



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“

საჩივრი



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



აბრევიატუები

B2C	ბიზნესი მომხმარებლებთან
DCFTA	ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობის სივრცის შეთანხმება
EC	ევროპული გაერთიანება
ECAT	ევროკავშირის ეკონარკირების 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, გადამონმეებული და დამუსტრებული ინფორმაციის გზით, ნახალისდეს ისეთ პროდუქტებზე მოთხოვნა და მინოდება, 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**:



გაკაემოს ღაცვა **გაკაემოსღაცვითი ინოვაციების წახალისება** **გაკაემოსღაცვით საკითხებზე მომხმარებელთა ცნობიერების აკაღრება**



ეკო-მარკირების ზიკები

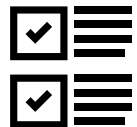
ზოგადად, ISO-ის მიერ, ეკო-მარკირების სამი ტიპი გამოიყოფა:



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 ზემოაღნიშნული ტიპისთვის გამოიყენება ტერმინი „ეკო-მარკირება“, თუმცა, რეალურად, აღნიშნული პრაქტიკა არ არის სწორი. ბაზარზე არსებობს ბევრი სხვადასხვა გარემოსდაცვითი ნიშანდება 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

<p>ენერგია მწარმოებლის მოდელი</p> <p>მეტად ეფექტური</p> <p>ნაკლებად ეფექტური</p> <p>ენერჯის მოხმარება კვტ.სთ/წელი (დაფუძნებულია 24 საათიანი სტანდარტული ტესტის შედეგებზე) ფაქტობრივი მოხმარება დამოკიდებული იქნება იმაზე, თუ როგორ მოხდება მოწყობილობის გამოყენება და სად განთავსდება იგი.</p> <p>ახალი საკვების მოცულობა გაყინული საკვების მოცულობა</p> <p>ხმაური (დბ A მიუთითებს 1 ჰერტზე)</p> <p>დამატებითი ინფორმაცია მოცემულია პროდუქტის ბროშურებში</p> <p>ინგ. 153, მაისი 1990</p> <p>მაცივრის ეტიკეტის დირექტივა 94...</p>	<p>მაცივარი-საყინულე</p> <p>A</p> <p>325</p> <p>190 126</p>	<p>რაც უფრო მეტი ვარსკვლავია, მით უფრო ეფექტურია წყლის მოხმარება</p> <p>წყლის რეიტინგი</p> <p>წყლის მოხმარება</p> <p>13.1</p> <p>13.1 ლიტრი თითო რეცხვაზე ნორმალური პროგრამის გამოყენებისას</p> <p>დამატებითი ინფორმაციისა და მოწყობილობების შედარებისათვის, გაეცანით: www.wasterrating.gov.au</p>
--	---	---



