

ЭКОЛОГИЯ



РЖД об инвестициях в природосберегающие технологии **14** | Альтернативное топливо из отходов древесины — новая статья российского экспорта **15** | Биологические продукты без биологических добавок **15** | Российские потребители знакомятся с экологическим маркетингом **16**

Решающий градус

Экополитика

ООН требует от России сокращения парниковых выбросов почти вдвое к 2050 году. Однако если проанализировать мировую структуру и динамику выброса парниковых газов, видно, что от усилий только нашей страны глобальное потепление не остановится.

«Потепление нам только выгодно: урожайность повысим, множество новых сортов культивируем. А бороться с потеплением — только развитием экономики вредить» — примерно так можно выразить отношение российских чиновников к глобальному потеплению. «Будем меньше шуб носить» — еще в 2003-м на Московской климатической конференции отшучивался президент Владимир Путин от вопросов о глобальном потеплении.

Впрочем, в декабре 2009 года президент Дмитрий Медведев на Копенгагенской конференции ООН, посвященной проблемам изменения климата, выразил готовность страны «обеспечить не имеющее аналогов кумулятивное снижение выбросов» на 20% в период до 2020 года.

Любопытно, но Россия является мировым лидером по сокращению эмиссий парниковых газов. Промышленные выбросы в течение последних 17 лет на 30% ниже аналогич-

ных показателей 1990 года. Правда, получилось это у нас «само собой», без каких-либо специальных действий.

«То, что выбросы CO₂ в России сильно упали в 1990-е годы, хорошо известно. Причина тому как структурная перестройка экономики — сдвиг от тяжелой промышленности к сфере услуг, так и экономический спад. Одновременно сократились рубки лесов, что способствовало росту поглощения CO₂. То есть так получилось, что мы уже на три четверти выполнили свою часть обязательств, взятых в рамках Копенгагенской договоренности», — говорит Алексей Кокорин, координатор программы «Климат и энергетика» Всемирного фонда дикой природы.

Отметим, ученые абсолютно уверены в том, что глобальное потепление вызвано деятельностью человека. Основная причина — выбросы углекислого газа, пленкой окутывающие планету и вызывающие парниковый эффект.



Глобальное потепление приведет к опустыниванию многих плодородных районов планеты, и последующий наплыв «климатических беженцев» в некоторые регионы с установившимся приемлемым климатом — а такие, безусловно, будут в России — выглядит куда страшнее, чем необходимость наращивать дамбы в прибрежных городах и спасать Венецию. А все это, безусловно, произойдет, если не остановить рост глобальной температуры.

Учитывая поглощение парниковых газов лесами, Россия по объемам выбросов среди всех стран занимает шестое место. На первом с огромным отрывом от всех остальных — развивающийся Китай. В 1990-м китайцы выбрасывали в атмосферу около 2,5 тыс. тонн CO₂ в год, в 2002-м — уже 4 тыс., а в конце 2010-го — больше 8 тыс.

На втором месте — США, абсолютно готовые, по крайней мере на словах, сократить свои выбросы на 80% к 2050 году без ущерба для экономики. У них уровень выбросов между 1990-м и 2010-м колебался в районе 5,5–6,5 тыс. тонн CO₂ в год и сейчас держится в районе 6 тыс. Затем идут Бразилия и Индонезия, в которой ситуация с большими выбросами углекислого газа усугубляется нещадной рубкой тропических лесов.

На пятом месте Индия, которая обогнала нас по выбросам в 2009 году. В Индии в ближайшем будущем планируется индустриальный рост, аналогичный китайскому. В 1990-м индийцы выбрасывали менее 0,5 тыс. тонн углекислого газа в год, сейчас выбрасывают уже почти 2 тыс. тонн. Таким образом, Индия — второй пример того, когда требования экологов идут вразрез с насущными нуждами экономики.

У всех перечисленных стран уровень выбросов относительно 1990 года шел вверх, в том числе у США до 2008 года, когда выбросы несколько упали, но сейчас восстанавливаются. У нас же сегодняшний уровень выбросов на 32% меньше уровня 1990 года: было 2,5 тыс. тонн углекислого газа в год, стало чуть больше 1,5 тыс. тонн. Это притом, что сегодня российский энергобаланс на 90% обеспечивается углеродным топливом.

Россия уже прошла стадию индустриализации — ту, где находятся сейчас Индия и Китай. Нам для того, чтобы наращивать промышленные обороты, совершенно не нужно использовать технологии начала середины XX века. С одной стороны, мы уже готовы перейти на энергоэффективную модель вслед за США и Европой. С другой, по мнению специалистов, у нас определенно не будет роста выбросов, даже если мы останемся на старой модели.

(Окончание на стр. 16)

«Плодородные земли превратятся в пустыни»

Футурология

О том, почему в научной среде принято считать, что глобальное потепление существует, вызвано действиями человека и несет катастрофические последствия, корреспонденту «Ъ-Экология» ИЛЬЕ АРЗУМАНОВУ рассказал АЛЕКСЕЙ ЯБЛОКОВ, член-корреспондент и советник РАН, профессор, доктор биологических наук.

— На каких научных выводах основано сегодняшнее понимание глобального потепления?

— Климатологи уверены, что с вероятностью в 90% наблюдающийся сейчас рост средней глобальной температуры обусловлен антропогенными выбросами парниковых газов, львиную долю которых составляют выбросы углекислого газа, выделяющегося при сжигании ископаемого. В доиндустриальную эпоху концентрация CO₂ в атмосфере не превышала 280 ppm (так называемых частей на миллион: это означает, что на 1 кг воздуха приходится 280 мг углекислого газа. — «Ъ»). В 2011-м она выросла на 0,72% — с 388,56 до 391,3 ppm, при этом критическим для климата уровнем ученые считают 450 ppm.

Согласно расчетам Межправительственной группы экспертов по изменению климата

(IPCC), на оценочных докладах которой основывались климатические конференции ООН последних лет, чтобы избежать катастрофического и необратимого изменения климата, необходимо к 2050 году удерживать CO₂ на уровне 450 ppm. Это означает, в частности, что человечество должно прекратить увеличивать объем сжигания ископаемого топлива и выбросов CO₂ в 2015 году.

Страна, которая опережает всех по объему выбросов парниковых газов, — Китай, однако в расчете на душу населения больше всего парниковых газов выбрасывают США. В частности, за 2010 год наиболее развитые страны мира, входящие в Организацию экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), увеличили выбросы углекислого газа на 3,4%, в то время как остальные страны — на 7,6%.

— Есть мнение, что глобальное потепление — естественный выход из малого ледникового периода, возвращение к температурам, которые были в X веке н. э. То есть если какое-то влияние человека и существует, то оно незначительно на фоне глобальных естественных причин, таких как интенсивность излучения Солнца, изменения орбиты и наклона оси Земли, извержения вулканов...

(Окончание на стр. 14)



Берегите природу вместе с нами!

Железнодорожный транспорт во всем мире признан самым экологичным. Справедливо это и для России. ОАО «РЖД» является одним из основных перевозчиков грузов и пассажиров в стране. При этом благодаря реализации принятой в компании «Экологической стратегии» доля негативного воздействия железных дорог на окружающую среду составляет менее 1%.

175 лет железным дорогам России

ЭКОЛОГИЯ

РЖД выезжают на природу

транспорт

В конце марта правительство поручило всем госкомпаниям разработать «добровольные механизмы экологической ответственности», а руководство этих компаний теперь должно регулярно отчитываться перед правительством и обществом о реализации природоохранных и экологических мероприятий. Одним из первых перед читателями «Б» отчитывается ОАО «Российские железные дороги».

