



Ekomarķējumi un ilgtspējīga tirdzniecība

ILZE NEIMANE

biedrība «Ekodizaina kompetences centrs»

29.06.2018.



Kā atpazīt videi draudzīgas preces?

- Lielāku vai mazāku ietekmi uz vidi atstāj ikviens produkts;
- Videi draudzīgām precēm, ir būtiski mazāka nelabvēlīgā ietekme uz vidi visā to dzīves ciklā;
- **Lai preci varētu saukt par videi draudzīgu**, ir nepieciešams vērtēt nevis vienu vai vairākus vides aspektus preces ražošanā, bet preces ietekmi uz vidi visā tās dzīves ciklā, un pasākumus ietekmes samazināšanai veikt tur, kur ietekme ir lielākā.
- Paziņojumi par vides aspektiem ir kļuvuši par daudzu ražotāju mārketinga stratēģiju elementu un dažkārt mēdz būt maldinoši.

Kas īsti ir ekomarķējums?



Ekomarķējums

- Svarīgi ir nesajaukt ekomarķējumu ar citām norādēm, jo ne vienmēr zaļš iepakojums liecina par preces mazāku ietekmi uz vidi;
- Ekomarķējums ir marķējums, kas norāda produkta (vai pakalpojuma) vides priekšrocības salīdzinot ar citiem līdzīgiem produktiem, **ņemot vērā produkta ietekmi uz vidi visā tā dzīves ciklā.**





Ekomarķējums

- Ekomarķējumu piešķir no ražotāja **neatkarīga trešā puse**, ja produkts atbilst noteiktiem vides kritērijiem.
- Katrai preču grupai tiek izstrādātas prasības, jeb kritēriji, lai samazinātu būtiskākās ietekmes uz vidi.
- Pirms tiek izsniegta atļauja ekomarķējuma izvietošanai uz produkta, tiek pārbaudīta pretendenta atbilstība šīm prasībām.
- Drošākais veids kā orientēties starp dažādām norādēm uz produkta iepakojuma, ir izvēlēties produktus ar **atpazīstamu ekomarķējumu**.

Populārākie ekomarķējumi:

- Ekomarķējumi, kas ir visplašāk pazīstami, uzticami, atbilst starptautiskajam ekomarķējumu standartam *ISO 14024*, ar pamatoti augstām vides prasībām un aptver vairākas produktu kategorijas:



EU Ecolabel



Nordic Swan
Ecolabel



The Blue Angel



Bra Miljöval/Good
Environmental
Choice Ecolabel

Kosmētikas preču grupa



Citi ekomarķējumi:



