22 февраля 2022 г. академик РЭА, руководитель МОО «Природоохранный союз» Вероника Тарбаева выступила в эфире Программы "Середина дня" телеканала 78. Обсуждали важную тему, посвященную качеству жизни и природных компонентов окружающей среды. Вместе с телеведущей Анастасией Дьяковой поговорили о том, что такое осознанное потребление и чем отличается экомаркировка от гринвошинг.

По словам В.М. Тарбаевой, по статистике, все больше людей приходит к осознанному потреблению. Покупатели более ответственно подходят к выбору продукции, поддерживают бренды, которые следуют экологическим трендам и отказываются от вредных производственных технологий. Например, в январе 2021 года спрос на товары из категории «осознанное потребление» вырос в России в 3,2 раза по сравнению с прошлым годом. Соотечественники стали чаще покупать силиконовый аналог ушных палочек, многоразовые тканевые диски, твёрдые шампуни и бальзамы, многоразовые бахилы, детские подгузники, термосы, стеклянные контейнеры, экосумки и авоськи. При этом спрос на продукты, название которых включает маркировку «эко-» и «экологичный», увеличился в 3,5 и 9,6 раза соответственно.

**Как отличить экологичный товар от маркетингового хода?**

Экологичность стала одним из главных трендов современности. «Экологичный» ярлык массово лепят на товары, чтобы привлечь покупателей. По-настоящему экологичный продукт наносит минимальный ущерб окружающей среде и здоровью человека на всех этапах жизненного цикла - от добычи сырья до утилизации. В то же время «псевдозеленый» маркетинг не только вводит покупателей в заблуждение, но и подрывает весь экорынок.

Как отметила В.М. Тарбаева: «Отличить «зеленый» продукт от фейкового можно. Для этого внимательно изучайте упаковку товаров. Прежде всего обращайте внимание на состав: чем он короче, тем лучше. Описания всех незнакомых компонентов можно найти в интернете. Однако натуральный состав не всегда гарантирует экологичность производства. Не попасть на уловки гринвошеров помогают экомаркировки».