От дизеля к электричеству

Железнодорожный транспорт является одним из самых экологичных видов транспорта по сравнению с другими видами сообщений. При одинаковом расходе энергетических ресурсов железными дорогами выполняется значительно больший объем перевозочной работы. Энергоэффективность железнодорожного транспорта в два раза выше автомобильного. Применительно к грузовым перевозкам коэффициент эмиссии парниковых газов на воздушном транспорте сегодня составляет 656 г/ткм, на автомобильном — 72 г/ткм, тогда как поезд на тепловозной тяге выбрасывает в атмосферу всего 35 г/ткм, а на электрической и вовсе 18 г/ткм. Тем не менее недооценивать влияние железнодорожного транспорта на окружающую среду нельзя. Поэтому еще в 2009 году ОАО «Российские железные дороги» (ОАО РЖД) разработало и утвердило «Экологическую стратегию на период до 2015 года и на перспективу до 2030 года». Документ предусматривает снижение негативного воздействия на окружающую среду на 35% к 2015 году и на 70% к 2030 году. По словам старшего вице-президента ОАО РЖД Валентина Гапановича, в период с 2008 по 2010 год независимой организацией был проведен экологический аудит 433 линейных предприятий филиалов ОАО РЖД, в 2011 году 70 структурных подразделений 11 филиалов, обеспечивающих скоростной ход Москва — Санкт-Петербург, прошли добровольную сертификацию на соответствие требованиям ГОСТ Р ИСО 14001. Всего же природопользователями являются более 2,6 тыс. линейных предприятий филиалов ОАО РЖД.

«С момента создания компании за период с 2003 по 2011 год на охрану окружающей среды только по инвестиционному проекту «Обеспечение экологической безопасности» израсходовано инвестиций более 3,9 млрд руб., кроме того, в компании реализуется инвестиционный проект «Внедрение ресурсосберегающих технологий на железнодорожном транспорте» и проводится техническое перевооружение ОАО РЖД, в рамках которых на экологические мероприятия выделяется ежегодно более 1 млрд рублей», — рассказывает Валентин Гапанович.

На всех железных дорогах созданы центры охраны окружающей среды, включающие производственные экологические лаборатории, на которые возложены функции обеспечения экологической безопасности. Производственный экологический контроль осуществляют 56 аккредитованных экологических лабораторий, а также 10 вагонов-лабораторий и 55 лабораторий на автомобильном ходу. Филиал РЖД Научно-производственный центр по охране окружающей среды отрабатывает технологии по утилизации отходов, осуществляет повышение квалификации специалистов компании в области охраны окружающей среды, разрабатывает нормативную экологическую документацию. Кроме того, в компании завершается внедрение автоматизированной системы управления природоохранной деятельностью АСУ «Экология», с помощью которой будет осуществляться реализация экологической стратегии. Система должна заработать в 2012 году», — отмечает старший вице-президент.



По словам старшего вице-президента РЖД Валентина Гапановича, только на внедрение ресурсосберегающих технологий компания ежегодно тратит 1 млрд рублей

В России экологичность железнодорожного транспорта обеспечивается широким применением электрической тяги, которая исключает загрязнение атмосферного воздуха и прилегающих территорий. По протяженности электрифицированных линий российский железные дороги занимают первое место в мире: сегодня это 44,5 тыс. км, тогда как в Китае 24 тыс. км, в Германии 21,1 тыс. км. За последние годы ОАО РЖД электрифицировало более 1 тыс. км пути. При этом ОАО РЖД перевозит более 85% грузов и 80% пассажиров именно электрической тягой.

В соответствии с принятой концепцией в ОАО РЖД проводятся работы по использованию в качестве моторного топлива природного газа, который повышает экологичность перевозок. В опытной эксплуатации в 2011 году передан магистральный газопровод ГТ-1, работающий на сжиженном природном газе, у которого вредные выбросы более чем в пять раз ниже нормативных требований директивы ЕС 2012 года к дизельным двигателям. Также в опытной эксплуатации находятся два модернизированных маневровых тепловоза на базе се-

рийного тепловоза ЧМЭЗ, на которых проведены комплексные мероприятия по увеличению замещения дизельного топлива природным газом. Максимальное замещение дизельного топлива природным газом составляет 60%, снижение токсичности выхлопных газов при работе на газодизельном режиме достигает не менее полутора раз. На Ярославском электровозоремонтном заводе изготовлено шесть двухдизельных маневровых тепловозов на базе тепловоза ЧМЭЗ. По сравнению с серийными тепловозами эти локомотивы обеспечивают экономию топлива до 24%, что, в свою очередь, снижает выбросы в атмосферу вредных веществ на 24%. На Людиноском тепловозостроительном заводе построен маневрово-вывозной тепловоз ЕМ9Н. Принцип работы которого основан на комбинировании активных источников энергии. В штатном режиме тяговые двигатели получают энергию от накопителя. При снижении заряда накопителя подзарядка производится от дизель-генераторной установки. Экономия дизельного топлива составляет до 30%. Выбросы в окружающую среду уменьшаются на 55%.

От угля до воды

Экологическая стратегия предполагает также существенное снижение выбросов в атмосферу от угольных котельных РЖД,

которые компания переводит на другое топливо — газ. «Котельные, расположенные в европейской части, в основном используют газ и топочный мазут, а за Уралом и в Дальневосточном регионе по большей части котельные работают на угле», — рассказывает Валентин Гапанович. — Сейчас мы начали использовать более экологичные способы сжигания угля, так называемую технологию кипящего слоя, которая позволяет снизить выбросы вредных веществ в атмосферу и уменьшить объемы образования шлака.

В рамках реализации экологической стратегии ОАО РЖД проводит также мероприятия по экономии и охране водных ресурсов, которые используются для производственных нужд. По данным господина Гапановича, потребление воды филиалами компании за пять лет сократилось более чем на 50% — со 162,7 млн куб. м до 85,8 млн куб. м. Снижение потребления воды достигается за счет водосберегающих технологий, систем оборотного водоснабжения, нормирования и приборного учета водопотребления, массового внедрения модульных компрессорных станций на воздушном охлаждении, исключающих использование воды. В 2011 году на железные дороги поставлено 51 такая модульная компрессорная.

Снижение сброса загрязненных сточных вод обеспечивается за счет строительства и реконструкции очистных сооружений, внедрения в технологических процессах безводных и водосберегающих технологий. Актуальным является не только повышение эффективности работы очистных сооружений за счет инновационных технологий, но и высокая степень их автоматизации, не требующая постоянного присутствия обслуживающего персонала. Так, например, на очистных сооружениях станции Санкт-Петербург-Витебский Октябрьской железной дороги внедрен автоматизированный процесс очистки стоков, обеспечивающий повышение надежности работы очистных сооружений за счет централизации контроля и улучшения оперативного управления. В рамках реализации «Экологической стратегии» компании сбросы загрязненных сточных вод снизились на 21%.

По словам Валентина Гапановича, в компании уделяется большое внимание использованию и обезвреживанию отходов

производства. За 2008–2011 годы образование отходов сократилось на 34% по сравнению с 2007 годом. «В 2011 году у нас образовалось 1,83 млн тонн отходов производства и потребления 600 наименований. На собственных площадках мы использовали и обезвредили 695,3 тыс. тонн, а остальные отходы переданы для утилизации сторонним организациям», — отмечает старший вице-президент ОАО РЖД. На установке Научно-производственного центра по охране окружающей среды в Ярославле утилизируются биологические, медицинские и нефтесодержащие отходы, на станции Тагул Восточно-Сибирской железной дороги функционирует установка по утилизации отработанных деревянных шпал и нефтесодержащих отходов. «Образующиеся при работе установки тепло используются для отопления производственных помещений», — подчеркивает господин Гапанович. Отработанные железобетонные шпалы утилизируются на станциях типа КУШ-40 в пяти путевых машинных станциях на Московской, Октябрьской, Свердловской, Южно-Уральской железных дорогах.

Модернизация подвижного состава и инфраструктуры обеспечивают снижение техногенного воздействия на окружающую среду. При капитальном ремонте тепловозов осуществляется замена устаревших двигателей на современные, более экологичные отечественного производства, которые повышают топливную экономичность тепловозов на 15%, а экологические показатели улучшают на 30%. Ежегодно производится замена 150–200 старых дизелей на новые. Каждый год капитально ремонтируется до 5 тыс. км путей, при этом старые деревянные шпалы заменяются на экологически чистые железобетонные.

В сфере пассажирских перевозок экологическая стратегия также имеет свои приоритеты. Так, ОАО «Федеральная пассажирская компания» (дочернее предприятие ОАО РЖД по перевозкам пассажиров) проводит работы по оснащению подвижного состава туалетами закрытого типа с баками-сборниками, которые исключают бактериальное загрязнение железнодорожного полотна и прилегающих территорий фекальной микрофлорой. Сейчас при перевозке пассажиров используется около 7 тыс. пассажирских вагонов с такими туалетами.