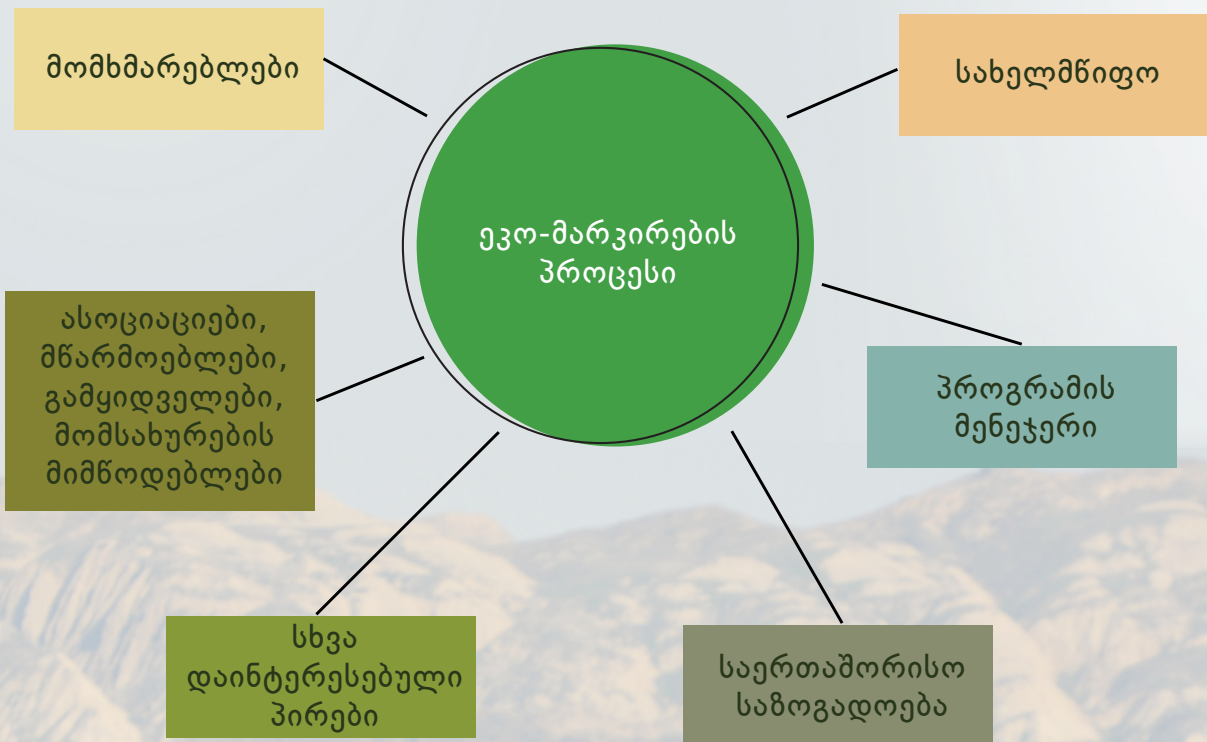


ეკო-მარკირებაში ჩართული სუბიექტები

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, როგორცაა, 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 შემონგმების 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. როგორცაა, ნედლეული, ენერჯია 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 პროდუქტია შედგება სხვადასხვა მასალისგან, რომელიც შესაძლებელია ხელახლა იქნეს გამოყენებული. მკაცრი მოთხოვნები უზრუნველყოფს, რომ პროდუქტია 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 ნახალისება

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 ნახალისებას წარმოქმნა 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



ევროკავშირის ეკო-მარკირების მიღების

ექვსი მიზეზი

- 1 მომხმარებლებთან (B2C) ურთიერთობის თვალსაზრისით, ეკო-მეგობრული პროდუქტების მიმართ გაზრდილი ცნობიერება ქმნის გაუმჯობესებულ გარემოს მწვანე ბაზრისთვის, რამდენადაც მომხმარებლები უფრო და უფრო ინტერესდებიან ეკო-მეგობრული პროდუქციის შეძენით. ევროკავშირის ეკო-მარკირება აჩქარებს მომხმარებლის არჩევანს იმ პროდუქციის მიმართ, რომელსაც აქვს ამგვარი ნიშანდება, რამდენადაც მას აქვს მაღალი ხარისხის ნდობა ევროკავშირის ბაზარზე.
- 2 საჯარო შესყიდვების პროცესში, უფრო და უფრო მოითხოვება შემსყიდველების თანამშრომლობა ისეთ მწარმოებლებთან, რომელთა პროდუქციას გავლილი აქვს ეკო-მარკირების პროცესი. რამდენადაც მარკირების მინიჭების პროცესი გულისხმობს მესამე, დამოუკიდებელი კვალიფიციური სუბიექტის ჩართულობას, ევროკავშირის ეკო-მარკირება წარმოადგენს გასაღებს ახალი შესაძლებლობების გახსნისათვის.
- 3 შემოწმების პროცესში, თუ რამდენად აკმაყოფილებს პროდუქცია ევროკავშირის ეკო-მარკირების კრიტერიუმებს, კომპანიებმა შესაძლებელია დაინახონ წარმოების პროცესის ოპტიმიზაციის გზები. ეს გაზრდის კომპანიის მოგებას და რეპუტაციას, შექმნის ბრენდის უპირატესობას კონკურენტებთან შედარებით.
- 4 კრიტერიუმები იმგვარად არის ჩამოყალიბებული, რომ შესაძლებელი იყოს ბაზარზე არსებული პროდუქციის 10%-დან 20%-მდე აკმაყოფილებდეს შესაბამის მოთხოვნებს. ევროკავშირის ეკო-მარკირების პროცესი შეესაბამება ISO 14024 სტანდარტს და ამდენად, წარმოადგენს პირველი ტიპის მარკირებას, რომელიც ყველაზე უფრო სანდოა მომხმარებლებისათვის. თითოეული პროდუქციისათვის დადგენილია შესაბამისი სახელმძღვანელოები აპლიკაციის პროცესისათვის.
- 5 განვითარებადი ეკონომიკის ქვეყნებისათვის, დადგენილია სპეციალური ფასდაკლებები მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის, მიკრო-მენარმეებისათვის.
- 6 აპლიკაციის პროცესის განმარტებითი ნაწილი მნიშვნელოვნად ამარტივებს პროცედურას. აღნიშნული პროცედურის დეტალური ნახვა შესაძლებელია ევროკავშირის ეკო-მარკირების ვებ-გვერდზე, კერძოდ, განაცხადის წარდგენისათვის გათვალისწინებულ გვერდზე.¹

