



ЗЕЛЁНЫЙ
И ЗДОРОВЫЙ
ОФИС

Экологизация офиса через экосертификацию

Ксения Есева,
ведущий эксперт системы «Листок жизни»

Экологический союз

С 1991 года занимаемся экологическим просвещением и содействуем устойчивому производству и потреблению — 12-я цель устойчивого развития ООН.

Ключевой проект

Экологическая маркировка I типа (ISO 14024) «Листок жизни». Первая и единственная российская экомаркировка международного уровня.

Национальный статус

Аккредитован Федеральной Службой по Аккредитации в области экомаркировки

Международное признание

Член Всемирной ассоциации экомаркировки (GEN)
Член консультативного совета Программы ООН по устойчивому производству и потреблению



Путь к экологизации офиса через экосертификацию

01

Подтверждает соответствие экостандарту (в соответствии с ISO 14024).

02

Имеет прозрачные критерии и комплексный научный подход к оценке всего жизненного цикла продукции/услуги.

03

Присваивается третьей независимой стороной (органом по сертификации).



Требования СТО-56171713-002-2014

Услуги деятельности офиса

Система добровольной экологической сертификации продукции, работ и услуг по их жизненному циклу «Листок жизни»

Разработано:
Экологическим союзом в
соответствии с требованиями
ГОСТ Р ИСО 14024.

Срок действия:
до 08.12.2022

Настоящие требования Стандарта не могут быть полностью или частично воспроизведены, тиражированы и распространены в качестве официального издания без письменного разрешения Экологического союза.

Основные критические точки жизненного цикла деятельности офисов



01

Энергопотребление

02

Водопотребление

03

Образование отходов

04

Использование химической
продукции

05

Закупки

Что получает офис?



01

Независимое
подтверждение своей
экологической
ответственности

02

Правомерное
использование заявлений
об экологичности в
коммуникациях разного
уровня (B2C, B2B, B2G)

03

Веский аргумент против
скепсиса и обвинений в
гринвошинге — и в пользу
доверия

04

Отстройка от конкурентов,
еще не успевших ответить
на новые вызовы рынка

05

Укрепление имиджа, рост
лояльности со стороны
персонала, потребителей,
партнеров и ретейлеров

06

Расширение рынка сбыта
за счет ответственных
потребителей, особенно
иностранных

07

Участие в частных и
государственных тендерах
с экологической
составляющей

08

Снижение издержек от
внедрения
ресурсосберегающих
технологий производства,
оптимизации упаковки,
логистики и др. аспектов

*Гринвошинг — форма экологического маркетинга, цель которого — ввести потребителя в заблуждение относительно экологичности продукции или услуги.

Как проходит проверка?



01

Заявка от организации

02

Анализ документации

03

Аудит на месте

04

Экспертное заключение

05

Общественно-
консультативный совет

06

Выдача сертификата при
соответствии требованиям

Длительность 30 рабочих дней.
Читайте [ответы](#) на популярные вопросы

ЭКООФИС



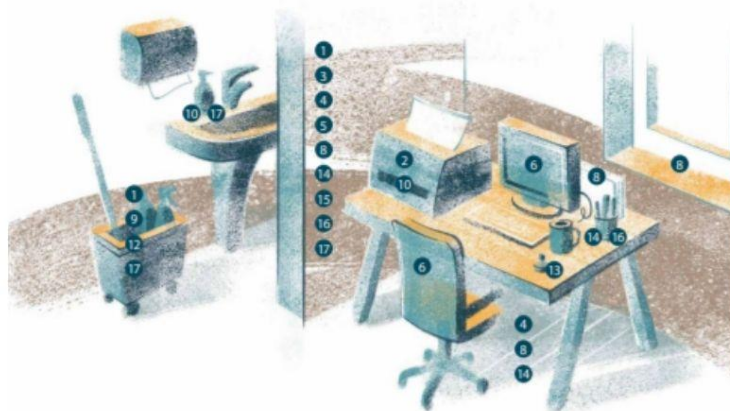
Как сделать офис экологичнее и создать рабочую среду, свободную от токсинов

Забота о здоровье
и безопасности сотрудников.
Офис без токсинов



Каждый день работники офисов контактируют на своих рабочих местах с химическими веществами, которые могут оказывать негативное влияние на их здоровье и работоспособность.

Особо опасные для здоровья вещества, наиболее часто встречающиеся в офисах*



Зеленые закупки. Экомаркировки,
самодекларации
и гринвошинг



Изю дня в день в каждом офисе расходуются бумага, канцтовары, средства для уборки и многие другие материалы. Нередко компания принимает непосредственное участие в ремонте и отделке своих офисных помещений, закупке мебели и оборудования. Вот почему внедрение зеленых закупок — один из самых эффективных, а главное, доступных каждой компании шагов в направлении экоофиса.

Главный вопрос зеленых закупок — что покупать? Возможно, вы уже обнаружили на рынке продукты, позиционирующие себя как экологичные. На это могут указывать название продукта и бренда (приставки «эко», «био», «органик» и т. п.), дизайн упаковки (крафтовая бумага, зеленые листочки, планета Земля и т. п.), экологические заявления в слоганах и текстах.

Можно ли этому доверять? Не всегда. Одни производители берут на себя повышенные обязательства по снижению нагрузки на окружающую среду: реализуют масштабные корпоративные программы устойчивого развития, внедряют наилучшие технологии, повышают экологичность продукта и упаковки. Другие лишь спекулируют на теме. Чтобы определить, экологичен ли продукт, важно исследовать его воздействие на окружающую среду на всех этапах жизненного цикла.

Жизненный цикл продукта

- **Сырье** — возобновляемость, устойчивос
- **Производство** — ресурсоэффективнос управление отходами.
- **Продукт** — безопасность для человека цессе эксплуатации.
- **Упаковка** — биоразлагаемость, пригодн

Очевидно, что только эксперты могут оцен потребителей же вот уже более 40 лет суще независимой экини ический экспертиза по маркировок: одни оценивают продукт компл по отдельным значимым аспектам.



Экомаркировки по жизни: добычи сырья до производс что: производитель выстроил критериями качества, эколог довые технологии сбережени среды. Сам же продукт выиг





Контакты

+7 (812) 571-38-38

mail@ecounion.ru

ecounion.ru

vk.com/ecounion

t.me/listok_zhizni

app Ecolabel Guide

Спикер

Ксения Есева

Ведущий эксперт системы
«Листок жизни»





**ЗЕЛЁНЫЙ
И ЗДОРОВЫЙ
ОФИС**

Спасибо за внимание!

Москва 2022