Сергей Нецаев

«Завод дает жизнь городу»

металлургия

До недавнего времени Карабаш был самым загрязненным промышленными отходами российским городом. В советское время работа основного производства — единственного крупного предприятия города — была прекращена именно из-за загрязнения окружающей среды. Сейчас работа предприятия возобновлена, а управляющая компания, вложившая в модернизацию производства 7,9 млрд руб., планирует вложить в ближайшие пять лет 8 млрд руб. в модернизацию производства, чтобы сделать его менее опасным для жителей 13-тысячного города. Об этом корреспонденту «Б-Экология» АННЕ ГРОЕВОЙ рассказал генеральный директор предприятия «Карабашмедь» АЛЕКСАНДР ГОЛОВ.

— В 1990 году работа основного производства была прекращена, но в 1998-м после модернизации оборудования предприятие «Карабашмедь» вновь начало плавить металл. Через несколько лет после повторного запуска, в 2004 году, на заводе произошла авария, из-за которой на город пролились кислотные дожди. А жители города написали коллективную жалобу президенту страны. Не опасаетесь, что из-за подобных аварий предприятие вновь может быть закрыто регулирующими органами? — В 1998 году решением губернатора Челябинской области Петра Сумина предприятие возобновило работу на старых печах. Но в то же время руководство предприятия было принято решение о модернизации производства. Когда Русская медная компания (РМК) получила «Карабашмедь» в управление (это как раз произошло в 2004 году), мы стали вкладывать в модернизацию производственных мощностей. Мы применили самые современные технологии, которые в итоге позволили в несколько раз снизить нагрузку на окружающую среду. С 2004 года в природоохранные мероприятия вложили 3,7 млрд руб. В 2012 году в модернизацию производства и поддержание действующих мощностей пла-



нируется вложить 2,6 млрд руб., в 2012–2016 годах будет вложено свыше 7,8 млрд руб. — Деньги внушительные, но какие именно технологии удалось внедрить, освоив такие инвестиции? — В 2006–2007 годах последовательно были остановлены все шахтные печи, действующие более 100 лет! Таким образом, было исключено самое устаревшее с точки зрения соответствия экологическим требованиям оборудование, что позволило сократить вредные выбросы предприятия. Мы ввели в строй кислородную станцию адсорбционного типа, которая позволила при минимальных вложениях запустить автогенную плавку «Аусмелт» (Ausmelt Ltd, Австралия). Аналогов этой технологии, надо сказать, в России не существует. Технология автогенной плавки на металлургической печи с погружной фурмой (приспособление для вдувания в печь газа. — «Б») Ausmelt отличается высокой эффективностью и показателями извлечения меди из сырья. Разработанный автогенный процесс позволяет перерабатывать металлургическое сырье с большими колебаниями

содержания меди и серы в нем без вовлечения дополнительных источников тепла, таких как уголь. Конструкция печи позволяет достичь высокой производительности по удельному проплаву шихты (количество расплавленной за сутки шихты в пересчете на квадратный метр сечения печи) при минимальных габаритах металлургического агрегата. Использование погружной фурмы повысило эффективность химико-металлургических процессов при одновременном увеличении межремонтного периода работы агрегата.

— Помимо отходов, возникающих при сегодняшней деятельности предприятия, надо что-то делать с тем шлаком, который накопился в городе за почти сто лет работы предприятия. Вы как эту проблему решаете? — Ситуация с отходами производства в городе действительно довольно непростая. Вокруг нашего предприятия сейчас действительно находится огромное количество отходов медного производства, которые начали расти с момента появления предприятия, то

есть с 1907 года. Но к современному предприятию «Карабашмедь», которым я руковожу, формального отношения эти отвалы не имеют, хотя об этом мало кто знает. Отвалы образовывались более 100 лет, и до сих пор в наследство от прежних хозяев. В советское время предприятие работало, вообще не утилизируя отходы собственного производства. Утилизация техногенных отходов, огромной свалки производственного шлака, как вы это называете, не является ответственностью ЗАО «Карабашмедь». Единственное, чем мы можем помочь, — не создавать новых отвалов в результате деятельности предприятия, и нам это удается. Сегодня у «Карабашмедь» нет техногенных отходов. Переработка шлаков текущего производства завода по флотационный песок — это практически безотходное производство. Пески флотации мы вывозим на рекультивацию на полигонах и реализуем строителям.

— Вы вкладываете в модернизацию производства десятки миллиардов рублей, стараясь сделать производство более безопасным. Не думаете ли переселить 13 тыс. жителей города Карабаш? — Завод дает жизнь городу. Это налоги и социальный блок. С модернизацией «Карабашмедь» связано увеличение числа рабочих мест. Так, с 2010 по 2015 год количество работников будет увеличено на 26%. Основной целью модернизации является увеличение выпуска черновой меди до 120 тыс. тонн в год. При этом улучшится экология города. Мы уже внедряем так называемый принцип нулевого выброса. Скажем, с 2007 года завод не сливает жидкие отходы производства в пруд, который находится рядом с предприятием. Туда, к слову, в этот пруд сливались отходы с первого дня работы завода, попадая из него в реки Серебрянку и Миасс.

А моя персональная мечта — посадить тысячи две деревьев на участке федеральной трассы, который проходит через санитарно-защитную территорию предприятия и в народе называется Первомайка. Мы обязательно сделаем это в 2014–2015 годах, после ввода в строй нового сернокислотного цеха.

«Плодородные земли превратятся в пустыни»

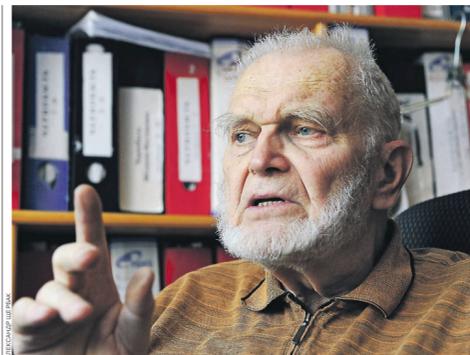
футурология

(Окончание. Начало на стр. 13)

— На первый взгляд циклические изменения климата — одно из самых сильных возражений против представлений о современном антропогенном потеплении. Но по всем реконструкциям температур видно, что более холодные десятилетия сменялись десятилетиями более теплыми. Понижение температуры в 1310-х — повышение с 1370-х годов. Повышение с 1440-х — понижением с 1490-х. Теплый почти весь XVI век — резким понижением начиная с 1560 года. Снова повышение, затем резкое понижение в 1660-х — повышение в 1660-х — повышение в 1700-х. Современное же повышение происходит стабильно, без десятилетних колебаний.

— Если речь идет о глобальном потеплении, почему в каких-то местах становится не теплее, а холоднее обычного? Например, зимой 2010 года в Западной Сибири побит рекорд холодной погоды за всю историю наблюдений. — Глобальный климат — огромная подвижная система. Экстремально холодные сезоны в каком-то месте компенсируются изменением температур в другие сезоны и в других местах. Экстремальная зима в Сибири в 2010 году не означает, что среднегодовая температура 2010 года была экстремально низкой для всей России и тем более для всего земного шара.

