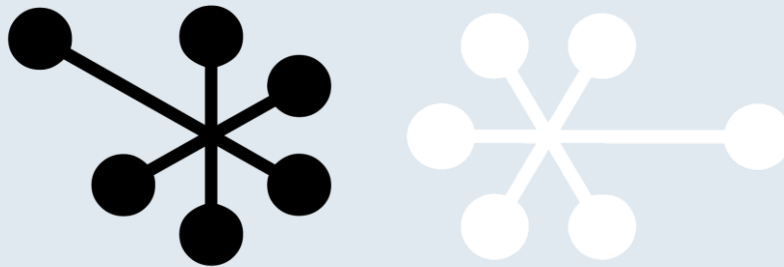


LIFE / FIT FOR REACH



“Vides” paziņojumi Latvijā

Jana Simanovska, Ilze Neimane,
Ekodizaina kompetences centrs,
ilze.neimane@ekodizains.org



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 Savienības LIFE programma un Latvijas vides aizsardzības fonda administrācija.

Projekta ietvaros veiktie pētījumi:

- Uzņēmumu komunikācija par ķīmisko vielu izmantošanu un ietekmi uz vidi, 2018
 - Internetā, un veikalos, piemēri, 2018
 - Kvantitatīvais novērtējums veikalos, 2020



Kā paziņot par videi draudzīgiem produktiem?

- Negodīga komercprakse ir aizliegta (Negodīgas komercprakses aizlieguma likums, 4. pants)
 - kaitīga, maldinoša, agresīva.
 - 9.,10. pants paskaidro, kas ir maldinošs
- Vadlīnijas Negodīgas komercprakses aizlieguma direktīvas piemērošanai:
 - Paziņojumiem jābūt **skaidriem, precīziem, pamatotiem!**
 - Tādus vispārīgus paziņojumus kā “videi draudzīgs,” “zaļš,” “dabas draugs,” “ekoloģisks,” “ilgtspējīgs” vai “klimatam draudzīgs” neiesaka, izņemot, ja ir pierādījumi (dzīves cikla novērtējums, ekomarķējums)



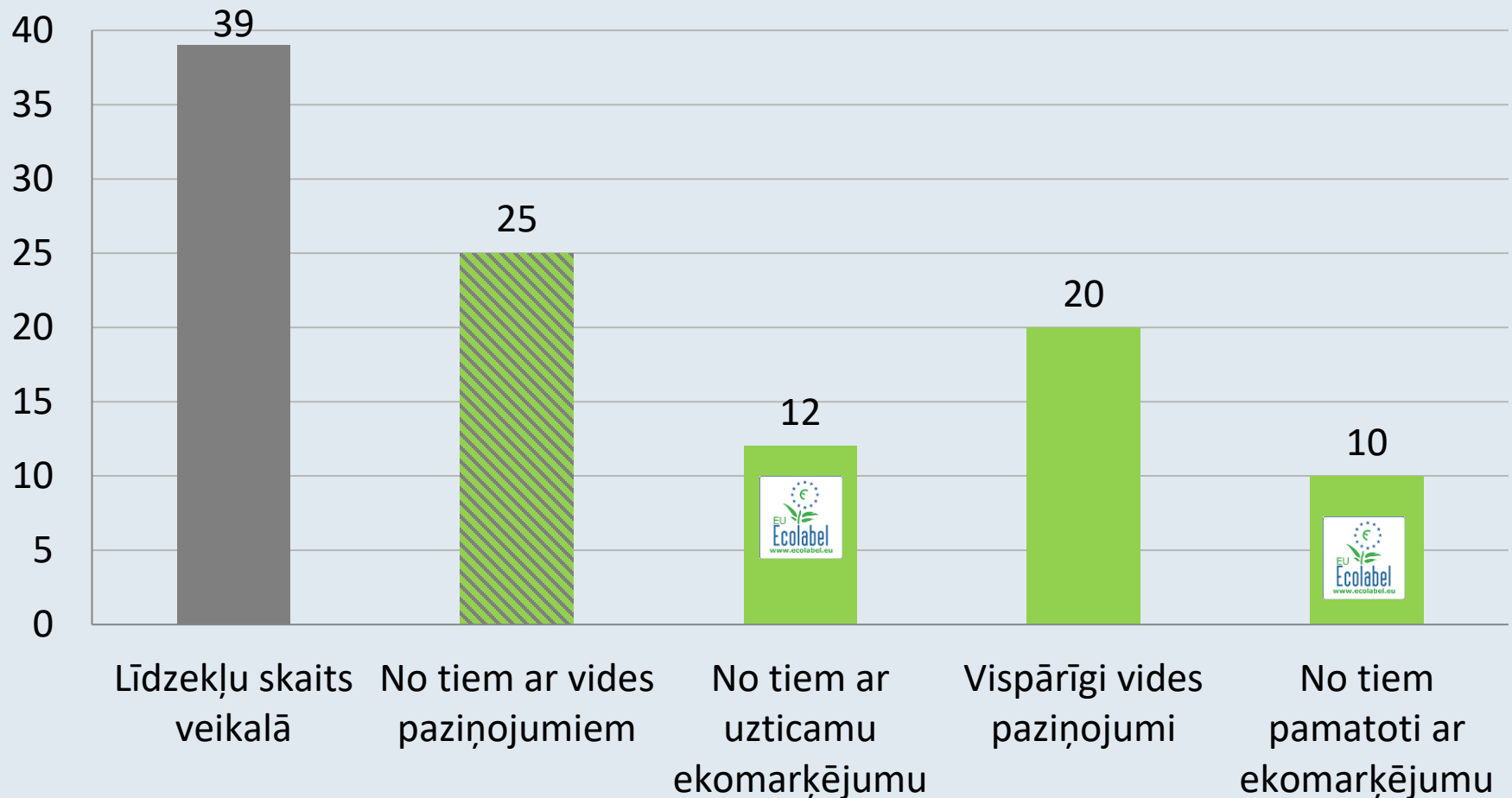
Uzņēmumu komunikācija par ķīmisko vielu izmantošanu un ietekmi uz vidi (internetā), 2018

