



# Экологический рейтинг «Гуд Вуд 2013»: исследование Лесного попечительского совета для потребителей, предпочитающих экологичную продукцию из древесины

В настоящее время российский потребитель способен предъявлять платежеспособный спрос на товары экологически ответственных производителей. Как показали недавние опросы FSC России, до 30 % покупателей готовы учитывать факторы легальности и экологичности продукции. Но до настоящего исследования мы точно не знали, что может предложить рынок. Готовы ли продавцы и производители различной продукции из древесины к тому, чтобы обеспечить возрастающий экологически чувствительный спрос?



Знак ответственного лесного хозяйства



Д. Шатило, FSC России

## Постановка проблемы

Исследование, проведенное FSC и WWF России в 2012 году [2], показало, что большинство магазинов напольных покрытий в Москве продает изделия из древесины, относящиеся к группам риска. Такие изделия изготовлены из древесины видов (пород), включенных в Перечень видов (пород) деревьев и кустарников, заготовка древесины которых не допускается (утвержден приказом Рослесхоза в 2011 году), а также занесенных в приложения Конвенции о международной торговле видами дикой фауны и флоры, находящимися под угрозой уничтожения (CITES), и в Красный список Международного союза охраны природы. Ввиду того, что в большинстве случаев отсутствует информация о том, из древесины какого биологического вида изготовлено изделие, в группы риска были включены те, в составе которых имеются виды, внесенные в указанные документы.

FSC было решено продолжить исследования рынка мебели и напольных покрытий в России: составить независимый экологический рейтинг компаний, который был бы понятен потребителям. Была создана рабочая группа проекта «Гуд Вуд», в которую вошли эксперты FSC России, Национального бюро экологических стандартов и рейтингов СНГ, Ассоциации мебельной и деревообрабатывающей промыш-

ленности, WWF России. Цель проекта — выявить производителей и продавцов, предлагающих напольные покрытия и мебель, безопасные как для окружающей среды, так и для здоровья потребителей.

## Методика исследования

### Критерии и индикаторы экологичности

Сформулированные экспертами критерии и индикаторы, с помощью которых оценивался уровень экологической ответственности (в баллах), приведены ниже.

1. Легальность происхождения древесины и сохранение редких пород деревьев оценивались с помощью следующих индикаторов:

- отношение продукции, имеющей международный сертификат ответственного управления лесами, ко всей продаваемой (производимой) продукции (от 0 до +10 баллов).



Одна из основных проблемы рынка напольных покрытий — использование древесины тропических пород деревьев, некоторые биологические виды которых входят в приложения СITES

Например, если компания производит всю продукцию из материалов, не имеющих сертификаты FSC или PEFC, она получает 0 баллов, а если производит мебель исключительно из сертифицированных лесоматериалов, то получает 10 баллов;

- отсутствие в ассортименте изделий из древесины пород, запрещенных к заготовке в Российской Федерации, включенных в приложения СITES и (или) имеющих ограничения по заготовке, например из древесины кедра сибирского (от 0 до –25 баллов). По данному критерию многие компании попали в так называемую серую зону, поскольку имели в ассортименте изделия из древесины пород, присутствующих в указанных списках;
- наличие информации об источнике происхождения лесоматериалов и видовом составе продукции (от 0 до +5 баллов).

2. Безопасность продукции для здоровья измерялась содержанием и эмиссией вредных веществ, радиологической безопасностью (от +1 до –5 баллов), к примеру бензола, формальдегида, фенола и др.

3. Экологическая политика компании оценивалась по пяти индикаторам:

- наличие или отсутствие экологических политик и (или) заявлений (от 0 до +3 баллов);
- открытость компании, т. е. насколько охотно компании идут на контакт и предоставляют информацию, позволяющую оценить экологичность их товаров (от 0 до +2 баллов);
- экономия ресурсов и энергии при производстве или продаже, т. е. внедряет ли компания какие-либо энергосберегающие технологии для экономии электричества, газа, воды и др. при освещении, перевозках, производстве (от 0 до +2 баллов);
- участие в экологических акциях и мероприятиях (от 0 до +3 баллов);
- сокращение потребления ресурсов, оцениваемое по гарантийному сроку службы изделий (от 0 до +3 баллов).

Таким образом, компании могли получить результат в диапазоне от +28 до –25 баллов. После определения критериев и индикаторов был запущен процесс сбора информации.

## Принципы отбора исследуемых компаний

Пул компаний для рейтинга формировался как из желающих, которые могли подать заявку, увидев информацию на сайтах FSC и партнеров, так и из тех компаний, к которым чаще всего обращаются покупатели. Мы обратили внимание на то, каким образом осуществляют покупки современные потребители: через интернет-магазины и (или) при посещении крупных торгово-выставочных комплексов. В итоге окончательный список магазинов сформировался из трех источников: топ-30 компаний по запросам «деревянная мебель» и «деревянный паркет» на сайте *yandex.ru*; компаний, имеющих шоу-румы в крупных строительных экспоцентрах Москвы; участники обзора рынка мебельных и напольных покрытий в 2011 году РБК и Системы межрегиональных маркетинговых центров (для исключения компаний-однодневок, банкротов и малоизвестных). Всего проверено 104 компании: 52 мебельные и 52, занимающиеся напольными покрытиями.

