



ევროკავშირი
საქართველოსთვის
The European Union for Georgia

EU4Environment

Armenia, Azerbaijan, Belarus, Georgia, Republic of Moldova, Ukraine



გარემოსდაცვითი
ინფორმაციისა და განათლების
ცენტრი

ეკო-მაკიჩება საქართველოში

სახელმძღვანელო

2021

წინამდებარე ანგარიში მომზადებულია „ევროკავშირი გარემოსდაცვითი ქმედებებისთვის“ (EU4Environment) პროექტის ფარგლებში, დაფინანსებულია ევროკავშირის მიერ და ხორციელდება OECD, UNECE, UNEP, UNIDO და World Bank მიერ. ანგარიში მომზადებულია სსიპ გარემოსდაცვითი ინფორმაციის და განათლების ცენტრის მხარდაჭერით. დოკუმენტზე წარმოდგენილ იქნა შენიშვნები გაეროს გარემოსდაცვითი პროგრამის (UNEP) მიერ.

ანგარიშში გამოხატული ხედვები ეკუთვნის მხოლოდ ავტორს და არავითარ შემთხვევაში არ უნდა იქნეს მიჩნეული ევროკავშირის, მისი წევრების, აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნების ან განმახორციელებელი ორგანიზაციების პოზიციად.

წინამდებარე ანგარიში და მასში შეტანილი ნებისმიერი რუკა ზიანს არ აყენებს რომელიმე ქვეყნის სტატუსს ან სუვერენიტეტს, საერთაშორისო საზღვრებისა და საზღვრების დელიმიტაციას და ნებისმიერი ტერიტორიის, ქალაქის ან ტერიტორიის სახელს.

ანგარიში შექმნილია ევროკავშირის ფინანსური დახმარებით.

ანგარიშში მოცემული ტექსტის გამოყენება დასაშვებია მხოლოდ წყაროს სათანადო მითითების შემთხვევაში.

დაუშვებელია დოკუმენტის გაყიდვა.

ციტირებისას მიუთითეთ: EU4Environment (2021), „გარემოსდაცვითი მარკირების სახელმძღვანელო საქართველოში“



საკჩეპი



აბრევიატურები **5**



რა არის ეკო-მარკირება? **6**



ეკო-მარკირების ტიპები **7**



ეკო-მარკირებაში ჩართული სუბიექტები **10**



გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნები **11**



ევროკავშირის ეკო-მარკირება **13**



ბიო პროდუქციის სერტიფიცირება საქართველოში **16**



ხარისხის ნიშანი **17**



გენეტიკურად მოდიფიცირებული ორგანიზმები (GMO) და
ეტიკეტირება **19**



სხვა საერთაშორისო ეკო-მარკები **20**



დასკვნა **24**



აბრევიატურები

B2C	ბიზნესი მომხმარებლებთან
DCFTA	ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობის სივრცის შეთანხმება
EC	ევროპული გაერთიანება
ECAT	ევროკავშირის ეკომარკირების პროდუქციის და მომსახურების კატალოგი
EU	ევროპული კავშირი
FOAG	შვეიცარიის სოფლის მეურნეობის ფედერალური ოფისი
GMO	გენეტიკურად მოდიფიცირებული ორგანიზმი
IEC	საერთაშორისო ელექტროტექნიკური კომისია
ISO	სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაცია
OECD	ევროპის ეკონომიკური თანამშრომლობის და განვითარების ორგანიზაცია
UNECE	გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის ევროპის ეკონომიკური კომისია
UNEP	გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის გარემოსდაცვითი პროგრამა
UNIDO	გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის სამრეწველო განვითარების ორგანიზაცია



კა აკის ეკო-მარკირება?

ეკოლოგიური მარკირება ან ეკო-მარკირება არის ნიშანი, რომელიც ხელს უწყობს გაყიდვების ზრდას, რამდენადაც ის ბაზარზე პროდუქტს ანიჭებს კონკურენტულ უპირატესობას. მომხმარებელი უფრო და უფრო აღიარებს ისეთ პროდუქტს და სერვისს, რომელიც შეესაბამება გარემოსდაცვით სტანდარტებსა და მოთხოვნებს. მათთვის, არსებითია, რომ მაღალი კონკურენციის მქონე ბაზარზე ჰქონდეთ მარტივი არჩევანის გაკეთების შესაძლებლობა. ეკო-მარკირება მომხმარებლისთვის მკაფიო ნიშანია, რომელიც მათ აძლევს გადაწყვეტილების მარტივად მიღების საშუალებას, დამატებითი ძალისხმევის გარეშე.