ნებისმიერი პროდუქცია ან სერვისი, რომელიც გამომხდელია ევროპის ეკონომიკური სივრცის ბაზარზე (ევროკავშირის, ასევე, ისლანდია, ლიხტენშტეინი და ნორვეგია) დისტრიბუციის ან გამოყენებისათვის დაწარმოდა არა-საკვებ და არა-სამედიცინო პროდუქციას, ექვემდებარება ეკო-მარკირების მინიჭებას. შესაბამისად, ნებისმიერ მწარმოებელს, იმპორტიორს, სერვისის მიმწოდებელს, საბითუმო მოვაჭრეს და გამყიდველს, შეუძლია წარადგინოს განაცხადი, თუკი მიიჩნევს, რომ მისი პროდუქცია შეესაბამება დადგენილ კრიტერიუმებს.

1 <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/how-to-apply-for-eu-ecolabel.html>

ევროკავშირის ეკო-მაკროეკონომიკის მინიჭებისა და გამოყენებისთვის დაგეგმილია შვიდი ძირითადი ეტაპი:

1

უფლებამოსილ ორგანოსთან დაკავშირება

რამდენადაც, პროდუქცია ან სერვისი მზადდება ევროკავშირის ეკონომიკური სივრცის ფარგლებს გარეთ, ქართული ბიზნესის წარმომადგენლებს შესაძლებლობა აქვთ დაუკავშირდნენ იმ ქვეყნის უფლებამოსილ ორგანოს, სადაც გამიზნულია პროდუქციის განთავსება.

2

პროდუქციის და სერვისის რეგისტრაცია ევროკავშირის ეკო-მარკირების ონლაინ კატალოგში, ECAT

ევროკავშირის ეკო-მარკირების პროდუქციის და სერვისის კატალოგი წარმოადგენს მონაცემთა ბაზას, სადაც მოცემულია დასაშვები სერვისების და პროდუქციის ჩამონათვალი შესაბამისი ინფორმაციის მითითებით.

3

პროდუქციის და სერვისის ტესტირება აპლიკაციის შესავსებად

აპლიკაციის შევსება აუცილებელია კრიტერიუმების შესაბამისობის შეფასების მიზნით. შესაბამისი განაცხადები, მონაცემები და ტესტირების შედეგები მოცემულია თითოეული პროდუქტის ან სერვისის ჯგუფის ინსტრუქციაში, რომელიც წარმოდგენილია შექმნილი პროდუქციის ჯგუფების სრულ სიაში, ჩანართების სახით. უფლებამოსილი ორგანო შეამოწმებს აპლიკაციის ფორმალურ გამართულობას და განსაზღვრავს არის თუ არა საჭირო დამატებითი ტესტირებების ჩატარება.