## Порядок сбора, оценки и верификации информации

1. Всем компаниям было предложено бесплатно заполнить анкету, размещенную на сайте FSC России ([www.fsc.ru](http://www.fsc.ru)). На приглашение откликнулось немного компаний, но они были отмечены грамотой «За информационную открытость» во время церемонии награждения премии «Гуд Вуд 2013».

2. Компании были оценены в ходе опросов продавцов, анализа печатных каталогов и документов, а также изучения ассортимента непосредственно в торгово-выставочных комплексах.

3. Изучены интернет-сайты компании и ее партнеров, электронные каталоги, отзывы на специальных форумах и в СМИ.

В ряде случаев информация собиралась одновременно тремя способами для проверки надежности полученных результатов. По итогам сбора информации компании разделены на три категории: активные участники (7 компаний); обследованные исключительно с помощью интернет-ресурсов (28); обследованные при посещении точек продаж и с помощью интернет-ресурсов (69).

В дальнейшем собранные данные были верифицированы и проанализированы. Установлено, что для производителей и продавцов напольных покрытий характерны две основные проблемы: использование лаков и пропиток сомнительного качества; использование древесины тропических пород деревьев, некоторые биологические виды которых входят в приложения СITES<sup>1</sup> или в список запрещенных к рубке в России. К примеру, на рынке довольно широко распространены изделия из древесины ряда пород субтропических деревьев рода *Dalbergia* (палисандр, афромезия, сандал). Часть биологических видов этого рода входит в приложения I–III СITES, поэтому торговля некоторыми из них категорически запрещена (например, вид *Dalbergia nigra*, произрастающий в Бразилии, включен в приложение I), другая часть отсутствует в приложениях этой конвенции (например, вид *Dalbergia latifolia*, произрастающий в Индии). Во всех случаях при наличии изделий из древесины вышеуказанных категорий сотрудники магазинов не смогли предоставить какие-либо документы, подтверждающие право торговли либо устанавливающие отсутствие

<sup>1</sup> <http://www.cites.org/eng/app/appendices.php>



**A+**

**Лидер-Паркет  
Черс**

**Всего: 2**

**A**

Кронстар Кроношпан Finexfloors (Клинский ДОК) ПаркетАрт	F-массивные полы Славпаркет Шелехов-ламинат ИТАКОМ	Нововятский лыжный комбинат
--	---	--------------------------------

**Всего: 9**

**B+**

Паркет Point Бирюлевский паркетный завод Солид-паркет Детчинский ДОК	Отделочник Матимекс Тампол ДОЦ MarkCompany	МТК АиМ2000 Паркет-М Профлор Паркет Сити	Самотлор Мир Паркета
--	--	--	-------------------------

**Всего: 15**

**B**

Нэльт Siberian forest ОБИ Леруа Мерлен Янтарная прядь Традиции русского паркета	Паркетный рай Элит Декор Паркет-Холл ZS-паркет ТД ДХС (Venetoparkett) Eco-parket.ru (Eparquet.com)	Корона Экопол Царицын-паркет Паркет-Класс Паркет Пол Центр паркета Барк-М	Русский паркет Ковчег-паркет Паркет Дизайн Кенингс паркет Бюро паркета Parketoff Group
--	---	--	---

**Всего: 26**

Рис. 1. Экологический рейтинг продавцов и производителей напольных покрытий

конкретного вида в списке пород [2], имеющих ограничения по заготовке и (или) продаже в соответствии с законом г. Москвы от 30 июня 1999 года № 28 «О регулировании использования редких и исчезающих животных и растений на территории города Москвы» (с изменениями от 17 марта 2004 года). Эти компании решено отнести к серой зоне, так как есть риск, что при производстве продаваемого ассортимента использовалась древесина биологических видов, находящиеся в приложениях CITES или в Красной книге Российской Федерации.

Производителям и продавцам мебели в большей степени присуща такая проблема, как использование материалов (например, ДСП) с высоким уровнем эмиссии вредных веществ (главным образом формальдегидов). В отличие от рынка напольных покрытий для мебельного рынка нехарактерно использование древесины пород, имеющих какие-либо ограничения при заготовке и торговле. Общим для обоих рынков оказалось то, что у подавляющего большинства компаний нет четко сформулированной экологической политики или какого-либо внутреннего документа, регламентирующего правила выбора источников сырья или продукции. Примерно 8 % компаний пытаются привлечь на себя внимание, занимаясь гринвошингом, т. е. называют себя экологичными, либо обосновывая это какой-то характеристикой товара (например, термостойкостью товара или использованием древесины), либо вообще безосновательно. Также у большинства компаний или нет сертификатов систем добровольной лесной сертификации (FSC, PEFC, SFI), или менеджеры по обслуживанию клиентов не разбираются в этом вопросе.

**Результаты**

По степени экологической ответственности (ЭО) в результате исследования компаниям была присвоена одна из четырех категорий — от «A+» до «B» для соответственно наиболее и наименее экологически ответственных (см. таблицу).