ეკო-მარკირება ამცირებს დამატებით მარკეტინგულ ძალისხმევას ბიზნეს ოპერატორებისათვის, რამდენადაც, მარკირება უკვე არის მარკეტინგული იარაღი. ეკო-მარკირების მინიჭება, როგორც წესი, დაკავშირებულია მაღალ ხარჯებსა და რთულ პროცედურებთან, თუმცა, გრძელვადიან პერსპექტივაში, ის მეტ სანდოობას, შემოსავლებს და ლოიალურობას იღებს მომხმარებლებისგან. ასევე, მნიშვნელოვანია, რომ მარკირების მინიჭების რთული პროცედურები უზრუნველყოფს თავად პროდუქტებისა და პროცესების გაუმჯობესებას კომპანიის შიგნით.

ძირითადად, ეკო-მარკირება არის ნიშანი, რომელიც პროდუქტის (საქონელი ან მომსახურება) ზოგად გარემოსდაცვით უპირატესობას უსვამს ხაზს, პროდუქტის სრული სასიცოცხლო ციკლის გათვალისწინებით. თვით-გაცხადებული გარემოსდაცვითი სიმბოლოს ან განაცხადისგან განსხვავებით, ეკო-მარკირების მინიჭება ხორციელდება მესამე დამოუკიდებელი სუბიექტის მიერ და შეესაბამება გარემოსდაცვით აღიარებულ კრიტერიუმებს. შესაბამისად, ეკო-მარკა შესაძლებლობას აძლევს მომხმარებელს მრავალმხრივი შეთავაზების დროს შეარჩიოს სასურველი პროდუქტი. ასევე, გააჩიოს პროდუქტები, რომელთა ეკოლოგიურ უპირატესობას მხოლოდ მწარმოებელი უსვამს ხაზს, ისეთი პროდუქტებისგან, რომლებიც რეალურად უზრუნველყოფენ უკეთესი გარემოსდაცვითი სტანდარტების შესრულებას.

სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაცია (ISO), ეკო-მარკირების დანიშნულებას განმარტავს შემდეგნაირად:

“...პროდუქტის ან სერვისის გარემოსდაცვითი ასპექტების შესახებ, კომუნიკაციის საშუალებით მიღებული, გადამოწმებული და დამუშავებული ინფორმაციის გზით, ნახალისდეს ისეთ პროდუქტებზე მოთხოვნა და მიწოდება, რომლებიც ნაკლებად აზიანებს გარემოს. შედეგად, კი დაიწყება ბაზარზე ორიენტირებული, გარემოსდაცვითი გაუმჯობესების მეუქცევადი პროცესი”.



ეკო-მარკირება ჩამოყალიბდა, როგორც სასარგებლო მექანიზმი სახელმწიფოსთვის, რათა ნახალისოს ჯანსაღი გარემოსდაცვითი პრაქტიკა, ხოლო ბიზნესისთვის ის არის ბაზრების იდენტიფიცირების საშუალება (ადგილობრივ და ზოგიერთ შემთხვევაში, საერთაშორისო დონეზე), მათი ეკოლოგიურად ჯანსაღი პროდუქციისათვის. ბევრ ქვეყანას ეკო-მარკირების მექანიზმები დანერგილი აქვს, ხოლო ზოგიერთ ქვეყანაში მიმდინარეობს პროგრამული განვითარება. ეკო-მარკირების პროგრამის წარმატებისთვის არსებითია მიზნების ნათლად

გამოკვეთა. შესაძლებელია სხვადასხვა პროგრამაში მიზნები განსხვავებულად იყოს ასახული, თუმცა, ზოგადად, აღიარებულია **სამი ძირითადი მიზანი**:



