ангел» (Германия);
- «ЭкоЛого» (Канада);
- «Листок жизни» (Россия).

Все эти системы маркировки основаны на едином стандарте — ISO 14024⁴, экомаркировки I типа имеют сходные требования к продукту, сырьевым компонентам, упаковке и построены на единых принципах — исключения токсичных, опасных, раздражающих веществ, использования биоразлагаемых ПАВ, снижения токсичности для водной среды и др.

⁴ ISO 14024:1999 *Environmental labels and declarations — Type I environmental labelling — Principles and procedures* — ГОСТ Р ИСО 14024-2000 «Экологические знаки и декларации. Экологическое этикетирование I типа. Принципы и процедуры».

Одинаков и порядок получения такой маркировки: после согласования оценки стоимости и сроков работ проводится очный аудит предприятия — орган по сертификации проверяет документацию производителя, подробно анализирует рецептуры продукта, оценивает данные ла-

“
12 % российских потребителей согласны платить любые деньги за действительно экологичный товар
”

бораторных испытаний. Если результаты всех исследований не противоречат требованиям стандарта, продукт получает сертификат соответствия, а его владелец право пользования экомаркировкой.

Каждый год представители органа по сертификации проводят инспекции производства, чтобы исключить нарушения требований стандарта в процессе производства, изменения рецептуры, возможное использование запрещенных компонентов и ухудшение качества продукции в целом. Экомаркировка I типа выдается на 3 года, после чего производитель должен заново проходить процедуру сертификации.

Оценка по жизненному циклу

Рассмотрим подробнее требования экомаркировок I типа к производимой продукции.

Сырье. Предприятие должно иметь внутренний регламент с требованиями к закупаемому

сырью, аудитор проверяет документы на сырье от поставщиков и паспорта безопасности *MSDS*⁵ на сырьевые компоненты.

Состав продукции. Бытовая химия не должна содержать канцерогенных, мутагенных, токсичных и сенсibiliзирующих компонентов (согласно Регламента (ЕС)1272/2008⁶) и веществ, токсичных для водной среды. Все ПАВ в составе продукта должны быть биоразлагаемыми. В стандартах указаны длинные списки запрещенных ингредиентов. В частности, в экологических средствах нельзя использовать:

- фосфаты и фосфонаты;
- алкилфенолэтоксилат (*APEO*);
- активный хлор (гипохлорит натрия или хлорорганические вещества);
- бораты, пербораты, оптические отбеливатели;
- тринатриевую соль (*NTA*);
- тяжелые металлы, включая кадмий, свинец, ртуть, хром;
- фталаты;
- нитромускусные соединения.

Также в стандарты обычно включены дополнительные требования к содержанию консервантов, красителей и ароматизаторов.

Производство. Производственный процесс должен быть экологичным и оказывать минимальную нагрузку на окружающую

⁵ Паспорт или сертификат безопасности материала *MSDS (Material Safety Data Sheet)* — документ, выпущенный фирмой-изготовителем и предназначенный для информирования работников предприятий и персонала аварийных служб о процедурах безопасного обращения с веществами или смесями веществ. Паспорт (Сертификат) безопасности содержит характеристики материала. На одно и то же вещество можно обнаружить несколько документов *MSDS*.

⁶ Регламент (ЕС) № 1272/2008 Европейского парламента и Совета от 16.12.2008 г. о классификации, маркировке и упаковке веществ и смесей (*CLP*).

щую среду. Согласно требованиям российского стандарта «Листок жизни», на предприятии должна быть внедрена система экологического менеджмента, вести учет потребления ресурсов и контроль сбросов и выбросов загрязняющих веществ, должно сокращаться количество отходов в целом и на единицу продукции.

Упаковка. Упаковка должна легко поддаваться переработке или быть биоразлагаемой. В ней запрещено использовать галогенизированные пластмассы, например поливинилхлорид. Бумажная (картонная) упаковка более чем наполовину должна состоять из макулатуры, либо, если используется первичное сырье, оно должно иметь сертификат FSC. Кроме того, упаковка продукта должна обеспечивать удобную и рациональную дозировку продукта.

Защита от обмана

Случаи незаконного присвоения экомаркировок довольно редки, но все же иногда происходят. Сертифицирующие органы, стараясь беречь свою репутацию, выносят на сайт список

сертифицированных товаров и разбираются с каждым случаем несоответствия. Товары с незаконно нанесенной экомаркировкой отзываются с рынка, их производители штрафуются, и выпуск такой продукции прекращается. Случаи выявления нарушений больно бьют по ре-

чем разница между анионными и неионогенными ПАВ, чем опасны фосфаты и оптические отбеливатели. Да и в России появляется больше компаний, для которых характерно ответственное отношение к окружающей среде. Большинство экспертов и потребителей экосредств сходят-

В российском законодательстве не прописаны условия использования терминов «эко», «био» и «органик», и никаких санкций за их безосновательное использование производитель не несет

путации недобросовестного производителя, поскольку тщательно отслеживаются и тиражируются профильными СМИ, экологами и пользователями социальных сетей.

Замечено, что «присваивают» экомаркировку, как правило, производители из других стран: например, в России недавно было обнаружено средство бытовой химии с неправомерно нанесенным сингапурским знаком. Подделки «местных» экомаркировок происходят гораздо реже, так как в этом случае риск выявления обмана и привлечения производителя к ответственности намного выше. Подобные инциденты регулируются статьей 180 «Незаконное использование товарного знака» Уголовного кодекса РФ и частью 4 Гражданского кодекса РФ.

Заключение

Покупатели все чаще интересуются информацией о составе продуктов и уже понимают, в

ся во мнении — приставка «эко» несколько не уменьшает эффективность очищающих гелей, порошков и жидкостей. Например, экосредства, участвующие в сравнительных тестах, часто лучше справляются с загрязнениями, чем масс-маркет аналоги благодаря уникальным составам на основе энзимов и натуральных ПАВ. Речь идет о средствах для мытья полов, сантехники, посуды.

Америка и Европа 20–30 лет назад пошли по пути расширения использования экологичных товаров бытовой химии и достигли впечатляющих результатов. А значит, и в России производители бытовой химии могут обратить внимание на этот сегмент отрасли как на один из наиболее перспективных.

Использованная литература:

1. Контроль качества продукции. — М.: Стандарты и качество». — 2015. — № 6.