— В чем заключаются опасности, связанные с глобальным потеплением, и в чем его положительные стороны? Как вообще выглядит прогноз — что будет происходить в зависимости от предположений тех или иных температурных отметок? — Если говорить обо всем спектре прогнозов — последний очень много. По экономическим расчетам, глобальное потепление в 2020 году приведет к потере около 3–4% мирового ВВП, а к 2040 году — около 10% мирового ВВП. Для живой природы повышение на два градуса будет означать вымирание многих



тысяч видов: они просто не успевают приспособиться к таким быстрым темпам изменений. Еще из самого очевидного: подъем уровня мирового океана (к концу века прогнозируется до 1,5 м) приведет к необходимости переселения сотен миллионов человек. — Так ли важно ограничить потепление именно двумя градусами? На один градус больше — это же несущественно. — Это совсем немало: сдвиг на один градус — изменение границ зоны обитания многих видов на сотни километров по широте и на десятки метров — по вертикали. Увеличение температуры мирового океана на один градус приведет к увеличению объема воды и подъему его уровня на 40–60 см. Кроме того, ведь речь идет о средней температуре поверхности Земли. В России в целом потеплеет на 4–6°C, а в Арктике температура может повыситься и на 10°C. Ограничение двумя градусами связано с тем, что по большинству моделей после

ЛИЧНОЕ ДЕЛО

Алексей Яблоков, во времена перестройки — зампред комитета по экологии Верховного совета СССР, а также основатель и председатель «Гринпис-СССР». С 1991 по 1993 год — советник президента РФ по экологии и здравоохранению, председатель совета по экологической политике при президенте РФ. С 1993 по 2005 год — основатель и президент Центра экологической политики России, с 1997 по 1999 год — зампред президиума Высшего экологического совета при комитете по экологии Государственной думы РФ. В 2002–2003 годах — зампред Общественного экологического совета при министре природных ресурсов РФ. В настоящий момент зампред совета РАН по проблемам экологии и чрезвычайным ситуациям, член научно-экспертного совета при председателе Совета федерации Федерального собрания России, председатель партии «Союз зеленых России» («Зеленая Россия»), а также член политического комитета партии «Яблоко».

мерзлоты приведет к разрушению дорог и трубопроводов. — Распространено убеждение, что снижение выбросов некоторыми странами вредит их экономике. Стоит ли обречь жителей России на лишения ради чуть лучшего климата?

— В России речь идет об ускоренном внедрении новых технологий, в результате чего выбросы могут сократиться. У нас в любом случае давно назрела необходимость замены старых изношенных и неэффективных энергоустановок. Энергоемкость российской продукции в три раза выше, чем в США, и в пять раз выше, чем в Японии. Мы тратим вдвое больше тепла на единицу жилой площади, чем это можно при улучшении теплоизоляции зданий и теплотрасс и электричества — при переходе на современные электроприборы. В Энергетической стратегии РФ на период до 2030 года это утешно, но экономика и уровень жизни людей в этом документе растут уже очень оптимистично. Например, жилая площадь на человека за 2005–2030 годы должна увеличиться в два раза и технологически за этим «не успевают».

— Если даже глобальное потепление и произойдет, то для России это даст положительный эффект: вегетационный период станет длиннее, можно будет выращивать теплолюбивые сорта различных культур, да и вообще забыть о зимней одежде. — Где-то будет так. Но в других местах плодородные земли превратятся в пустыни — скажем, в Краснодарском и Ставропольском краях, наших житницах. А отступление вечной

— Да, это две крупнейшие страны по выбросам парниковых газов: энергетика и промышленность Китая и США выбрасывают 8 млрд и 6 млрд тонн CO2 соответственно. Но в сумме это лишь 28% всех выбросов. Так что снижать выбросы в мире надо всем, не только Китаю, США и России — все страны в одной лодке.

Интервью взял Илья Аруманов

ЭКОЛОГИЯ

Органическая экономика

агропром

Во всем мире растет потребление экопродуктов. Энтузиазм отечественных фермеров сдерживают отсутствие законодательной базы, системы сертификации, а также низкий уровень культуры россиян в вопросах экологии и здоровья.

Продукты с репутацией

Развитие органического земледелия в странах Евросоюза было обусловлено экономическими и политическими факторами. С 1940-х годов в мире начали стремительно развиваться технологии интенсификации сельского хозяйства, то есть, по сути, шло превращение его в промышленное производство. Чтобы увеличить производительность, активно применялись химические удобрения, антибиотики, гормоны роста и т. д. Все это происходило на фоне многомиллионных дотаций сельхозпроизводителям, что привело к перепроизводству сельхозпродукции в странах ЕС. Однако в дело вмешалась ВТО, которая начала способствовать развитию фермерства и конкуренции частного с крупными агропромышленными комплексами.

В 1972 году была создана Международная федерация движений за органическое сельское хозяйство (IFOAM), поставившая своей целью распространение информации и внедрение органического сельского хозяйства во всех странах мира. Уже в 1990-е годы зеленая философия приобрела мировой масштаб, охрана окружающей среды и забота о здоровье своих граждан стали приоритетными направлениями госполитики многих стран. Возникла отрасль экономики, ориентированная на экологически чистые товары и экологические услуги. До 70% населения экономически развитых стран готовы платить за качество и экологическую безопасность.

Первыми в списке приоритетных товаров потребления у поклонников всего органического значатся экопродукты, при производстве которых были соблюдены все экологические стандарты. Экопродукты не должны содержать искусственных красителей, консервантов и усилителей вкуса, пищевых добавок, нитратов и пестицидов, генно модифицированных компонентов и гормонов роста, они должны быть упакованы в нетоксичную упаковку. К экопродуктам относятся не только овощи, фрукты и злаки, выращенные без применения химикатов, но также мясо и молоко, произведенные при условии, что животных не кормили антибиотиками и гормонами. Сегодня в мире существуют три основные системы стандартов органической продукции — EU Regulation, Codex Alimentarius Guidelines for Organically Produced Food, IFOAM Basic Standards, на основе которых выдается сертификат, присваивающий тем или иным продуктам статус органических.

Как вы трактор называете

Россия пока отстает от стран ЕС по объемам производства и продаж экопродуктов. По данным IFOAM, объем российского рынка экопродуктов составляет \$60–80 млн, то есть примерно 0,1% от всех продуктов питания. «В основном это импорт, а главным поставщиком является Германия», — говорит Александр Коновалов, основатель объединения «Экокластер», владелец экофермы «Коновалово». «В нашем случае не спрос рождает предложение, а отсутствие предложения. Много видели магазинов с органикой? — рассуждает Андрей Казюнич, владелец и генеральный директор компании «Тульская нива», —



Сельскохозяйственные продукты могут быть или доступными, или «органическими» — компромисса пока нет. ФОТО ДМИТРИЯ АЗАРОВА

Специализированных в Москве — один. При этом производство рентабельно, потребитель готов. Причина в том, что кто-то должен стать локомотивом предложения».

Однако потенциальные локомотивы — производители и ритейлеры — не демонстрируют энтузиазма. Ведущий менеджер по развитию частной марки сети супермаркетов «Азбука вкуса» Юрий Зубов говорит, что «российской экопродукции, официально сертифицированной аккредитованными компаниями, пока настолько мало, что какие-либо оценки давать преждевременно».

По словам производителей, дефицит в России не существует ни органического сельского хозяйства, ни органических продуктов, поэтому их «не видит» ни министерства, ни ведомства. Нет даже единой терминологии. Сейчас работают только СанПиНы и множество систем добровольной сертификации экологически безопасных продуктов, но требования и критерии у них абсолютно разные.

Получается, что отрасль регулируется только самими участниками рынка. Например, объединение «Экокластер» занимается лоббированием интересов, решением общих задач, среди которых есть и создание единой системы сертификации. Но большинство экоферм пока не видят никакого смысла в добровольной сертификации продукции, так как нет ни одной адекватной, авторитетной и узнаваемой системы, а главное — отсутствие их на государственном уровне.

Дорогое «био»

Цены на российский биопродукцию, как правило, выше, чем на аналогичные товары, не являющиеся «экологичны-

ми». Это, как уверяют фермеры, общемировая практика. В органическом сельском хозяйстве, в отличие от промышленного, урожайность и производительность в два-три раза ниже за счет того, что не используются технологии интенсификации и увеличения производства. При хранении и переработке органических продуктов не добавляются усилители вкуса, консерванты, эмульгаторы, стабилизаторы. Все это снижает сроки хранения и усложняет логистику. Кроме того, в экологическом сельском хозяйстве вся цепочка используемых технологий, весь жизненный цикл от поля до прилавка должен быть сертифицирован. «В такой ситуации экопроизводителям ничего не остается, как повышать цены на продукты», — говорит Александр Коновалов. Кроме того, для реализации экопродукции требуется своя собственная система сбыта, отличающаяся от сложившейся системы продаж с длинной цепочкой посредников. Срок хранения большинства натуральных экопродуктов не превышает 36–48 часов. Процесс производства и переработки экопродуктов долгий, сложный, требующий больше ручного труда. На выходе такое количество дороже обычных. Но если в Европе в среднем наценка на экопродукты составляет 10–30%, то в России — 50–100%.