გაუმჯობესება



**გაუმჯობესებითი
ინოვაციების წახალისება**



**გაუმჯობესებით საკითხებზე
მომხმარებელთა მწოდება
კვალი**



ეკო-მარკირების ზიკები

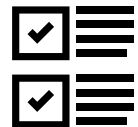
ზოგადად, ISO-ის მიერ, ეკო-მარკირების სამი ტიპი გამოიყოფა:



ნებაყოფლობითი, მრავალ კრიტერიუმზე დაფუძნებული, მესამე სუბიექტის პროგრამა, რაც გულისხმობს მწარმოებლისთვის მარკირების გამოყენების უფლების მინიჭებას, რომელიც შეესაბამება გარემოსდაცვით სტანდარტებს, პროდუქტის მთელი სასიცოცხლო ციკლის გათვალისწინებით;



საინფორმაციო გარემოსდაცვითი თვით-განაცხადები;



ნებაყოფლობითი პროგრამა, რომელიც პროდუქტის შესახებ გარემოსდაცვით მონაცემებს იძლევა კვალიფიციური მესამე სუბიექტის მიერ ჩამოყალიბებული, წინასწარ განსაზღვრული პარამეტრების მიხედვით, რომლებიც ჩამოყალიბებულია კვალიფიციური მესამე სუბიექტის მიერ და ეს ინფორმაცია დადასტურებულია აღნიშნული სუბიექტის ან სხვა კვალიფიციური სუბიექტის მიერ. როგორც წესი, აღნიშნული ტიპის მარკირებას გარემოსდაცვითი განაცხადის სახელით მოიხსენიებენ.



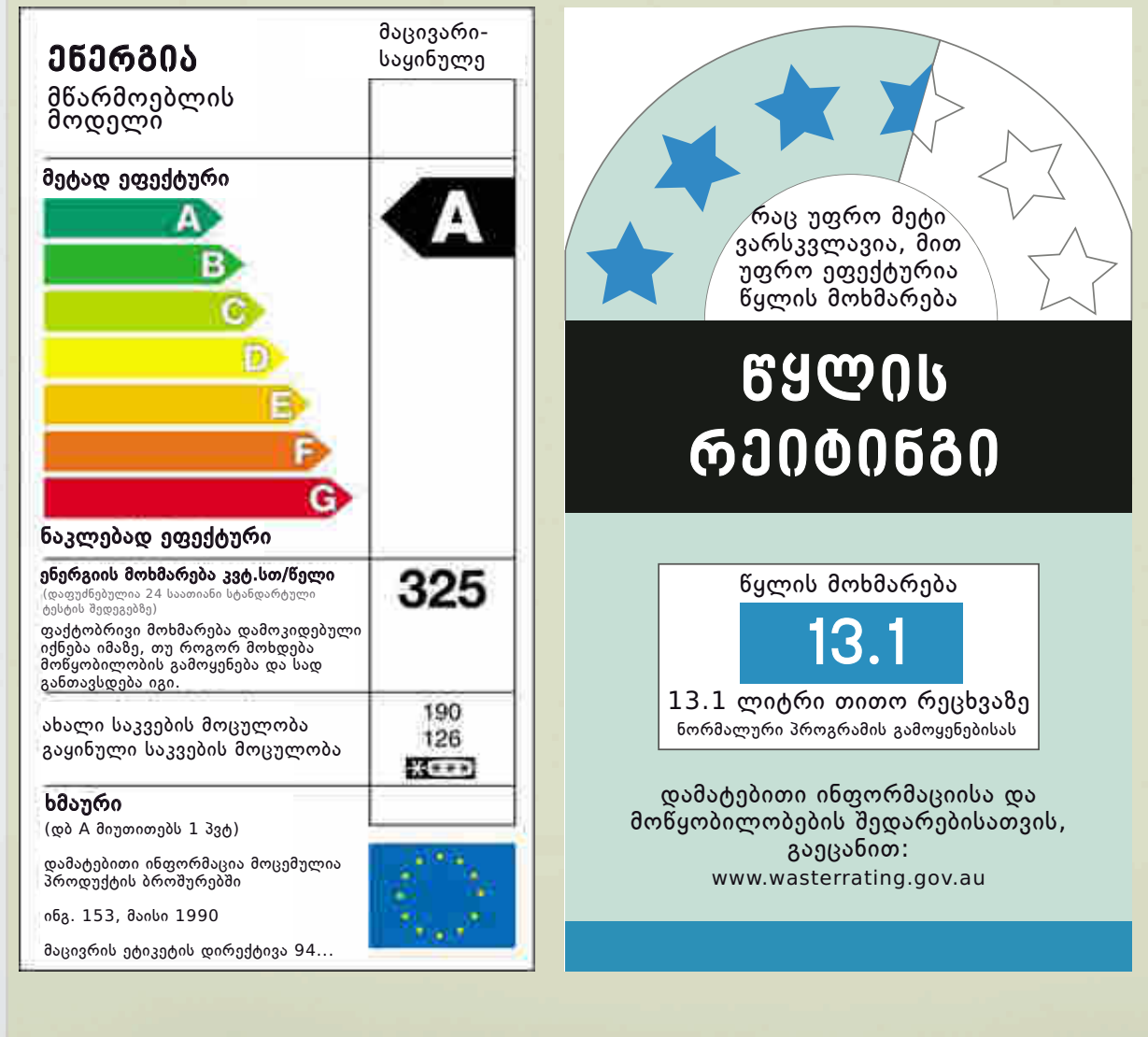
ყოველდღიურ საუბრებში, ყველა შემთხვევაში აღნიშნული ტიპისთვის გამოიყენება ტერმინი „ეკო-მარკირება“, თუმცა, რეალურად, აღნიშნული პრაქტიკა არ არის სწორი. ბაზარზე არსებობს ბევრი სხვადასხვა გარემოსდაცვითი ნიშანდობა და განაცხადი. მათ ერთიანად შეიძლება ეწოდოს „გარემოსდაცვითი მარკირება“, ხოლო „ეკო-მარკირება“ არის ქვე-ჯგუფი, რომელიც გულისხმობს სპეციალური რთული კრიტერიუმების შემოწმებას, დამოუკიდებლობას და სანდოობას.