4

აპლიკაციის წარდგენა და საფასურის გადახდა

დადგენილია ორი ტიპის საფასური - ერთჯერადი აპლიკაციის და ყოველწლიური საფასური. ზუსტი ოდენობა განისაზღვრება უფლებამოსილი ორგანოს მიერ, თუმცა, ზღვრები შემდეგია:

- ერთჯერადი საფასური მიკრო-მენარმეებისათვის - 200-350 ევრო;
- ერთჯერადი საფასური მცირე და საშუალო საწარმოებისა და კომპანიებისთვის განვითარებადი ქვეყნებიდან - 200-600 ევრო;
- ერთჯერადი საფასური ყველა სხვა კომპანიისათვის - 200-2000 ევრო.
- ყოველწლიური საფასური დამოკიდებულია გაყიდვების წლიურ რაოდენობაზე ევროკავშირის ბაზარზე. პროცენტული თვალსაზრისით, ყოველწლიური საფასური არ აღემატება ბრუნვის 0.15%. მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის, ასევე, მიკრო-მენარმეებისა და კომპანიებისათვის განვითარებადი ქვეყნებიდან, ყოველწლიური საფასური მცირდება მინიმუმ 25%-ით.

5

შესწავლა

აპლიკაციის მიღების შემდეგ, უფლებამოსილი ორგანო შეისწავლის ყველა წარდგენილ დოკუმენტს, მათ შორის, მიმწოდებლის მიერ წარდგენილ ნებისმიერ დოკუმენტს და წარადგენს წინასწარ მოსაზრებას 2 თვის განმავლობაში. ამ დროის განმავლობაში, შესაძლებელია დამატებითი ინფორმაციის ან/და დოკუმენტაციის მოთხოვნა. უფლებამოსილ ორგანოს უფლება აქვს უარი თქვას აპლიკაციის დადასტურებაზე, თუკი არ ხდება მოთხოვნილი ინფორმაციის წარდგენა 6 თვის განმავლობაში. მას შემდეგ, რაც ყველა დოკუმენტი დადასტურდება, უფლებამოსილმა ორგანომ შესაძლებელია განახორციელოს ადგილზე ვიზიტი. უფლებამოსილი ორგანო განსაზღვრავს ადგილზე ვიზიტის საჭიროებას მისი შეხედულების მიხედვით და შესაძლოა დააკისროს დამატებითი საფასური განმცხადებელს.

აპლიკაციის დადასტურება და მარკირების მინიჭება

6

ეკო-მარკირების მინიჭების შემდეგ, კომპანია პასუხისმგებელია კრიტერიუმებთან შესაბამისობაზე ლიცენზიის მთელი პერიოდისათვის. უფლებამოსილი ორგანო განსაზღვრავს რასიხშირით უნდა წარადგინოს კომპანიამ ტესტირებები კრიტერიუმებთან შესაბამისობის დადასტურების მიზნით. უფლებამოსილი ორგანოს დისკრეციული გადაწყვეტილებით, შესაძლებელია განხორციელდეს დამატებითი ვიზიტები ადგილზე. ეს ინსპექტირების პროცესი გამიზნულია, გარემოსდაცვითი მოთხოვნების მიმართ შესაბამისობის უზრუნველსაყოფად.

კომუნიკაცია ევროკავშირის ეკო-მარკირების მინიჭების შესახებ

7

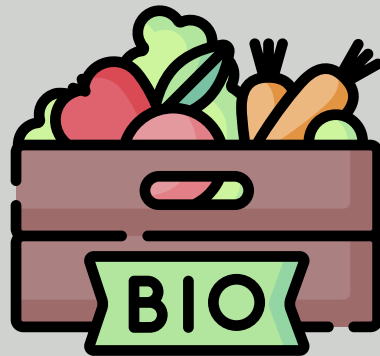
ეკო-მარკირების მინიჭების შემდეგ, მფლობელს უფლება აქვს დაიტანოს ნიშანი მის პროდუქციაზე ან სერვისზე. პროდუქტი ან სერვისი ასევე შეტანილი იქნება შესაბამის კატალოგში. შესაძლებელია მათი განთავსება ევროკავშირის ეკო-მარკირების გამოცემებსა და ვებ-გვერდზეც.