В ЕС основными каналами сбыта экопродукции являются розничные сети. На втором месте по объему продаж — специализированные магазины, на третьем — поставка от производителей напрямую покупателям. В России экопродукты только начали приживаться в супермаркетах. Максимум, что могут позволить себе сети, — стелд или выкладка с пометкой «органик» или «био» на полках с обычной продукцией. Гораздо увереннее чувствуют себя небольшие компании, поставляющие продукты от мелких

фермеров непосредственно заказчику или в свой маленький магазин. Так, например, кооператив Lavkalavka, начинавший с развоза экопродуктов разных фермерских хозяйств и экопроизводителей по адресам покупателей, теперь снабжает магазины и рестораны. Экоферма «Горчицкая поляна» владелица магазинов женской одежды WoolStreet Александра Бродовского продвигает экотуризм, свое хозяйство, сбыт продукции через интернет. Пожалуй, самым крупным производителем сертифицированных по стандартам ЕС экопродуктов можно назвать корпорацию «Органик» бизнесмена Николая Цветкова. Продукция пока сбывается в собственной сети из двух торговых точек «Био-Маркетов». Таких примеров немало, но это лишь отдельные проекты, больше похожие на клуб единомышленников, чем на отрасль. Как уверяют злопыхатели, органик-продукты — забава для креативного класса, жаждущего вести квазиевропейский образ жизни. Сами производители экотоваров продают свою продукцию в узком сегменте, а для большинства покупателей очень важны готовые комплексные решения, подтвержденные качеством и узнаваемым брендом. А всего этого у большинства отечественных экопродуктов пока не наблюдается.

Одной из основных причин отставания в развитии органического сельского хозяйства эксперты и участники рынка называют низкий уровень культуры населения и отсутствие пропаганды здорового питания. Это приводит к полному непонятию в глазах потенциальных потребителей. «У нас нет законов, стандартов, системы контроля качества, нет даже единой общепринятой терминологии в органическом сельском хозяйстве. Это позволяет недобросовестным производителям писать на этикетках «био», «органик», «экологически безопасный» и т. д. без всякого на то основания», — говорит господин Коновалов. — Это вводит потребителей в заблуждение. Проблема слабого просвещения людей в вопросах здорового питания на государственном уровне очень серьезна.

«Безусловно, недостаточная информированность потребителя тоже сказывается», — соглашается господин Зубов. — Плюс осторожность, сформированная маркетинговыми ходами многих производителей, маркирующих свою продукцию многочисленными «био-» и «эко-» этикетками. С другой стороны, такая активность производителей и есть некий показатель потребительского тренда. Здесь скорее сказывается невозможность в настоящее время сформировать достаточно широкое ассортиментное предложение по спектру биопродукции. Согласитесь, есть органическую курицу с гарниром из ГМО-картошки и зеленого горошка — это компромиссное решение».

Ольга Николаева

Дело — дрова

энергетика

Пеллеты — спрессованные в гранулы отходы деревообработки — недавно появившийся вид топлива. Их производство освоили несколько российских предприятий. На сегодня пеллеты — единственный вид принципиально нового возобновляемого топлива, экспортируемого из России. Правда, на внутреннем рынке высокого спроса на него пока нет.

Пеллеты стали самым распространенным в Европе видом биотоплива. Его используют для обогрева жилья и общественных помещений. «В нашей стране уже сейчас 80% теплоснабжения базируется на возобновляемых энергоресурсах», — рассказал «Б-Экологии» Матти Лехтипуу из финской Poyry Management Consulting.

В России же доля биотоплива в малой энергетике, по данным Минэнерго РФ, составляет всего 0,3%. Поставщики систем обогрева индивидуального жилья признают, что покупатели консервативны и, выбирая твердотопливные котлы, отдадут предпочтение моделям, использующим дрова или уголь.

Любопытная деталь: в России больше всего пеллет продается в магазинах зоотоваров: из древесных гранул делают наполнители туалетов для животных.

«На пеллетах в России работают преимущественно частные котельные и небольшое число коммунальных служб в лесных регионах», — говорит начальник отдела модернизации и технологического развития ТЭКа, департамента энергоэффективности, модернизации и развития ТЭК Минэнерго Николай Свиридов.

Вместе с тем это топливо очень перспективно: при сжигании гранул количество выделяемого углекислого газа не превышает объемов выбросов, которые образовались бы в результате естественного разложения древесины. Кроме того, энергоэффективность 1 кг пеллет соответствует 0,5 л жидкого дизельного топлива. Тонна древесных гранул выделяет при сжигании 5 тыс. кВт тепловой энергии.



Древесные пеллеты, пожалуй, единственное альтернативное топливо, которое производится в России и успешно экспортируется. ФОТО НИКИТЫ ИВАНЧЕНЬЕВА

К 2025 году ЕС планирует увеличить долю биотоплива в своем энергобалансе почти в три раза, до 15%. Экономисты считают, что европейский тренд затронет и Россию.

Патрик Виллемс, руководитель программы ИС по возобновляемым источникам энергии в России, говорит, что «объем выпускаемых в стране пеллет достаточно для удовлетворения почти 15% общего потребления».

Дмитрий Логинов, специалист Европейского банка реконструкции и развития, считает, что в среднесрочной перспективе производство пеллет в России может вырасти с нынешних 2 млн тонн в год до 3 млн тонн.

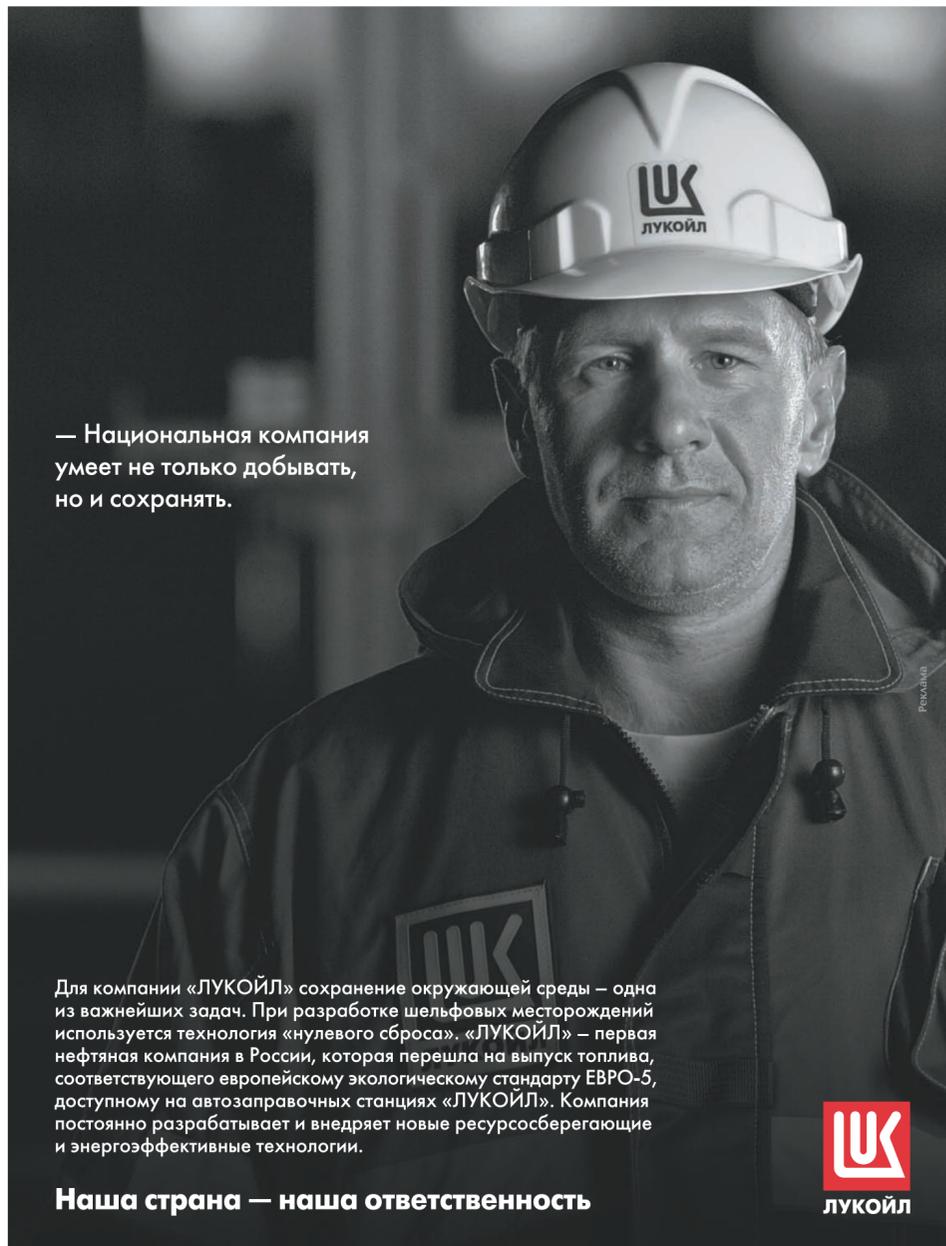
Как рассказал глава Рослесхоза Валерий Рошупкин, пеллетное топливо мало распространено на внутреннем рынке, зато пользуется большим спросом в других странах с суровыми зимами. «Российский бизнес обратил внимание на возможность строительства новых заводов по производству пеллет», — говорит господин Рошупкин. — У нас проекты в Архангельской, Калужской, Тверской и Ленинградской областях, в Красноярском крае и Карелии. Стоимость строительства завода колеблется от \$2 млн до \$10 млн. При поставках на экспорт он окупается в течение двух лет».