ფიგურა 1. გარემოსდაცვითი მარკირების ტიპები



არსებობს სპეციალური ჯგუფი ენერგო და წყლის მარკირებისთვის. ისინი არ მიიჩნევა სათანადო ეკო-მარკირებად, რადგან აქცენტი გაკეთებულია მხოლოდ ერთ ასპექტზე და ხშირ შემთხვევაში, მათი გამოყენება გარკვეულ პროდუქციაზე სავალდებულოა (მაგალითად: ევროკავშირის ენერგო-მარკირება); აღნიშნული მარკირებით ხაზგასმულია, რომ მხოლოდ მაღალი კლასი იძლევა გარანტიას გარემოსდაცვითი კუთხით ენერგო ეფექტურობის მიმართულებით.

ფიგურა 2. ენერგო და წყლის სექტორის მარკირება



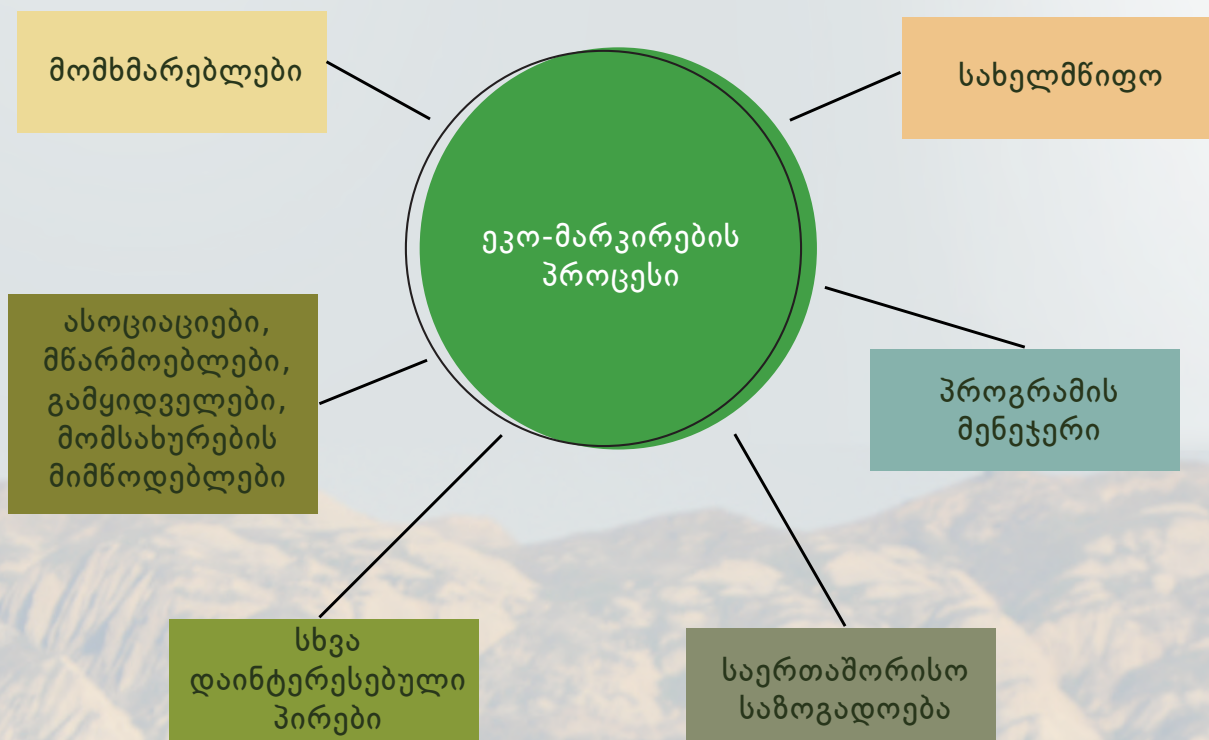


ეკო-მარკირებაში ჩართული სუბიექტები

ქვემოთ წარმოდგენილია ეკო-მარკირების პროცესის მონაწილეები. აღიარებულია, რომ ეკო-მარკირება მხოლოდ იმ შემთხვევაშია წარმატებული, თუკი მისი ყველა მონაწილე ჩართულია პროცესში და თანამშრომლობს ერთმანეთთან. პროცესში ჩართული სუბიექტები არიან: სახელმწიფო, მომხმარებლები, პროგრამის ხელმძღვანელები, ინდუსტრიის წარმომადგენლები, გამყიდველები, მწარმოებლები, მომსახურების მიმწოდებლები, საერთაშორისო საზოგადოება და სხვა დაინტერესებული პირები, მაგალითად, როგორიცაა, არასამთავრობო ორგანიზაციები. სახელმწიფო, ხშირად ჩართულია პირველი ტიპის ეკო-მარკირების ჩამოყალიბების პროცესში, რათა უზრუნველყოფილი იყოს მომხმარებელთა მხრიდან სანდოობა.

