

## Що таке екологічне маркування? <https://mepr.gov.ua/>

**Екологічне маркування** (англ. Environmental label, Ecolabel) – твердження, у якому зазначені екологічні аспекти певного продукту, засобу, матеріалу чи виробу (надалі – товару), послуги або об'єкта будівництва.

Екологічні маркування можуть бути наведені у вигляді фраз, символу чи зображення на етикетці або пакуванні, у технічній документації, рекламних матеріалах тощо. Екологічне маркування має на меті інформувати споживача в стислій і доступній формі про перевірені та підтвержені екологічні характеристики або переваги об'єкта маркування.

Екологічне маркування має широку сферу застосування – від продуктів харчування, промислових товарів, будматеріалів до об'єктів нерухомості та послуг. Загальні принципи та методи його застосування викладені в міжнародних стандартах серії ISO 14020 «Екологічні маркування та декларації». Ця серія стандартів упроваджена до української національної системи стандартизації шляхом тотожного перекладу і має пряме застосування (серія ДСТУ ISO 14020).

### **Відповідальність суб'єкта господарювання за застосування екологічного маркування**

Безпідставне застосування маркування, що вказує на екологічну характеристику чи перевагу, порушує вимогу статті 15 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (поширення інформації, що вводить в оману). За фактом порушення Антимонопольним комітетом України накладаються і стягуються штрафи в розмірі до 5% від річного доходу за рік, що передував року, у якому виявлено порушення.

Поширенням інформації, що вводить в оману, є повідомлення суб'єктом господарювання, безпосередньо або через іншу особу, одній, кільком особам або невизначеному колу осіб, у тому числі в рекламі, неповних, неточних,

неправдивих відомостей, зокрема внаслідок обраного способу їх викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювань, що вплинули або можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, робіт, послуг цього суб'єкта господарювання.

Відповідно до Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» інформацією, що вводить в оману, є, зокрема, відомості, які:

- містять неповні, неточні або неправдиві дані про походження товару, виробника, продавця, спосіб виготовлення, джерела та спосіб придбання, реалізації, кількість, споживчі властивості, якість, комплектність, придатність до застосування, стандарти, характеристики, особливості реалізації товарів, робіт, послуг, ціну і знижки на них, а також про істотні умови договору;

- містять неповні, неточні або неправдиві дані про фінансовий стан чи господарську діяльність суб'єкта господарювання;

- приписують повноваження та права, яких не мають, або відносини, у яких не перебувають;

- містять посилання на обсяги виробництва, придбання, продажу чи поставки товарів, виконання робіт, надання послуг, яких фактично не було на день поширення інформації.

Метою поширення інформації про екологічні характеристики чи переваги, що вводять в оману, є одержання неправомірної переваги в конкуренції. До нечітких та неконкретних тверджень належить безпідставне застосування формулювань на зразок «еко», «екологічний», «екологічно чистий», «екологічно безпечний», «зелений», «дружній до довкілля», «натуральний» тощо.

Зазвичай, способом поширення екологічних декларувань є реклама в засобах масової інформації, на листівках, засобах зовнішньої реклами, телебаченні, радіо тощо. Перелік джерел поширення оманливої інформації не встановлено законодавцем, а отже, це може бути будь-який носій інформації.