Дмитрий Логинов из Европейского банка реконструкции и развития уверяет: потенциал внутреннего рынка отстает по потенциалу от экспортных рынков. «Как следствие, почти все пеллетные проекты ориентированы на экспорт, особенно с учетом того, что потребление пеллет в Западной Европе субсидируется государством. Если смотреть на доходность данного бизнеса, то пеллетное производство как таковое является в России низко-маржинальным бизнесом», — констатирует господин Логинов.

Тем не менее в стране открываются все новые производства пеллет, ориентированные на экспорт продукции.

В 2008 году холдинг «Русский лесной альянс» создал дочернее предприятие «Биогран» и наладил производство пеллет под Петрозаводском, закупив подержанное финское оборудование. В первый год работы объем производства не превысил 20 тонн пеллет, но к концу 2011 года он был увеличен почти в десять раз. При отпускной цене 5,5 тыс. рублей за тонну продукции в прошлом году предприятие получило прибыль в 1 млн рублей. Первоначальные вложения пока не окупились, но число потребителей продукции «Биограна», по словам коммерческого директора холдинга Дмитрия Кустова, непрерывно растет, хотя 75% продукции по-прежнему экспортируется.

Анна Героева



— Национальная компания умеет не только добывать, но и сохранять.

Для компании «ЛУКОЙЛ» сохранение окружающей среды — одна из важнейших задач. При разработке шельфовых месторождений используется технология «нулевого сброса». «ЛУКОЙЛ» — первая нефтяная компания в России, которая перешла на выпуск топлива, соответствующего европейскому экологическому стандарту Евро-5, доступному на автозаправочных станциях «ЛУКОЙЛ». Компания постоянно разрабатывает и внедряет новые ресурсосберегающие и энергоэффективные технологии.

Наша страна — наша ответственность



прямая речь

Вы как природу бережете?

Геннадий Шмаль, президент Союза нефтегазопромышленников России:

— Без специальных программ и мероприятий по экологии нефтегазовый сек-

тор нигде в мире существовать не сможет. В России нефтегазовые компании сейчас заняты снижением сжигания газа при добыче. Это наносит большой ущерб экологии. С 1 января вступило в силу постановление правительства, обязывающее нас сжигать не более 5% от добываемого газа. Все компании разрабатывали мероприятия, позволяющие постепенно дойти до этой цифры. Также мы постепенно решаем вопросы, связанные с переработкой отходов. Не секрет, что за годы работ нефтеперерабатывающей промышленности накопилось огромное количество отходов. Разом мы переработать их не сможем. Поэтому все крупные нефтяные компании разра-

ботали свои программы, тратят огромные средства для решения этого вопроса. Полностью проблемы экологии мы еще не решили, но мы на верном пути.

Юрий Кобаладзе, член совета по внешней и оборонной политике, советник председателя правления X5 Retail Group:

— Лично я когда иду выбрасывать мусор, то по дороге собираю бутылки и прочий мусор, раскиданный соседями. Не считаю для себя зазорным убраться за кем-то. Вообще, меня ничего так не раздражает, как жирные морды, выкидывающие из машин окурки или шкурки от бананов. Иногда я подезжаю к их машине, на-

чинаю гудеть, крутить пальцем у виска. Но понимаю: эти люди подчас даже не осознают, что они не так сделали, в чем причина моего раздражения. Но я уверен: пока мы не научимся не гадить там, где живем, у нас не будет ни чистоты, ни экологии, ни уюта. И я ратую за то, чтобы в нашей стране ввели такие же огромные штрафы за брошенный окурок, как в Сингапуре. Там власти, введя астрономические суммы штрафов, быстро отучили свой народ гадить. А у нас даже убирать за своими питомцами никак не научат. Весной в парках и на улице идешь как по общественному туалету. И толку от того, что ставят урны с пакетиками и совочками — все равно не убирают!

ЭКОЛОГИЯ

Побочный маркетинговый продукт

Строительство

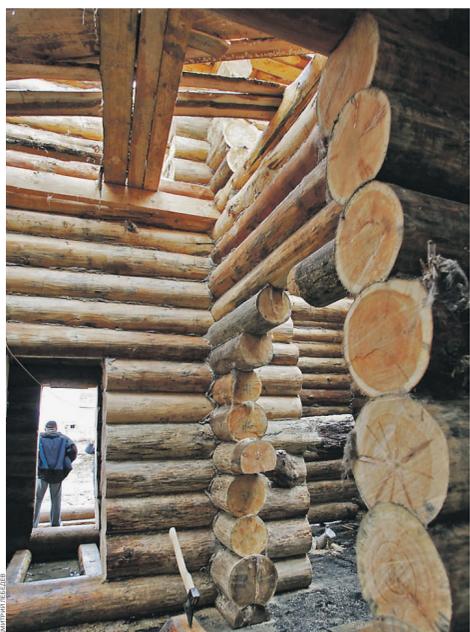
Экологически безопасное производство продукции — эффективный маркетинговый инструмент, повышающий продажи на рынках европейских стран и США. В России зеленое происхождение товара пока еще не является фактором, определяющим спрос на него. Хотя представители некоторых предприятий уверяют, что «экологический маркетинг» ощутимо повышает спрос на товар.

По зеленому счету

В 2009 году автомобильный концерн Volkswagen реализовал в Европе проект The Fun Theory. В рамках проекта лестничные ступеньки нескольких станций метро были раскрашены как фортепианные клавиши, издающие звук, когда на них наступает пассажир. Таким образом, пассажиры получали мотивацию подниматься пешком, а не на эскалаторе, что по замыслу авторов проекта должно было уменьшить расход электроэнергии метрополитеном. Данных о реальном энергосберегающем эффекте от акции нет, но VW как инициатор экологического проекта был представлен в большинстве европейских СМИ. Эта акция инициировала целое движение экологических проектов частных фирм в Германии и других крупных европейских городах.

В России тему экологической ответственности бизнеса пока не начали массово использовать в маркетинговых целях, говорят сотрудники рекламных агентств. Директор по стратегическому планированию коммуникационной группы BBDO Moscow Фрэнк Виншон отмечает, что чаще всего инициатива «корпоративно-социальной» рекламной кампании, реализуемой в России, исходит от головного, западного офиса корпорации. По словам господина Виншона, крупные российские компании пока не делают ставки на экологические акции как на ключевой маркетинговый инструмент.

В то же время небольшие отечественные компании активно используют экологические свойства продукта для его продвижения на рынке. Например, строители давно поняли, что таким образом можно поднять продажи на несколько десятков процентов. По словам главы ассоциации производителей качественного жилья «Гринстрой» Игоря Березуцкого, «некоторые строительные компании позиционируют свой продукт как экологически безопасный и результаты не заставляют себя ждать». Например, компа-



Строители говорят, что в последние годы все больше покупателей интересуются экологической безопасностью строительных материалов

ния «Арсенал СТ», которая производит оцинкованные каркасы домов, недавно стала использовать в коммуникационной кампании информацию об экологичности их товара, что, по словам заместителя генерального директора компании Вадима Арсенина, подняло продажи почти на 20%. Клиентам компании теперь объясняют, что цинк, который применяют при производстве, вовсе не опасен для здоровья, хотя такое мнение широко распространено.