ბიო პროდუქციის სერტიფიკაცია საქართველოში

სურსათის, ცხოველის საკვების, ვეტერინარიისა და მცენარეთა დაცვის კოდექსის მე-18 მუხლის მე-3 ნაწილის შესაბამისად,

დაუშვებელია სურსათის/ცხოველის საკვების ეტიკეტზე ან თანდართულ დოკუმენტში ტერმინების - „ბიოლოგიური“, „ეკოლოგიური“, „ეკო“, „ბიო“, „ორგანული“ - ნებისმიერი კომბინაციის მითითება, თუ იგი არ შეესაბამება საქართველოს მთავრობის მიერ დადგენილ ბიონარმოების წესს და ეს შესაბამისობა არ დასტურდება შესაბამისობის სერტიფიკატით.



სერტიფიცირების პრინციპები დარეგულირებულია ბიოპროდუქციის შესახებ წესით, რომელიც დამტკიცებულია საქართველოს მთავრობის 2013 წლის 30 ივლისის N198 დადგენილებით. აღნიშნული წესის მიხედვით, შესაბამისობის სერტიფიკატის გაცემის უფლება აქვს მხოლოდ სერტიფიცირებულ ორგანოს, რომელიც აკრედიტებულია აკრედიტაციის ცენტრის ან საერთაშორისო აკრედიტაციის ორგანოს მიერ.

ამჟამად, ამგვარი სერტიფიცირების ორგანო ბიოპროდუქციისათვის არის შპს ვავკასსერტი, რომელიც გასცემს „მწვანე ვავკასიის“ მარკას. აკრედიტაციის ცენტრს არ აქვს გაცემული აკრედიტაცია სერტიფიცირების ორგანოსათვის. მწვანე ვავკასიის მარკა, შექმნილია ქართული და სომხური კომპანიების მიერ (შესაბამისად, ვავკასსერტი და ეკო-გლობი).

კომპანიას აკრედიტაცია მიღებული აქვს გერმანიის აკრედიტაციის ორგანოს მიერ, რომლის მიხედვით, კავკასსერტ-ს უფლება აქვს განახორციელოს პროდუქციის, პროცესებისა და მომსახურების სერტიფიცირება ISO/IEC 17065:2012 პირობების შესაბამისად, შემდეგ სფეროებში:

„ორგანული პროდუქციის მწვანე კავკასიის სტანდარტით, ვერსია 11 (30.01.2020), რომელიც არის (EC) No.834/2007 რეგულაციის ექვივალენტური.“

გარდა ამისა, კომპანიას მიღებული აქვს აღიარების წერილი შვეიცარიის სოფლის მეურნეობის ფედერალური ოფისიდან (FOAG).

კავკასსერტი გასცემს სერტიფიკატს შემდეგი კატეგორიის ბიოპროდუქციისათვის:

- პირველადი მცენარეული პროდუქცია (სასოფლო-სამეურნეო კულტურების წარმოება და ველურად მზარდი მცენარეების შეგროვება) - **A**
- ცოცხალი ცხოველები და მეცხოველეობის პირველადი პროდუქცია (მეფუტკრეობის ჩათვლით) - **B**
- სასურსათო დანიშნულების გადამამუშავებული სასოფლო-სამეურნეო პროდუქცია (ბიოდვინის ჩათვლით) - **D**
- სარგავი მასალა და თესლი - **F**

ფიგურა 6. Caucascert LLC-ის მარკირება



ხარისხის ნიშანი

2019 წელს საქართველოს გარემოს დაცვის და სოფლის მეურნეობის სამინისტრომ ახალი ნიშანი - „ხარისხის ნიშანი“ წარუდგინა საზოგადოებას. ეს არის ახალი ნიშანი სხვადასხვა პროდუქციისათვის.

ხარისხის ნიშნების სია შემდეგია:

- **ღაბული აგრიკულტურის დასახელება**
- **გარეგანი პროდუქტი**
- **მთის პროდუქტი**
- **ქართული ხარისხი**
- **ბადახით ნაკვები**
- **ფეხი ნასუქი**
- **ხელით დამზადებული**
- **ბიოპროდუქტი**
- **ბიონაგობაზე გაკეთებული პაკეტის პროდუქტი**

ბიზნეს ოპერატორებს შესაძლებლობა აქვთ მიმართონ სურსათის ეროვნულ სააგენტოს. ხარისხის ნიშანი ქმნის კონკურენტულ უპირატესობას ბაზარზე და წარმოადგენს ხარისხის ოფიციალურ აღიარებას სახელმწიფოს მხრიდან. პროდუქცია, რომელიც შეესაბამება ოფიციალურ ტექნიკურ რეგლამენტსა და მოთხოვნებს, შესაძლებლობა აქვთ მიმართონ სააგენტოს შესაბამისი ხარისხის ნიშნის მინიჭების მიზნით. მნიშვნელოვანია, რომ ხარისხის ნიშანი გაიცემა უფასოდ.