ყველა დაინტერესებული სუბიექტის ჩართულობა ზრდის საზოგადოების ცნობიერებას და საბოლოოდ, განაპირობებს ეკო-მარკირების სისტემების წარმატებას. მაგალითად, თუკი პროგრამის მენეჯერების მხრიდან უზრუნველყოფილია მაღალი დონის ეკო-მარკირების სისტემა, მაგრამ, მომხმარებლები ვაგრად არ იცნობენ აღნიშნულ სისტემებს, ეს არ მოიტანს წარმატებას გამყიდველებისა და მწარმოებლებისათვის. ასევე, არასამთავრობო ორგანიზაციების ჩართულობა, ძირითადად ეკო-მარკირების სისტემების რეგულარული გაუმჯობესების პროცესში, არსებითად მნიშვნელოვანია საზოგადოების მხრიდან აღნიშნული სისტემების აღიარების პროცესში.

ფიგურა 3. ეკო-მარკირების აქტივობებში ჩართული აქტორები





გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნები

ფიგურა 4. გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნები



2015 წელს გაერომ მიიღო 17 მსოფლიო მიზანი და 169 ამოცანა, რათა გადაიჭრას მსოფლიო გამოწვევების დიდი ნაწილი 2030 წლისთვის. აღნიშნული მიზნების მიღწევაში ყველა სუბიექტი უნდა მონაწილეობდეს: სახელმწიფო, კერძო სექტორი, სამოქალაქო საზოგადოება და თითოეული ინდივიდი.