Алина Фомичева, директор по маркетингу компании «Совби», производителя пенобетона, поддерживает своего коллегу: этой компании акцент на экологичность ее продукции принес десятипроцентный рост продаж. «Пенобетон, в отличие от

пенополистирольных плит, в отличие от строительной ваты, не выделяет вредных веществ, не выветривается с годами», — говорит госпожа Фомичева. — Мы выпускаем пенобетон более десяти лет. Однако раньше покупатели не очень прислушивались к информации о том, чем этот бетон хорош. Сейчас же количество граждан, которые хотят сберечь здоровье, неуклонно растет, и нам с потребителями стало общаться легче».

Разъяснительная работа

Однако далеко не все производители знают, как именно надо доносить информацию до потребителей, особенно до тех, которые к производственному процессу отношения не имеют. Владимир Фриштер, генеральный директор предприятия по выпуску строительной эковаты «Экватор», говорит, что производителю, желающему продать

свой товар как экологически чистый, просто обязан досконально изучить вопрос о свойствах продаваемого и производимого им продукта, чтобы объяснять потребителям сложные вещи простыми словами. Сам господин Фриштер является профессиональным строителем, имеет ученую степень и поэтому легко находит общий язык с покупателями. «Я всегда стараюсь давать моим покупателям максимум информации о продукте, но при этом не грузю их терминами. Мой продукт создан на основе газетной бумаги, которая, в свою очередь, создана из дерева, а дерево — это натуральное волокно, так что мой продукт натуральный. Натуральный продукт лучше удерживает тепло в доме и в принципе эффективнее для человека. Я именно так и говорю гражданам, не вдаваясь в технические подробности, которые могли бы отпугнуть моих клиентов», — говорит господин Фриштер.

Проведение экологических акций и использование их в качестве пиар-инструмента позитивно влияет на имидж компании, считает Олеся Щербакова, владелица небольшого магазина в Протвино (Московская область). Не так давно их компания инициировала и провела акцию «Посади дерево». Люди, как живущие по соседству, так и проходящие, приняли в ней активное участие, рассказывает госпожа Щербакова. «Мы объявили об акции за месяц, а затем привезли саженцы, стали их высаживать у магазина и в его окрестностях. Каждому прохожему предлагали присоединиться к нам. О том, кто мы такие и почему именно сегодня копаемся в земле, рассказывали плакаты, которые стояли рядом с нами. Некоторые прохожие смеялись над нами, кто-то просил дать ему лопату. Но замечательные мы не остались. В этот день еще сотня противников узнала о нас! Убили двух зайцев: и город озеленили, и о себе заявили!» — радуется госпожа Щербакова.

Анна Героева

«ВСЕ ИЗМЕНИЛОСЬ, КОГДА ПОТРЕБИТЕЛИ СТАЛИ ГОЛОСОВАТЬ КОШЕЛКОМ»

Более половины американских корпораций ежегодно пишут отчеты об устойчивом развитии бизнеса и экологической ответственности и убеждают потребителей своего товара в «экологически чистом» его происхождении. Почему бизнес в Америке становится все более зеленым, корреспондент «Ъ-Экология» ОЛЬГЕ ХВОСТУНОВОЙ рассказала ЖАКЛИН ОТТМАН, основатель маркетингового агентства J. Ottman Consulting и ведущий эксперт по вопросам зеленого маркетинга в США.

— Насколько крупный бизнес вовлечен во внедрение зеленых технологий?

— Я бы сказала, что достаточно вовлечен. По крайней мере, бизнес прекрасно осведомлен о важности вопроса. Сегодня половина компаний, представленных в списке Fortune 500, выпускает ежегодные отчеты об устойчивом развитии. В потребительском секторе рынка, по данным различных опросов, более 80% потребителей весьма активно интересуются вопросами охраны окружающей среды. В зависимости от компании и отрасли экономики потребители обращают внимание на корпоративную ответственность бизнеса и его экологичность. Многие видят прямую связь между здоровьем климата и тем вкладом, который в загрязнение окружающей среды вносят или иной бизнес. Подобная осведомленность вынуждает бизнес к ответственным действиям, чтобы их клиенты, потребители, сотрудники видели, что они, условно говоря, убирают за собой.

— Сколько времени потребовалось компаниям, чтобы прийти к этому? Как это произошло?

— Это происходило постепенно на протяжении последних 20–30 лет. Сначала Конгресс принял ряд законов, в том числе Закон о чистом воздухе (1968 год) и Закон о чистой воде (1972 год). Однако одной политической воли оказалось недостаточно. Стало очевидно, что необ-

ходимо использовать экономические рычаги, чтобы компании, загрязняющие окружающую среду, и не только они, изменили свою корпоративную политику. Здесь активность проявили различные экологические организации и СМИ, начавшие просвещать людей о связи между купленным ими продуктом и экологической репутацией производителя. В 1990-е потребители наконец осознали, что если ничего не будут делать, то рискуют нанести вред экологии. Для бизнеса все изменилось, когда потребители стали голосовать кошельком.

— Какие компании или отрасли первыми отреагировали на эти изменения?

— Среди первых были Bodyshop и Jen & Berry Ice Cream, позиционировавшие себя как зеленые производители. Они привлекали внимание прессы и продавали идею о том, какая экологически чистая у них продукция и как они производят ее с учетом принципов устойчивого развития. И потребителям это понравилось. Эти компании стали ролевыми моделями для многих. Их успех во многом сыграл роль будильника для таких крупных производителей, как, например, Procter & Gamble и Unilever, задумавшихся о том, как им стать более зелеными.

— На ваш взгляд, компании действительно совершенствуют свой бизнес в этом направлении или же все разговоры об экологической ответственности — часть пиар-кампании?

— Я думаю, что они говорят о тех вещах, которые действительно меняют. Но вопрос в том, насколько их зеленые стратегии действительно помогают окружающей среде. Второй вопрос — финансовая ответственность бизнеса. Компания не может заниматься производством продукции, которая не приносит прибыли. Чтобы изменить существующий бизнес в сторону устойчивости, необходимо провести серьезный анализ, чтобы понять, как это сделать не в ущерб эффективности.

— А как быть компаниям, которые по определению наносят

вред окружающей среде в процессе производства: нефтяным, газовым, металлургическим?

— Я могу вам привести пример с компанией General Electric, в состав которой входят предприятия, действительно сильно загрязняющие окружающую среду. В 2008 году она начала пиар-кампанию «Эковозражение». Некоторые маркетологи посчитали тогда, что GE не удастся ее успешно реализовать. Но менеджмент компании поступил очень разумно. Они сфокусировались на инновациях, разрабатываемых в GE. Они не говорили: мол, посмотрите на нас, мы такие зеленые. Они, кстати, вообще не использовали термин «зеленые». Идея была другой: посмотрите на этот новый двигатель — он гораздо более энергоэффективен. То есть они подчеркивали свои достижения в той области, где могли их добиться. И компания оказалась успешной.

— То есть это не только пиар? Компании-загрязнители действительно становятся более инновационными и ответственными в экологических вопросах?

— Вспомните историю с разливом нефти в Мексиканском заливе. Когда произошло нечто подобное, приходится демонстрировать реальную работу в сфере экологии, а не только пиар. Нужно строить по-настоящему зеленую компанию. Именно это пришлось сделать BP. Но хочу заметить, что в любом случае быть зеленым сегодня большой плюс для репутации. В пиаре нет ничего плохого, если он подкреплен реальными делами.

— Вы консультировали многие крупные компании по вопросам зеленого маркетинга. Основываясь на вашем опыте, какую конкретно пользу и каким образом компания может принести, развивая экологическую ответственность?