განმცხადებელმა სურსათის ეროვნულ სააგენტოს უნდა წარუდგინოს შემდეგი დოკუმენტები: განაცხადის ფორმა, შიდა კონტროლის დამადასტურებელი და ლაბორატორიული გამოცდის ოქმი, გამოყენებული ნედლეულის, ინგრედიენტების ჩამონათვალი, გამოყენებული ნედლეულის, ინგრედიენტების და შესაფუთი მასალის სერტიფიკატები ან/და ნედლეულის, ინგრედიენტების, შესაფუთი მასალის ლაბორატორიული გამოცდის ოქმი, გაცემული აკრედიტებული ლაბორატორიის მიერ, მზა სურსათისათვის აკრედიტებული ლაბორატორიის მიერ გაცემული ლაბორატორიული გამოცდის ოქმი, განხორციელებული სახელმწიფო კონტროლის ოქმი (ასეთის არსებობის შემთხვევაში), სურსათის წარმოების ტექნოლოგიური პროცესის და პირობების აღწერა, გამოყენებული სტანდარტი, სურსათის ეტიკეტის ნიმუში; ბიო-პროდუქციის შემთხვევაში - სერტიფიკაციის ორგანოს მიერ გაცემული ბიოწარმოების სერტიფიკატი. სურსათის ეროვნული სააგენტო შეისწავლის განაცხადს 20 სამუშაო დღის განმავლობაში და საბოლოო გადაწყვეტილება მიიღება მარკეტინგული საბჭოს მიერ სააგენტოს წარდგინების საფუძველზე.

ხარისხის ნიშნის მინიჭების შემდეგ, უფლებამოსილმა ორგანომ შესაძლებელია განხორციელოს საკონტროლო ღონისძიებები, ხოლო შეუსაბამობის შემთხვევაში, ხარისხის ნიშანი ექვემდებარება გაუქმებას.

ხარისხის ნიშანი არის ნებაყოფლობითი, თუმცა, მისი გამოყენება მხოლოდ დამტკიცებული პროცედურების გავლის შემთხვევაში არის შესაძლებელი ბიზნეს ოპერატორის მხრიდან. სხვაგვარად, მისი გამოყენება ჩაითვლება უკანონოდ.

ქვემოთ მოცემულია ხარისხის ნიშნების გამოსახულებები:

ფიგურა 7. ხარისხის ნიშნები საქართველოში





გენეტიკურად მოდიფიცირებული ორგანიზმები (GMO) და ეტიკეტირება

ეკო-მარკირების სისტემები საქართველოში ეფექტიანად არ არის დანერგილი. თუმცა, დანერგილია ეკო-მარკირების მსგავსი სისტემა, რომელიც გულისხმობს პროდუქციის ეტიკეტირებას.

ეტიკეტირების მიზანი მომხმარებლების ინფორმირებაა. ამ კუთხით, ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულება გენმოდირებული პროდუქტის ეტიკეტირებაა. ამ მიზნით, საქართველოში მოქმედებს კანონი - „სურსათად/ცხოველის საკვებად განკუთვნილი გენეტიკურად მოდიფიცირებული ორგანიზმებისა და მათგან წარმოებული გენმოდირებული პროდუქტის ეტიკეტირების შესახებ“. აღნიშნული კანონი ადგენს გმო პროდუქტის ეტიკეტირების სავალდებულო შემთხვევას და ძირითად პრინციპებს, ხოლო, დეტალური რეგულირება ხდება კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტით. კანონით გათვალისწინებული პრინციპის მიხედვით, ეტიკეტირებას ახორციელებს ბიზნეს ოპერატორი საკუთარ პროდუქტზე, ხოლო, ამ ვალდებულების დარღვევა იწვევს შესაბამის პასუხისმგებლობას.