ECO Garantie



AISE
Sustainability
Initiative



NATRUE

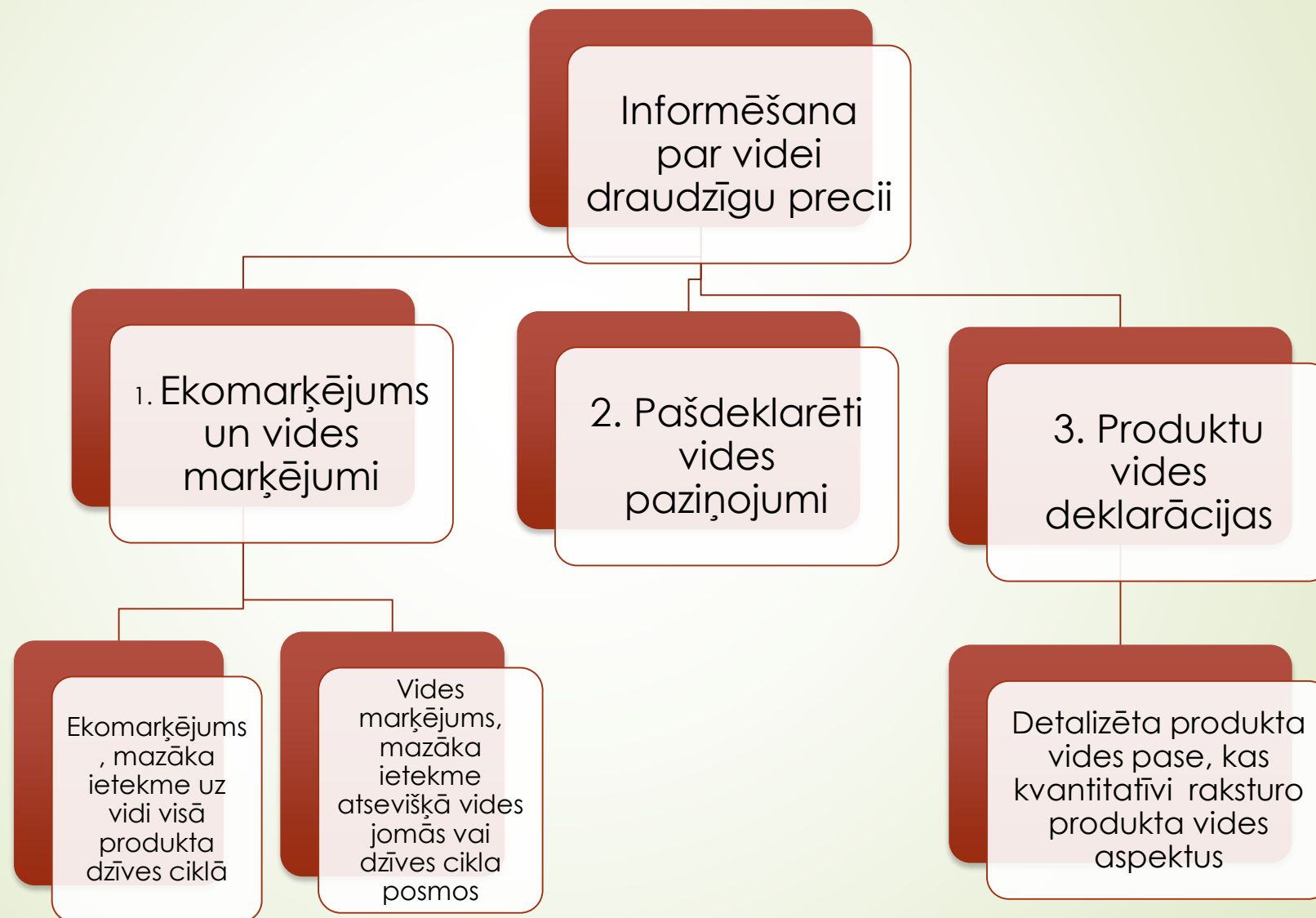


Nature Care
Products
Standard

Pārtikas produktiem:



Paziņojumi par vidi, iedalījums



Vides marķējums

- Attiecas uz konkrētiem vides aspektiem, nevis produkta dzīves ciklu kopumā;
- Sertifikācijas shēmas arī paredz trešās puses neatkarīgu auditu.





Pašdeklarēti vides paziņojumi

- Tos nav pārbaudījuši no ražotāja neatkarīga institūcija, bet tiek sagaidīts, ka tie būs pārbaudāmi un patiesi.
- Ja šādi paziņojumi nav patiesi, vai arī tos nevar pārbaudīt, to sauc par "*zaļmaldināšanu*" ("greenwashing").
- Lai gan šai kategorijai ir izstrādāti standarti un labās prakses principi, ražotāji ļoti bieži neievēro pašdeklarēšanās labo praksi, faktiski maldinot patērētājus.
- Ir arī sastopami gadījumi, kad ražotājs, vai viņa nolīgta organizācija izstrādā pats savu zīmi un prasības, kas pielāgotas viņa produktam, un to pasniedz kā ekomarķējumu.

Vides paziņojumi Latvijā

- Projekts "Baltijas pilotpasākumi bīstamo ķīmisko vielu emisiju samazināšanai, izmantojot aizvietošanu un resursu efektivitāti"
- Pētījums par to, kādi ir vides paziņojumi sadzīves ķīmijas, krāsu un laku produktiem, mēbelēm un tekstilizstrādājumiem, pārtikas un mājsaimniecības preču veikalos un internetā.



Projektu "Baltijas pilotpasākumi bīstamo ķīmisko vielu emisiju samazināšanai, izmantojot aizvietošanu un resursu efektivitāti" [LIFE Fit for REACH, Projekta Nr. LIFE14 ENV/LV/000174] līdzfinansē Eiropas Komisijas finanšu instruments LIFE.

Galvenie secinājumi:

- Ne visiem mājas ķīmijas produktu ražotājiem, kas savus produktus pozicionēja kā videi draudzīgus, tika norādīta informācija arī par kādiem trešo pušu izsniegtiem sertifikātiem, kas to apliecinātu.
- Uzņēmumu mājas lapās informācija par ekomarķējumiem bija atrodamā ļoti maz.
- Analizējot krāsu un laku iepakojumus, bija uzskatāmi redzams, ka sertificētie produkti daudz mazāk lieto vārdu «eco», kā produkti, kuriem nekādu sertifikātu nav.



Projektu “Baltijas pilotpasākumi bīstamo ķīmisko vielu emisiju samazināšanai, izmantojot aizvietošanu un resursu efektivitāti” [LIFE Fit for REACH, Projekta Nr. LIFE14 ENV/LV/000174] līdzfinansē Eiropas Komisijas finanšu instruments LIFE.

Galvenie secinājumi:

- Komunikācija par vides jautājumiem visiem ražotājiem pārsvarā bija plaša un nekonkrēta, mērķēta uz patērētāja emocijām.
- Daudz tiek izmantoti vizuāli uzskates līdzekļi – dabas motīvi, augi, zaļā krāsa.
- Uz apģērba praktiski nekādas informācijas par apģērba draudzīgumu videi nav, atskaitot dažus ar «confidence in textiles» logotipu.
- Uz pārtikas iepakojuma, par paša iepakojuma draudzīgumu videi informācijas bija ļoti maz.