— У меня в качестве примера есть хороший бизнес-кейс — проведение в США зеленой маркетинговой кампании для банка HSBC. В 2007 году руководство

банка наняло нью-йоркское агентство JWT, которое пригласило меня консультантом. Вице-президент HSBC по розничному маркетингу заметил тогда, что демографические показатели их премиальных клиентов совпадают с показателями зеленого потребителя. И они решили, что, запустив зеленую кампанию, банк сможет привлечь новых клиентов. Они долго искали тему, проводили исследования и выяснили, что у самого банка, оказывается, прекрасная экологическая репутация. На основе этой информации мы придумали кампанию под названием «Придай силу!» (Empower It!). Идея была в том, чтобы стимулировать потребителя уменьшить индивидуальный вклад в загрязнение окружающей среды и таким образом снизить парниковый эффект. Собственно, банк ранее добился таких изменений для своего бизнеса и поэтому имел хорошую экологическую репутацию. Успех кампании был колоссальный: HSBC привлек новых клиентов, увеличил продажи таких продуктов, как страховки и ипотечные кредиты. Важно было именно то, что банк просто показал пример экологически ответственного бизнеса и не призывал своих клиентов к чему-то, что не стал бы делать сам. Это создало доверие.

— В связи с международным финансовым кризисом политика компаний в сфере устойчивого развития как-то изменилась? Стали они меньше инвестировать в эту сферу?

— Мне сложно судить, потому что я не располагаю какими-либо данными. Но хочу отметить, что пакет экономической помощи, предложенный Обамой в 2009 году, предполагал средства на развитие и стимулирование зеленого бизнеса. И второй момент: если в последние годы компании и стали меньше обращать внимание на зеленые технологии, то только потому, что у банков было недостаточно средств на финансирование таких бизнесов. Но развитие зеленых технологий никуда не денется, оно уже идет вперед.



РАСХОДЫ РОССИИ НА ОХРАНУ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ В 2010 ГОДУ млрд

ОБЪЕМ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ (\$ млрд)



Решающий градус

ЭКОПОЛИТИКА

(Окончание. Начало на стр. 13)

«Никто не будет возрождать, скажем, завод ЗИЛ, оживлять эти руины, чтобы они снова коптели небо, как во времена СССР. Сейчас все, что открывает какое-то производство, строят новые здания в чистом поле — это экономически выгодно. И вот эти вот новые здания, построенные в чистом поле, по определению куда энергоэффективнее того, что было в СССР — просто потому, что они современные», — отмечает Владимир Чупров, руководитель энергетического отдела «Гринпис России». — У нас явно не будет резкого увеличения населения, то есть не появится огромного количества новых жилых площадей, которые нужно будет обеспечивать теплом и светом. Если же говорить об уровне автомобильных выхло-

пов, то да, количество автотранспорта в России будет расти: насыщенность этого рынка пока не достигла уровня развитых стран. Однако у нас все же не такое большое население, чтобы уровень выхлопов в тот день, когда у каждого будет по машине, усугубил общую картину парниковых выбросов».

Дальнейшее снижение наших выбросов вовсе не противоречит нашим планам развития, до тех пор пока в них значатся такие понятия, как «модернизация», «энергоэффективность» и «энергосбережение».

Получается, «судьба мира» не зависит от отдельно взятых усилий России по борьбе с парниковыми газами. Картина глобально потепления в середине XXI века гораздо сильнее зависит от того, что предпримут в ближайшее время Китай и Индия. Эти страны пока не имеют адекватных экономических сценариев торможения выбросов.

«Совершенно ясно, что нужно делать в ближайшие 10–20 лет, чтобы добиться еще большего снижения выбросов: поднять энергоэффективность и энергосбережение, тогда не придется краснеть, глядя на диаграммы с параметрами ВВП, и пытаться объяснять бесхозяйственность холодным климатом. А если в России будет введена плата за выбросы CO₂ в энергетике, к 2050 году достигаящей \$80 за тонну, то суммарные выбросы нашей страны за 1990–2050 годы будут даже меньше, чем у большинства других стран «группы восьми», — отмечает Алексей Кокорин.

К тому же попытка эффективно снизить выбросы могут стать толчком для освоения новых рынков. Есть примеры западных стран, которым масштабное развитие нового зеленого сектора дает прирост ВВП. Илья Аруманов

прямая речь

Вы как природу бережете?

Олег Чиркунов,

экс-губернатор Пермского края:

— У себя в крае мы развивали программы по сбору, сортировке и захоронению твердых бытовых отходов. Этот мусор годами копился в наших городах, занимая непозволительно много места и загрязняя окружающую среду. Когда мы стали понимать мотивы экологической политики, правильно регулировать тарифы, и самое главное, упразднить монополию, начались первые реальные движения по раздельному сбору мусора и его сортировке. В крае этим занимаются частные игроки: какую-то часть отходов продают на вторсырье, остальное отправляют на захоронение. Кроме того, у нас есть программы по энергосбережению, но прорывов в этой области пока нет. Проблема в том, что пока у нас энергоресурсы будут достаточно дешевыми, вряд ли появятся серьезные мотивы для их экономии. Это скорее разговор не об экономике, а о морали и системе ценностей людей.

Георгий Генс,

президент группы компаний ЛАНИТ:

— Дома я никогда не оставляю на ночь включенными экран или свет, стараюсь уменьшить мощность отопле-

ния. Я не люблю выбросы энергии и ресурсов впустую. Мне буквально становится плохо, когда вижу, что кто-то льет воду просто так. И это не связано с экономической ценностью. Мой следующий автомобиль будет гибридным. Везде, где можно беречь ресурсы и экологию, я это делаю и призываю других. Причем в рамках компании мы активно развиваем направление бизнеса по энергосбережению, энергоэффективности и внедрению зеленых технологий. Это очень правильный и нужный бизнес стране. К сожалению, у нас не привыкли беречь ресурсы — необходимо менять психологию.

Владимир Милов,

председатель общественного объединения «Демвостор»,

в 2004 году — заместитель министра энергетики:

— Для того чтобы предприятия начали беречь природу, нужно вернуть независимую систему общественного экологического контроля за развитием инфраструктуры, за функционированием предприятий и т. п. Пока этого не будет сделано, говорить о какой-то помощи экологии просто бессмысленно. За последние 20 лет у нас была полностью разрушена система независимого экологического надзора, ликвидировали в 2000 году Госкомэкология, в 2004-м — Росатомнадзор. И никаких независимых агентств, надзирающих за сохранностью окружающей среды, у нас нет. Только возродив контроль такого рода, можно говорить хоть о каком-то улучшении ситуации в экологии.

Дмитрий Мезенцев,

экс-губернатор Иркутской области:

— Разрабатываем федеральную целевую программу «Байкал», тщательно его охраняем, построили первое место по утилизации отходов в зоне озера, работаем над тем, чтобы Байкал люди воспринимали не только как место отдыха, но и как богатство, которое надо беречь. И то, что мы понимаем, какое это сокровище, уже очень хорошо. Хочется сказать, что в последнее время люди сами стали относиться к озеру бережнее, это

наша заслуга. После VII Байкальского экономического форума мы высадили целую кедровую аллею в ближайшем пригороде и теперь регулярно выделяем деньги на новые саженцы. Очень хочется, чтобы через пять-семь лет это выглядело внушительно и очень мощно!

Андрей Бирюков,

гендиректор компании «Е-авто»:

— Я берегу природу, как минимум, тем, что не загрязняю ее. Мы активно работаем над тем, чтобы уменьшить выбросы вредных веществ в атмосферу, и уменьшили их в два раза. Я считаю, что это вообще должно быть трендом для всех производителей. Чисто там, где не мусорят. Не делая природе хуже, уже делаем в ее сохранение существенный вклад.

Оливер Кайзер,

гендиректор компании «Экоком»:

— Есть только один возможный способ — менять сознание людей, заниматься экологическим воспитанием. Ведь какие законы ни пиши, всегда найдут нечестные люди, которые найдут способ их обойти. Особенно актуально это для России, ведь люди не понимают опасности, связанных с загрязнением окружающей среды. В Австрии, откуда я родом, 20 лет назад этого тоже не понимали, но сейчас правительство занялось экологическими программами, в школах стали обсуждать проблемы климата, учить детей не кидать мусор, любить природу. То же самое нужно организовать в России, чтобы любой хозяин завода понимал: если он отключит очистные фильтры на ночь, то этим грязным воздухом будут дышать его дети и внуки, а впоследствии даже может погибнуть все человечество!