

# 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 продукту<sup>1</sup>

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

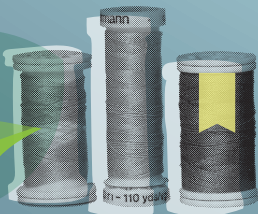


Доступність



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.



<sup>1</sup> 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](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](https://www.youtube.com/watch?v=wOObn_RUKVE).