Projektu “Baltijas pilotpasākumi bīstamo ķīmisko vielu emisiju samazināšanai, izmantojot aizvietošanu un resursu efektivitāti” [LIFE Fit for REACH, Projekta Nr. LIFE14 ENV/LV/000174] līdzfinansē Eiropas Komisijas finanšu instruments LIFE.



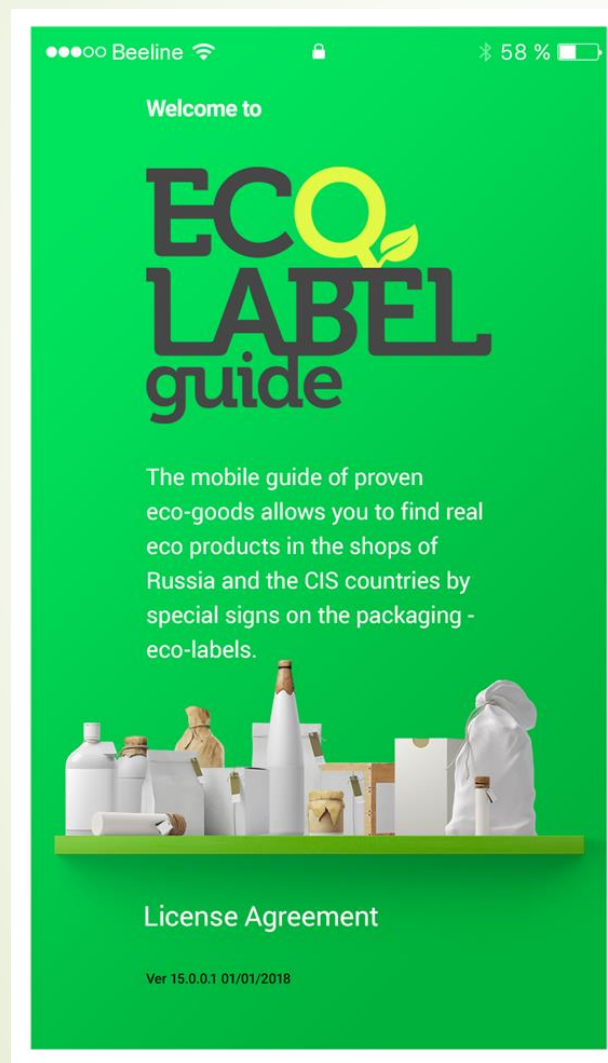
Tīmekļa vietnes:

➤ **ekomarkejums.lv**

➤ siegelklarheit.de



Tiek izstrādāta mobilā aplikācija



ECO
LAB
EL guide

ECO
LAB
EL guide

Kas ir ilgtspējīga tirdzniecība?

**Saudzīga attieksme
pret vidi ikdienas darbā**



**Atkritumu
apsaimniekošana**

**Enerģijas patēriņa
samazināšana**

**Atteikšanās no
videi īpaši kaitīgām
precēm**

**Videi draudzīgs
preču piedāvājums**



**Patērētāju
izglītošana**



Patērētāju izglītošana

- Pētījumi Eiropā un Latvijā liecina, ka patērētāji slikti orientējas ekomarķējuma zīmēs;
- Pētījums par vides paziņojumiem liecina, ka **gandrīz divas trešdaļas (61%) patērētāju apgalvo, ka viņiem ir grūti saprast, kādi produkti ir patiesi videi draudzīgi**. Patērētāji nespēj saprast vides marķējumu nozīmi un neatšķir no nesertificētas pašdeklarācijas no trešās puses sertificētiem marķējumiem.

[Consumer market study on environmental claims for non-food products, *European Commission*, 2014]

- Videi draudzīgu preču noieta veicināšanā liela loma ir mazumtirgotājiem, kas saviem klientiem sniedz saprotamas norādes, kas ir videi draudzīga izvēle, un mazina maldinošas komercprakses negatīvo ietekmi.



Patērētāju izglītošana:

Svarīgi, lai veikalā izvietotā informācija par videi draudzīgu vai ekoloģisku produktu būtu:

- patērētājam saprotama un viegli uztverama;
- izvietota pie visiem ekoproduktiem;
- tiek ieteikti tikai ekoprodukti, ar atzītu ekomarķējuma vai vides marķējuma zīmi.

Tā netiktu jaukta ar citām mārketinga aktivitātēm (piemēram, “veselīgs produkts” vai “Latvijas produkts”).



Latvijas veikalos...

- ▶ Tikai daļa no veikalu ķēdēm izvēlas īpaši izcelt ekoproduktus, visbiežāk pārtikas preču segmentā;
- ▶ Ne vienmēr norādes ir izvietotas konsekventi;
- ▶ Ir sastopama prakse ekoloģiskos produktus izvietot atsevišķā stendā kopā ar produktiem, kas nesatur glutēnu vai ĢMO, vai ir ar norādi “dabisks produkts”



Paldies!

Ilze Neimane

ilze.neimane@ekodizains.org

Tel.29392749

ekomarkejumi.lv

ekodizains.org