- Sadzīves ķīmijas grupā ne visiem «eko» produktiem ir ekomarķējums. Tie uzņēmumi, kas ir ieguvuši ekomarķējumu, ne vienmēr par to komunicē savās interneta vietnēs.
 - 7 no 10 krāsām bez ekomarķējuma satur zaļus apgalvojumus (vismaz krāsu)
- Frāzes par ķīmisko vielu lietojumu galvenokārt ir atrodamas sadzīves ķīmijas ražotāju un krāsu un laku ražotāju mājas lapās. Tekstila ražotāji par to komunicē retāk.
- Mēbeļu un pārtikas iepakojuma ražotāji nekomunicē par vides aspektiem.



Zaļie paziņojumi Latvijā (lielveikalu plauktā, 2020)

Līdzekļi trauku mazgāšanai ar rokām



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 Savienības LIFE programma un Latvijas vides aizsardzības fonda administrācija.

LIFE / FIT FOR REACH



Uzņēmumu komunikācija par ķīmisko vielu izmantošanu un ietekmi uz vidi (internetā), 2018

- Vides paziņojumi visās produktu grupās bieži ir neskaidri un emocionāli
- Ražotāji izmanto daudzas neskaidras frāzes "Mēs mīlam dabu" "Mēs uzskatām, ka esam atbildīgi ...".
- Šķiet, ražotāji izmanto šo komunikācijas stratēģiju, lai izveidotu emocionālu saikni ar klientiem un iegūtu uzticību