ფიგურა 8. არაგენმოდირებული პროდუქტის ნიშნები



გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია, რომ მოქმედი კანონმდებლობით დადგენილია სხვადასხვა ტექნიკური რეგლამენტი და მოთხოვნები კონკრეტული პროდუქციის ეტიკეტირების შესახებ. ყველა ამ დადგენილების მიზანი მომხმარებელთა სათანადო ინფორმირებაა. ასეთი მოთხოვნები დადგენილია სურსათის და ღვინის პროდუქციისათვის. გარდა ამისა, დადგენილია ეტიკეტირების მოთხოვნები საშიში ქიმიური ნივთიერებების ეტიკეტირების შესახებ.

პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის მიხედვით, პროდუქტის უსაფრთხოების შეფასებისას, სხვა კომპონენტებთან ერთად მხედველობაში მიიღება მისი ეტიკეტირებაც. ამასთან, ტექნიკურმა რეგლამენტმა კონკრეტული სპეციფიკაციის გათვალისწინებით, შეიძლება დაადგინოს პროდუქტის/პროცესის/მომსახურების სავალდებულო სიმბოლოების, შეფუთვის, ნიშანდების, ეტიკეტირების, პროდუქტთან დაკავშირებული პროცესის ან წარმოების მეთოდი. თუმცა, კოდექსი იმავდროულად ადგენს ტექნიკური რეგლამენტის მიმართ არსებულ მოთხოვნებს, რომლის 55-ე მუხლის მიხედვით, ტექნიკური რეგლამენტი ხელს უნდა უწყობდეს ღია საბაზრო ეკონომიკას და თავისუფალ ვაჭრობას. ტექნიკური რეგლამენტის მიღება ან გამოყენება არ უნდა ქმნიდეს არაადეკვატურ ტექნიკურ ბარიერებს ვაჭრობაში/სამეწარმეო საქმიანობაში, მათ შორის, საერთაშორისო ვაჭრობაში, და ადამიანის სიცოცხლისა და ჯანმრთელობის უსაფრთხოებისა და გარემოს დაცვის საფრთხის პროპორციული უნდა იყოს.

სხვა საერთაშორისო ეკო-მარკები

კომპანიები, რომლებიც გეგმავენ, ან უკვე ახდენენ საკუთარი პროდუქციის/სერვისების ექსპორტს საერთაშორისო ბაზარზე, უნდა შეეცადონ, რომ მიიღონ სამიზნე ქვეყანაში არსებული ეკო-მარკა, რათა გაზარდოს საექსპორტო პოტენციალი კონკრეტულ ქვეყანაში. ამისათვის კომპანიამ უნდა მიმართოს კონკრეტული ქვეყნის უფლებამოსილ ორგანოს. ქვემოთ მოცემულია ქართული პროდუქციისათვის პოტენციური ბაზრებისთვის შესაბამისი ეკო-მარკა.

 <p>ავსტრალია</p> <p>https://geca.eco/</p>	
 <p>აშშ</p> <p>https://www.greenseal.org/</p>	
 <p>ახალი ზელანდია</p> <p>https://www.environmentalchoice.org.nz/</p>	

 <p>ბრაზილია</p> <p>https://www.abntonline.com.br/sustentabilidade/</p>	
 <p>გერმანია TUV გერმანია</p> <p>https://www.tuv.com/world/en/green-product-mark.html</p> <p>https://www.blauer-engel.de/en</p>	
 <p>იაპონია</p> <p>https://www.ecomark.jp/english/</p>	
 <p>ინდოეთი</p> <p>https://igbc.in/igbc/redirectHtml.htm?redVal=show-GreenPronosign</p>	
 <p>ინდონეზია</p> <p>http://www.menlh.go.id/</p>	
 <p>ისრაელი</p> <p>https://www.sii.org.il/</p>	