ეკო-მარკირება წარმოადგენს მე-12 გლობალური მიზნის ნაწილს, გონივრული მოხმარების და წარმოების შესახებ. ეკო-მარკირება არის ეფექტიანი მექანიზმი მდგრადი მომავლის უსაფრთხოებისათვის და აქტიურად მონაწილეობს მე-12 მიზნის მიღწევაში. ეკო-მარკირება ამცირებს მთლიან გარემოსდაცვით ზეგავლენას წარმოების, მოხმარების და პროდუქტის სრული სასიცოცხლო ციკლის პროცესში, რამდენადაც, დაწყებული პროდუქციის ნედლეულის, მისი გამოყენების, განთავსების და რეციკლირების ჩათვლით - შეფასება მოიცავს თითოეულ ეტაპს, პროდუქტის ეკო-მარკირების მოთხოვნების შემოწმების დროს. ეს უზრუნველყოფს გარემოსდაცვითი კუთხით, მეტი მდგრადი პროდუქტის შექმნას, აკონტროლებს მიწოდების მთელ ჯაჭვს და საბოლოოდ, მომხმარებელს მიეწოდება მდგრადი პროდუქტი. ეკო-მარკირება მონაწილეობს მე-12 მიზნის კონკრეტული ქვე-მიზნების შესრულებაში, როგორცაა:

12.1.

მდგრადი მოხმარების უზრუნველყოფა

ეკო-მარკირება წარმოების და მოხმარების შედეგად, ამცირებს გარემოზე ზეგავლენას. ის უზრუნველყოფს მდგრად წარმოებას, ისევე როგორც კონტროლის ჯაჭვის სტაბილურობას და შესაბამისად, მომხმარებელამდე აღწევს მდგრადი პროდუქტი. ეკო-მარკირება გავრელებულია მთელს მსოფლიოში.

12.2.

ბუნებრივი რესურსების მდგრადი მართვა და ეფექტიანი გამოყენების მიღწევა

ეკო-მარკირება ადგენს მოთხოვნებს ბუნებრივი რესურსების მდგრად გამოყენებაზე. როგორიცაა, ნედლეული, ენერგია და წარმოების პროცესში გამოყენებული წყალი.

12.3.

ქიმიური ნივთიერებების და ნარჩენების მდგრადი მართვის მიღწევა და მათი ნიადაგში, წყალსა ჰაერში მოხვედრის შემცირება

ქიმიური ნივთიერებების მიმართ მკაცრი მოთხოვნები უზრუნველყოფს, აღნიშნული ნივთიერებების მთელი სასიცოცხლო ციკლის განმავლობაში იმგვარად მართვას, რომ მინიმუმამდე იქნეს დაყვანილი გარემოზე მავნე ზემოქმედება. ამ მხრივ, ეკო-მარკირება არის ძლიერი მაკონტროლირებელი ინსტრუმენტი იმისათვის, რომ პროდუქტსა და წარმოების პროცესში არ მოხვდეს ჯანმრთელობისთვის და გარემოსთვის სახიფათო ნივთიერებები. ეს ერთგვარი პრევენციის საშუალებაა მომხმარებლებისა და წარმოებაში დასაქმებული პირებისათვის, რომ მათ არ ჰქონდეთ შესება სახიფათო ქიმიურ ნივთიერებებთან, ვინაიდან ის ამცირებს მავნე ნივთიერებების მოხვედრას ჰაერში, წყალსა და ნიადაგში.

12.4.

ნარჩენების წარმოქმნის შემცირება პრევენციის, შემცირების, რეციკლირების და ხელახალი გამოყენების გზით

ეკო-მარკირების მექანიზმი ცდილობს ნარჩენების შემცირებას. მაგალითად, მასალების ხელახალი გამოყენების, არსებითი ეფექტიანობის ან/და მკაცრი მოთხოვნების წახალისების გზით, რაც იძლევა რეციკლირების საშუალებას. ამავდროულად, ეკო-მარკირებას დაქვემდებარებული პროდუქცია შედგება სხვადასხვა მასალისგან, რომელიც შესაძლებელია ხელახლა იქნეს გამოყენებული. მკაცრი მოთხოვნები უზრუნველყოფს, რომ პროდუქცია დიდი ხნის განმავლობაში იყოს მუშა მდგომარეობაში და ჰქონდეს ხანგრძლივი სიცოცხლისუნარიანობა.

