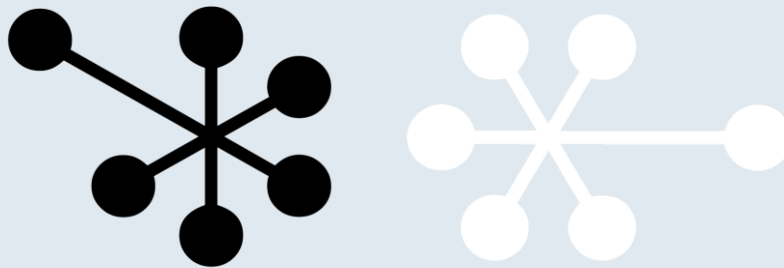


# LIFE / FIT FOR REACH



## Vides paziņojumu izmantošana

Ilze Neimane,  
Biedrība «Ekodizaina kompetences centrs»  
[ilze.neimane@ekodizains.org](mailto: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.

Mērķis ir  
palīdzēt  
uzņēmējiem  
izveidot vides  
paziņojumus par  
produktiem.



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.

# Ievads vides paziņojumos

## Vides paziņojumi

### Ekomarķējumi un vides marķējumi

Ekomarķējumi norāda produkta (pakalpojuma) vides priekšrocības salīdzinot ar citiem līdzīgiem produktiem, ņemot vērā produkta ietekmi uz vidi visā tā dzīves ciklā. To piešķir no ražotāja neatkarīga trešā puse, ja produkts atbilst noteiktiem vides kritērijiem<sup>1</sup>.

Vides marķējumi ir līdzīgi ekomarķējumiem, bet pievēršas konkrētam vides aspektam, nevis produkta dzīves ciklam kopumā. Piemēram, nosakot taupīgāku enerģijas patēriņu elektroierīcēm, vai garantējot atbildīgu mežu pārvaldību.

### *Vides pašpaziņojumi*

Vides pašpaziņojumus izstrādā ražotāji vai pakalpojumu sniedzēji, un tiek sagaidīts, ka tie ir pārbaudāmi un precīzi, lai gan tos nav apstiprinājusi trešā puse.

### Produktu vides deklarācijas

Produktu vides deklarācijas sniedz kvantitatīvus vides datus par dažādiem iepriekš noteiktiem parametriem, kas balstīti uz dzīves cikla novērtējumu un kurus pārbauda neatkarīga trešā puse.