В итоге половине компаний, производящих или продающих напольные покрытия, был присвоен низший рейтинг

Распределение компаний по степени экологической ответственности, балл

Категория ЭО	Компании, занимающиеся мебелью	Компании, занимающиеся напольными покрытиями
A+	> +20	> + 20
A	От +19 до +5	От +19 до +1
B+	От +4 до +1	От 0 до -9
B	< +1	< -9

экологической ответственности (B), 29 % компаний отнесены к категории «B+», что стало следствием того, что они попали в серую зону (рис. 1). Особенность продавцов состоит в том, что чем больше брендов представлено, тем выше вероятность отнесения компании к серой зоне из-за наличия изделий из древесины тропических пород. Только компании «Черс» и ее монобрендовому продавцу — компании «Лидер-Паркет» присвоен высший рейтинг экологической ответственности (A+).

Рынок мебели показал в целом более позитивные результаты (рис. 2). Здесь наивысший рейтинг экологической ответственности (A+) присвоен пяти компаниям, среди которых три европейских бренда (IKEA, Kinnarps, STOSA) и два отечественных (ЛДК № 1 и «АВА КОМПАНИ»). Все эти компании имеют четкие экологические политики и программы по минимизации влияния на окружающую среду, а также сертифицированы по схеме FSC. В отличие от рынка напольных покрытий на мебельном значительно больше компаний, которым присвоены рейтинги «A» и «B+» (соответственно 21 и 33 %). Самый низкий уровень экологической ответственности имеют лишь 36 % компаний.

Продавцы мебели оказались намного осведомленнее об экологической политике компании, о наличии или отсутствии сертификатов схем добровольной лесной сертификации.



**A+**

АВА КОМПАНИ ЛДК №1 ИКЕА	Кинарпс STOSA
-------------------------------	------------------

**Всего: 5**

**A**

Империа (ARAN) Castorama Алмаз Белфан	РОНИКОН Интерьер Купе BRW (Black Red White) Plotto	Visconti Мир Немецкой Мебели Ангстрем
--	---	---

**Всего: 11**

**B+**

Olive cuisine Мебельный АЛЬЯНС Мебельная симфония Stanley Шатура	Витра Мебель из сосны Салон мебели Новый стиль Геос Идеал Пинск Древ	Сомово мебель Klose Verdi Дятково Мебель Москва	Ваш шкаф Мебель Черноземья
--	--	---	-------------------------------

**Всего: 17**

**B**

Valentina Mebel ОГОГО Мебель GranDecor Уфамебель	Экомебель (Экокухни) GIRONA Бауформат Те самые шкафы купе	Истринская мануфактура Мебель Румынии Мебель КИТ Волгодонский КДП	Gold&Wood Сава Мебель Lazurit Виста	Mebeluka LifeMebel.ru Nashkedr
---	--	--	--	--------------------------------------

**Всего: 19**

Рис. 2. Экологический рейтинг продавцов и производителей мебели

Можно отметить одну интересную закономерность: компании, имеющие в названии приставки «эко», как правило, наименее экологически ответственны по версии нашего рейтинга («ЭкоПол», «ЭкоМебель», Eco-parket.ru). Кроме того, выяснилось, что не только крупные сетевые магазины, но и довольно крупные фабрики в России пока еще не готовы влиться в тренд экологичности и по результатам исследований имеют низкий рейтинг. К ним относятся «ОБИ», «Леруа Мерлен», «Шатура», «Дятково» и «Уфамебель». Хотя, как правило, высокий экологический рейтинг «Гуд Вуд 2013» имеют достаточно крупные, способные инвестировать в «зеленое» производство компании — участники мебельного рынка, что подчеркивает значимость экологической конкурентоспособности как фактора развития деревообрабатывающей промышленности в России [1].

Данный экорейтинг предназначен не для того, чтобы обвинить кого-либо в каких-либо нарушениях, а для того, чтобы производители, продавцы и потребители товаров задумались об экологической ответственности перед современными и будущими поколениями. Мы надеемся, что подобные исследования помогут всем сделать выбор в пользу устойчивого развития. Одним из важных элементов акцентирования внимания бизнеса и общественности на этой проблеме стало торжественное вручение премии «Гуд Вуд 2013» наиболее экологически ответственным продавцам и производителям мебели и напольных покрытий, основанной на результатах экологического рейтинга.



Торжественное вручение премии «Гуд Вуд 2013»

© FSC России



Логотип премии — это знак отличия для наиболее экологически ответственных производителей и продавцов мебели и напольных покрытий, который позволит покупателю совершать осознанный выбор

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Битюкова В. Р. Экологическая конкурентоспособность как фактор развития промышленности в городах России // Вестник Моск. ун-та. Сер. 5. Геогр. 2009. № 1. С. 21–29.  
2. Птичников А.В., Вайсман А.Л., Брусиловская Е.О. и др. Хорошая древесина для мебели и напольных покрытий. Экологическая ответственность поставщиков и продавцов. М., 2012. 44 с.