Dabisks produkts

**Koncentrēts
eko
līdzeklis**

Eko

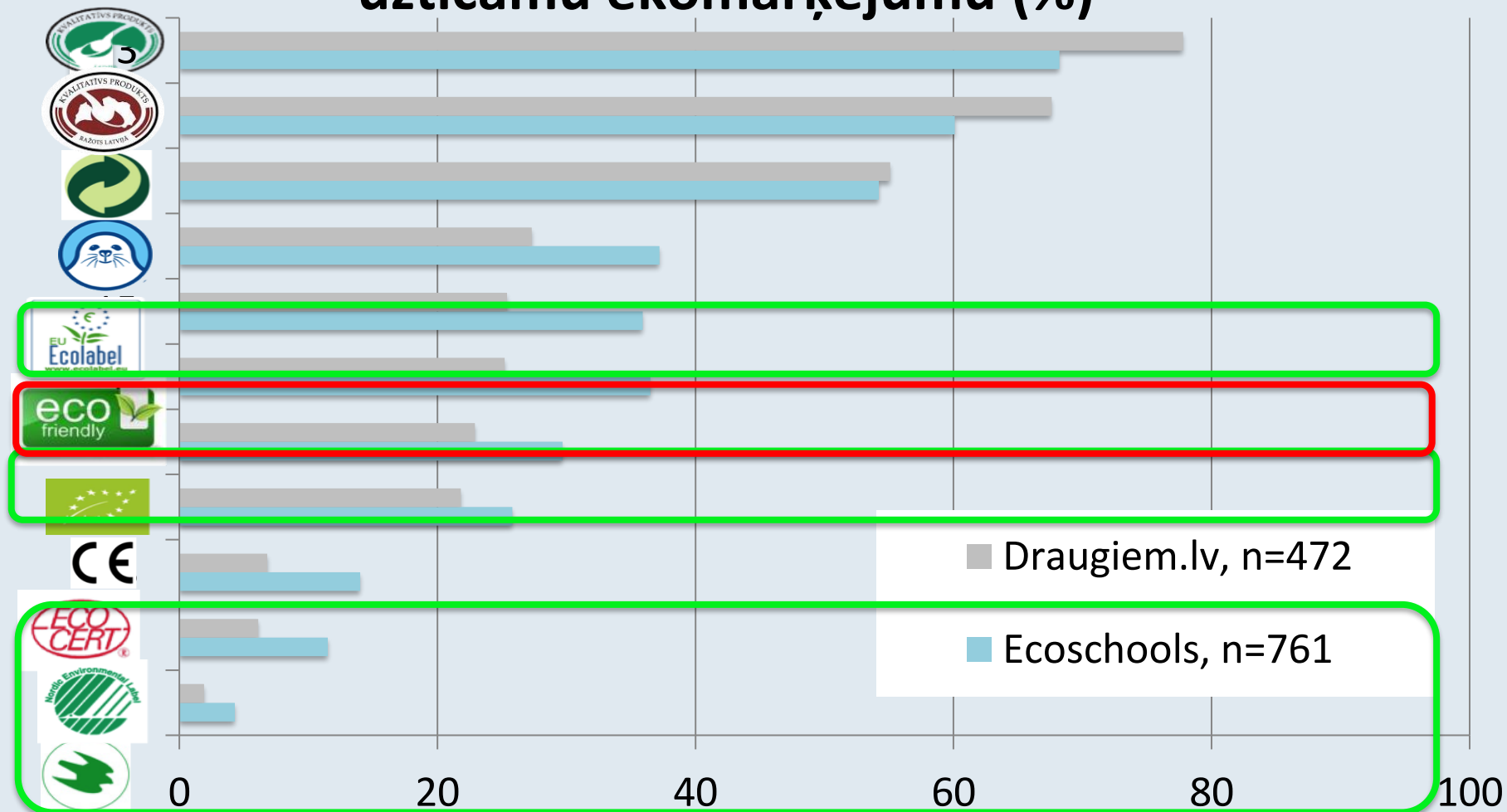
Zaļā Bio Eko Formula

Drošs viedai

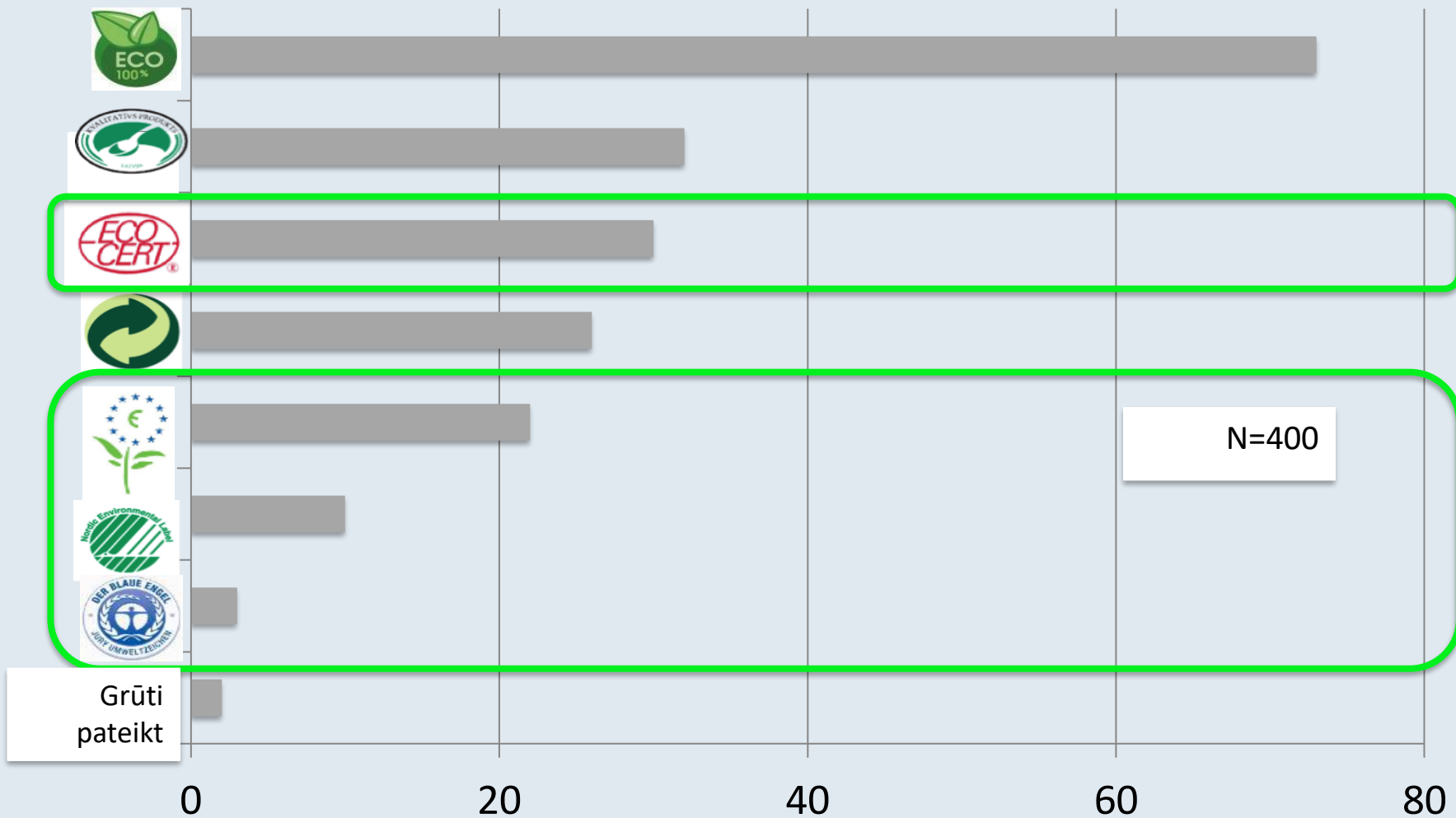
Krāšosim pasauli zaļu kopā!



Marķējumu veidu, kurus respondenti atpazīst kā uzticamu ekomarķējumu (%)

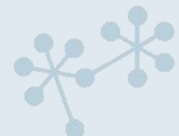


Marķējumu veidi, kurus respondenti atpazīst kā uzticamu ekomarķējumu (%)



Secinājumi

- Patērētājiem domātiem, īpaši sadzīves ķīmijas produktiem zaļos paziņojumus izmanto bieži
- Daudzi paziņojumi ir vispārīgi, nekonkrēti, ir emocionāli
- Patērētāji slikti atšķir pašpaziņojumus, citus marķējumus no uzticama ekomarķējuma
- Robeža starp maldinošu un nemaldinošu paziņojumu



Vai šis precīzs, konkrēts vides paziņojums?



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 Savienības LIFE programma un Latvijas vides aizsardzības fonda administrācija.

LIFE / FIT FOR REACH