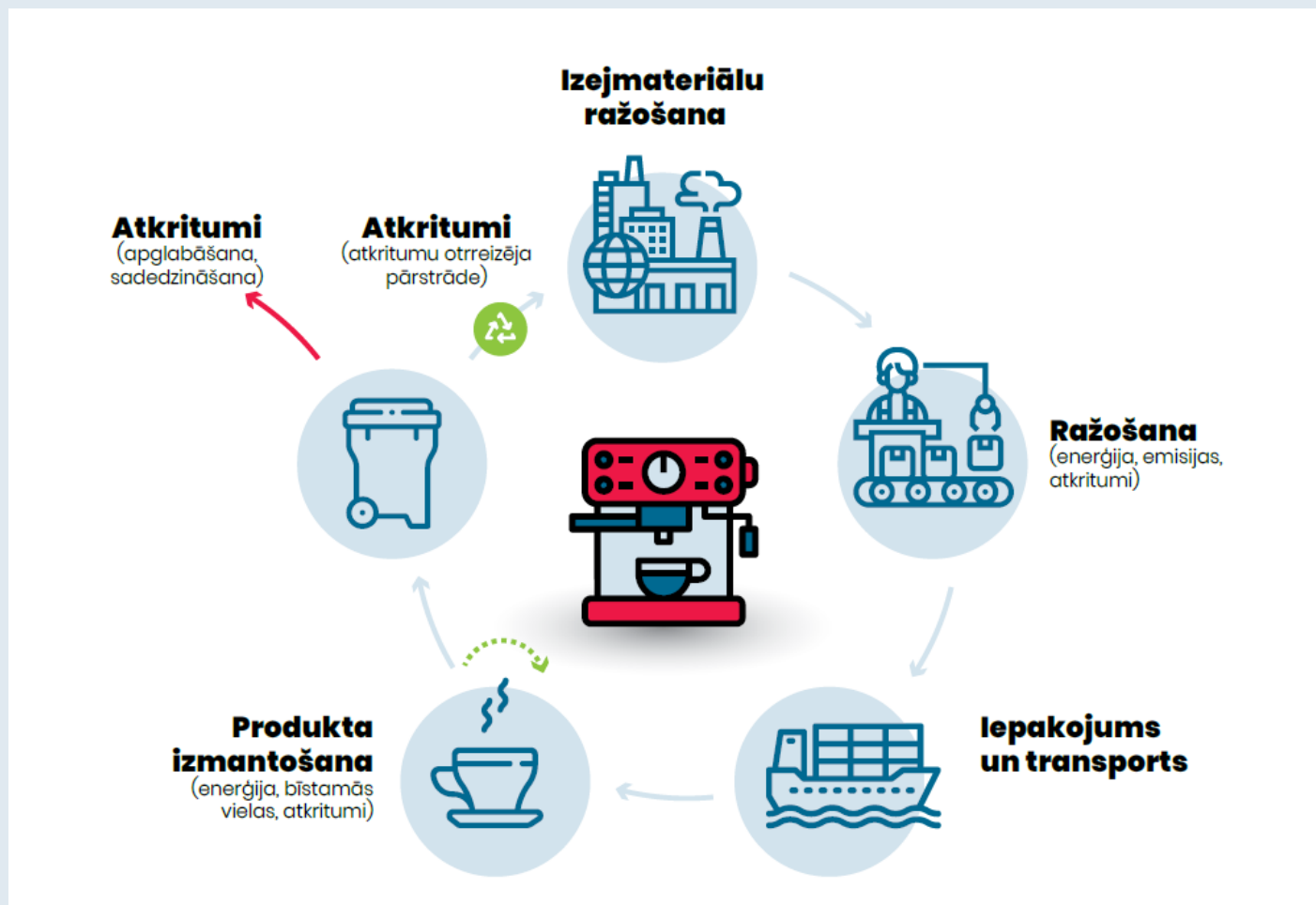
# Kā veidot vides paziņojumus bez maldināšanas?

## *4 ieteikumi vides paziņojumu izstrādei.*

- 1. Jāņem vērā produkta dzīves cikls un nozīmīgākās ietekmes uz vidi.*
- 2. Paziņojuma saturam jābūt skaidram un precīzam.*
- 3. Jālieto tikai atbilstoša vizuālā informācija.*
- 4. Paziņojumam ir jābūt pamatotam.*

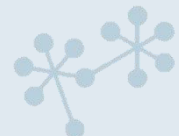


# 1. Produkta dzīves cikls



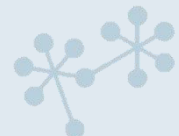
## 2. Skaidrs un precīzs saturs

Tādi paziņojumi kā “videi draudzīgs,” “zaļš,” “dabas draugs,” “ekoloģisks,” “ilgtspējīgs” vai “klimatam draudzīgs” ir neskaidri un nekonkrēti, un tos ir grūti vai pat neiespējami pierādīt.



## 2. Skaidrs un precīzs saturs

- **Uz ko attiecas** vides paziņojums? Produkts iepakojums, visa produktu līnija?
- Atsevišķu terminu izmantošana:
  - “nesatur” vai “brīvs no”
  - “dabisks” un “mākslīgs”
  - toksiskums
  - **ISO standarts 14021:2016 ietver precīzākas norādes par atsevišķu terminu pareizas lietošanas un pārbaužu metodoloģiju**



### 3. Atbilstoša vizuālā informācija

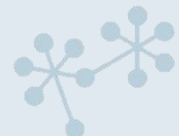
Paziņojumi, kuros izmantotas lapas, koki, dzīvnieki var radīt maldinošu priekšstatu, ka produkts ir videi draudzīgāks.





## 4. Nodrošiniet, lai paziņojumu var pamatot

Tirgotājiem jābūt pierādījumiem, lai pamatotu savus apgalvojumus, un jābūt gataviem tos sniegt saprotamā veidā kompetentajām izpildiestādēm, ja apgalvojums tiek apšaubīts.



# Paldies!

- Pieejams:  
<https://www.fitreach.eu/lv/content/publikacijas>



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