12.5.

კომპანიების წახალისება მდგრადი პრაქტიკის გამოყენებისათვის და აღნიშნული პრაქტიკის სათანადოდ ასახვა მათი ანგარიშების ციკლში

ეკო-მარკირება არის მესამე პირის მიერ სერტიფიცირების მექანიზმი აბსოლუტური და გამჭვირვალე მოთხოვნებით. ეს ამარტივებს ასევე, კომპანიისათვის მუშაობის პროცესში შესაბამისი დოკუმენტების შექმნას. ასევე, უნდა მოხდეს შესაბამისი ანგარიშების წარდგენა მათი სამუშაო პროცესის მიმდინარეობის შესახებ.

12.6.

მდგრადი საჯარო შესყიდვების პრაქტიკის წახალისება

ეკო-მარკირება წარმოადგენს მდგრადი საჯარო შესყიდვების უზრუნველყოფის ძლიერ ინსტრუმენტს. ევროკავშირის საჯარო შესყიდვების დირექტივა დასაშვებად მიიჩნევს, რომ შემსყიდველის მიერ მოთხოვნილი იყოს ეკო-მარკირება, რაც მათ საშუალებას აძლევს უფრო შედეგიანად მოამზადონ და შეისწავლონ სატენდერო დოკუმენტაცია.

12.7.

2030 წლისთვის, საზოგადოება უზრუნველყოფილი იყოს შესაბამისი ინფორმაციითა და ცნობიერების მაღალი დონით მდგრადი განვითარებისა და ცხოვრების სტილის შესახებ, ბუნებასთან ჰარმონიაში, მომხმარებლისათვის პროდუქციის შესახებ გარემოსდაცვითი/მდგრადი ინფორმაციის მიწოდების გზით, რათა მომხმარებელს ჰქონდეს უკეთესი არჩევანის გაკეთების შესაძლებლობა.



ევროკავშირის ეკო-მარკირება

ევროკავშირის ეკო-მარკა (EU Eco-Label) ჩამოყალიბდა 1992 წელს და აღიარებულია მთელს მსოფლიოში. იგი წარმოადგენს გარემოსდაცვით სრულყოფილ მექანიზმს, რომელიც ენიჭება პროდუქტებსა და სერვისებს, რომელთაც გააჩნიათ მაღალი გარემოსდაცვითი სტანდარტი მთელი სასიცოცხლო ციკლის განმავლობაში: ნედლი მასალის მოპოვებიდან დაწყებული, წარმოების, განაწილების და ნარჩენების განთავსების ჩათვლით. ევროკავშირის ეკო-მარკირება ხელს უწყობს ცირკულარულ ეკონომიკას, ახდენს რა, მწარმოებლების წახალისებას წარმოქმნან მინიმალური რაოდენობის ნარჩენები და CO₂, წარმოების პროცესში. ევროკავშირის ეკო-მარკირება ასევე ახალისებს კომპანიებს, რომ განავითარონ ისეთი პროდუქცია, რომელიც არის ხანგრძლივი, შესაკეთებლად მარტივი და რეციკლირებადი.

ევროკავშირის ეკო-მარკირების კრიტერიუმების ჩამონათვალი ადგენს მოთხოვნებს კომპანიებისათვის, რომ შეამცირონ გარემოზე ზემოქმედება და მოხდეს მათი გარემოსდაცვითი მოქმედებების ეფექტიანობის უზრუნველყოფა, მესამე პირის მხრიდან კონტროლის გზით. შესაბამისად, კომპანიების დიდი ნაწილი აღნიშნული პროცესისას ხელმძღვანელობს ევროკავშირის ეკო-მარკირების კრიტერიუმებით, რათა თავიანთი პროდუქციის განვითარებისას, დაეყრდნონ საუკეთესო ეკო-მეგობრულ პრაქტიკას.

ფიგურა 5. ევროკავშირის ეკო-მარკირების ნიშანი

