



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Zaļā pārkārtošanās: kā izvairīties no zaļmaldināšanas

Ieva Baldiņa

Patērētāju tiesību uzraudzības departamenta direktore/iestādes direktora vietniece
Tālrunis 67388627, Ieva.Baldina@ptac.gov.lv



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Kas ir vides norāde?

Vides norāde

Jebkurš brīvprātīgs paziņojums par produkta vai uzņēmuma ietekmi uz vidi. Tas var būt teksts, simbols, marķējums vai cita veida paziņojums.

**Katram apgalvojumam jābūt
saprotamam, konkrētam un
pierādāmam!!!!**

Piemēri tekstuālām vides norādēm:

“Oglekļa pēdas nospiedums
samazināts par 20%”

“Iepakojums izgatavots no 100%
pārstrādāta kartona”

“Ražots, izmantojot 100%
atjaunīgo elektroenerģiju”

“98% sastāvdaļu ir dabīgas
izcelsmes”



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Kādi apgalvojumi kļūst problemātiski?

Vispārinātas vides
norādes: augsts risks =
zaļmaldināšana

Pārāk vispārīgi apgalvojumi:

- "Videi draudzīgs"
- "Zaļš"
- "Ekoloģisks" / "Eko"
- "CO2 neitrāls"
- "Ilgspējīgs"

Kāpēc tie rada risku?

- Nav skaidrs, uz kuru vides aspektu tie attiecas
- Nav skaidrs, kurā dzīves cikla posmā ir ieguvums
- Trūkst konkrētu datu, metodikas vai sertifikācijas
- Krāsa, dizains vai vārds pats par sevi neko nepierāda



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Kādi ilgspējas marķējumi ir atbilstoši?



Ilgspējas marķējumiem jābalstās uz skaidriem kritērijiem, neatkarīgu pārbaudi un atklātu sertifikācijas sistēmu..

Sertifikācijas shēmai jābūt ar:
vienlīdzīgiem noteikumiem, ekspertu izstrādātām prasībām, neatkarīgu uzraudzību un skaidrām sekām pārkāpumu gadījumā.



Nedrīkst izmantot ilgspējas marķējumu bez reālas sertificēšanas.
Pašu izdomāts ilgspējas marķējums = maldinoša komercprakse.

Pirms ilgspējas marķējuma lietošanas uzņemumam jāspēj atbildēt:

- 1.Kas šo marķējumu pārbauda?
- 2.Vai kritēriji un pārbaudes kārtība ir publiski pieejami?





Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Kas tiek uzskatīts par zaļmaldināšanu?

- Nepatiesi vai nepierādāmi vides, sociālie vai apritīguma apgalvojumi
- Marķējuma izmantošana bez sertificēšanas
- Pārāk vispārīgas norādes
- Apgalvojumi par “oglekļa neitralitāti”, ja tie balstīti tikai uz emisiju kompensēšanu
- Nenožīmīgu ieguvumu pārspīlēšana



Piemēri:

- Uz iepakojuma rakstīts “100% Eko” vai “Zaļā izvēle”, bet nav ekomarķējuma vai cita sertifikāta
- Uzņēmums runā par “ilgtspējas stratēģiju”, bet nav datu, termiņu un rādītāju
- Aviokompānija reklamē “zaļos lidojumus”, lai gan emisijas būtiski nesamazinās
- Produkts tiek saukts par “oglekļa neitrālu”, jo emisijas vienkārši kompensē
- Produkts tiek reklamēts kā “viegli remontējams”, bet rezerves daļas nav pieejamas

**Zaļmaldināšana sākas tur,
kur mārketingš apsteidz
faktus!**





Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Kontroles jautājumi komersantiem



Pirms publicējat jebkuru vides vai ilgtspējas apgalvojumu, pārbaudiet:

Vai norāde ir precīza, skaidra un saprotama?

Vai tā nav pārāk vispārīga?

Vai ir pieejami aktuāli un ticami pierādījumi?

Vai marķējums balstās uz neatkarīgu sertifikāciju?

Vai salīdzinošajiem apgalvojumiem ir skaidra metodika un dati?

Vai papildu informācija ir viegli pieejama, piemēram, ar QR kodu vai mājaslapā?

Vai nav noklusēta būtiska informācija par ietekmi uz vidi?

Vai informācija par ilgmūžību un remontējamību ir patiesa?

Vai nav noklusēta atjauninājumu negatīvā ietekme?



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Skaidrojums un pašpārbaudes rīks komersantiem

Informācija pieejama
šeit:



Zaļo norāžu komercprakses skaidrotājs ▾



Zaļo norāžu komercprakses skaidrotājs

By community builder &

Skaidro zaļās norādes un analizē reklāmas atbilstību LV regulējumam

Vai "eko"
marķējums
ir atļauts?

Vai šī reklāma
ir maldinoša?

Ko nozīmē
"klimatneitrāls"?

Kādi pierādījumi
vajadzīgi zaļam
apgalvojumam?

+ Ask anything

Voice