

ТЕХНОЛОГИЯ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

УДК 630.30

Ю.Е. Вадбольская, В.А. Азаренок
(Y.E. Vadbolskaya, V.A. Azarenok)
УГЛТУ, Екатеринбург
(USFEU, Ekaterinburg)

ПРАКТИКА FSC-СЕРТИФИКАЦИИ (PRACTICE FSC-CERTIFICATION)

Знак FSC – показатель того, что продукция происходит из леса, в котором ведется экологически и социально ответственное лесное хозяйство.

Sign FSC – an indication that the product comes from a forest that is environmentally and socially responsible forestry.

Покупая мебель или бумагу для принтера, редкий житель России поинтересуется, сертифицирована ли древесина, из которой сделан товар, заготовлена ли она методами, которые не ведут к деградации лесов и истощению лесных ресурсов. Между тем, по статистике, каждое четвертое такое изделие в нашей стране имеет сомнительное происхождение, и при этом отмечаются признаки деградации лесных экосистем и истощения ресурсов высококачественной древесины в доступных районах.

Деревья, из которых оно сделано, могло быть срублено в природоохранной зоне или с нарушением правил. Подчас в магазинах продается продукция из пород древесины, вообще запрещенных к рубке согласно российскому законодательству.

В развитых странах сегодня уже сформировались так называемые экологически чувствительные рынки. Это значит, что там растет спрос на товары, произведенные без ущерба природе. В Европе и Америке покупатель, прежде чем приобрести древесину или товар из нее, ищет на нем знак FSC.

FSC (Forest Stewardship Council, Лесной попечительский совет) – международная организация, создавшая систему подтверждения экологической и социальной ответственности управления лесами. Знак FSC на древесине или на сделанном из нее товаре – показатель того, что продукция происходит из леса, в котором ведется экологически и социально ответственное лесное хозяйство.

Гарантом легального происхождения древесины, выполнения требований ответственного ведения лесного хозяйства, соблюдения прав

коренного населения, сохранения наших лесных богатств является логотип FSC («дерево с галочкой»). За каждым таким логотипом стоит сертификат с уникальным номером, который можно проверить по базе данных (info.fsc.org). Самое главное, что сертификат FSC выдается независимой третьей стороной – аудитором на основании строгой ежегодной проверки на месте заготовки леса. Он является признанным знаком качества лесобумажной продукции в 81 стране. Всего в мире сертифицировано более 130 млн га лесов и выдано свыше 19 тыс. сертификатов на цепочки поставок, позволяющих выводить FSC-сертифицированную лесобумажную продукцию на рынок.

Во многих западных странах использование FSC-сертифицированной продукции стало нормой. У нас же эти идеи только начинают развиваться. Однако уже сейчас мы достигли значительных успехов. Например, требования к использованию сертифицированных строительных материалов предъявляются к ряду олимпийских объектов в Сочи. Российские отделения крупных международных компаний, например, отели Marriott, САН Инбев, Intel, участвуют в программе Greenpeace России «Зеленый офис» или программе «Живой офис» WWF России и приступили к использованию офисной FSC-сертифицированной бумаги. Крупные организации печатают свои годовые отчеты в FSC-сертифицированных типографиях. Таким образом, помочь лесу путем осознанного выбора сертифицированной продукции может каждый заинтересованный человек или организация.

Спрос на сертифицированную древесину убедил многие российские компании, работающие на экспорт, пройти сертификацию FSC. С недавних пор интерес к использованию «зеленой» продукции проявляет государство и экологически и социально ответственный бизнес.

К сожалению, большинство жителей России пока не осведомлены о наличии лесной сертификации и не узнают у продавцов, легальна ли продукция из древесины, которую они покупают. В связи с этим Всемирный фонд дикой природы (WWF), Лесной попечительский совет и их бизнес-партнеры (компании «Тетра Пак», «ИКЕА», «Монди», «НЛК Домостроение», «Киннарпс», «Чарс», «Хомгарт») приняли решение о начале первой в России кампании, направленной на повышение узнаваемости бренда FSC и в конечном счете на экологизацию потребления [1].

В настоящее время в России по системе FSC сертифицировано более 30 млн га лесов, выдано более 150 сертификатов на цепочки поставок. Движущей силой FSC-сертификации в стране до сих пор являются внешние рынки, в основном Европейского Союза, в меньшей степени США и Японии, а в последнее время и Китая. Ряд российских компаний уже поставляет FSC-сертифицированную продукцию на внешние рынки.

Также и на российском рынке уже продается широкий ассортимент различной FSC-сертифицированной продукции.

До 40 % производимой в нашей стране лесобумажной продукции распространяется на внутреннем рынке. Этот рынок может иметь значительно большее влияние на развитие FSC-сертификации и устойчивого лесопользования в целом в стране, чем имеет в настоящее время. По оценкам специалистов, в ближайшие 5–7 лет российский рынок будет развиваться более быстрыми темпами, чем международный, а внутренние цены станут более конкурентоспособными.

Российский рынок, не считая поставок сырья для ориентированных на экспорт компаний, не признает, не поддерживает и не продвигает экомаркировку. При этом очень велика вероятность того, что на рынок попадает незаконно заготовленная древесина. В то же время 15–20 % потребителей в Бразилии, 30–40 – в Великобритании и Дании, 50 – в Швеции и 66 % – в Нидерландах знают логотип FSC и, приходя в магазин, целенаправленно отдают предпочтение FSC-сертифицированной продукции.

Ответственные производители сертифицированной лесобумажной продукции на российском рынке конкурируют с производителями, использующими незаконно заготовленное сырье или сырье из сомнительных источников. Для того чтобы исключить такую недобросовестную конкуренцию, необходимо, чтобы российский потребитель, включая общественный и корпоративный секторы, узнал, что такое Лесной попечительский совет (FSC) и как выглядит его логотип на продукции, мог отличить такую продукцию от другой, признал ее, готов был бы отдать ей предпочтение и в идеале готов был бы платить небольшую дополнительную цену за такую экологичную продукцию.

Основными целями проводимой FSC-кампании являются:

- информировать потребителя – в первую очередь, корпоративный сектор и государственные органы, далее конечного потребителя – о том, что такое FSC сертификация и какие преимущества несет приобретение продукции с этим логотипом;
- побудить крупные компании-потребители, а также государственные и муниципальные органы разработать и принять корпоративные/государственные политики закупок, которые отдавали бы предпочтение FSC-сертифицированной продукции;
- повысить узнаваемость знака FSC у целевых групп до уровня,
- достаточного для признания FSC в качестве эталона экомаркировки;
- оказать тем самым влияние на корпоративную закупку и потребительские предпочтения в направлении их «озеленения» [2].

Библиографический список

1. http://www.wwf.ru/about/what_we_do/forests/certify
2. http://www.wwf.ru/about/what_we_do/forests/certify/fsc_campaign