 <p>კორეა</p> <p>http://el.keiti.re.kr/enservice/enindex.do</p>	
 <p>მალაიზია</p> <p>https://www.sirim-qas.com.my/</p>	
 <p>რუსეთი</p> <p>https://ecounion.ru/en/</p>	
 <p>სინგაპური</p> <p>http://sec.org.sg/</p>	
 <p>სკანდინავიური ქვეყნები</p> <p>http://sec.org.sg/</p>	
 <p>ტაილანდი</p> <p>http://www.tei.or.th/greenlabel/</p>	
 <p>უკრაინა</p> <p>https://www.ecolabel.org.ua/</p>	

 <p>ფილიპინები</p> <p>https://www.pcepsdi.org.ph/</p>	
 <p>ყაზახეთი</p> <p>http://eko-kaz.kz/</p>	
 <p>შვედეთი SSNC შვედეთი</p> <p>https://www.naturskyddsforeningen.se/in-english https://tcocertified.com/</p>	 Bra Miljöval  TCO CERTIFIED
 <p>ჩინეთი ჩინეთი (CEC) ჩინეთი (ტაიპეი)</p> <p>https://www.cqc.com.cn/www/english/index.shtml http://www.mepcec.com/ https://greenliving.epa.gov.tw/newPublic/Eng</p>	 CHINA ECOLABELLING  
 <p>ჩრდილოეთ ამერიკა</p> <p>https://spot.ul.com/</p>	 ECOLINGO
 <p>ჰონგ კონგი</p> <p>https://www.greencouncil.org/</p>	 HONG KONG Green Label



ქასკვნა

წინამდებარე გარემოსდაცვითი მარკირების შესახებ სახელმძღვანელოს გამოყენება შესაძლებელია იმ ქართველი მენარმეების მიერ, ვინც აპირებს, რომ გაააქტიუროს გარემოსდაცვითი პროცესები მათ ბიზნეს საქმიანობაში. დოკუმენტი აღწერს ინფორმაციას ეკო-მარკირებასა და მის მექანიზმებზე, შესაბამისად სახელმძღვანელო დაეხმარება დაინტერესებულ პირებს აღნიშნული სისტემის შესახებ ცნობიერების ამაღლებაში.

დოკუმენტში ასევე მოცემულია ინფორმაცია არსებული მარკირებების შესახებ საქართველოში, როგორცაა, ხარისხის ნიშანი, ბიო-პროდუქციის სერტიფიცირება, გენმოდირებული პროდუქციის შესახებ ნიშანდება. ასევე, სახელმძღვანელოში აღწერილია ევროკავშირის ეკო-მარკირების მინიჭების ეტაპები, რომელიც დაეხმარება ბიზნეს ოპერატორებს, რომ მიიღონ მეტი ინფორმაცია ამ კონკრეტული ნიშანდების შესახებ. ეს ინფორმაცია განსაკუთრებით საინტერესო იქნება იმ კომპანიებისათვის, რომლებიც გეგმავენ მათი ბიზნესის გაფართოებას ევროკავშირის ბაზარზე.

ასევე მნიშვნელოვანია, რომ ეკო-მარკირების სისტემა დანერგილია სხვადასხვა ქვეყანაში. დოკუმენტში მოცემულია ინფორმაცია აღნიშნული ნიშანდების შესახებ, რაც დამატებით წყაროს წარმოადგენს ბიზნეს ოპერატორებისათვის მითითებულ ბაზარზე დამკვიდრებისათვის.

დოკუმენტში აღწერილია ეკო-მარკირების პროცესში ყველა დაინტერესებული პირის ჩართვის მნიშვნელობა, რათა შესაძლებელი იყოს წარმატებული სისტემის დანერგვა საქართველოში. შესაბამისად, დოკუმენტი წარმოადგენს სახელმძღვანელოს არამხოლოდ ბიზნეს ოპერატორებისათვის, არამედ, სხვა დაინტერესებული ჯგუფებისთვისაც, როგორცაა, სახელმწიფო უწყებები, სამოქალაქო საზოგადოება და მომხმარებლები.

დოკუმენტი წარმოადგენს აღნიშნულ საკითხზე დამატებითი განხილვებისა და კვლევის საფუძველს.



