



CONSUMER**PRO**

BOOSTING PROFESSIONALS
IN CONSUMER PROTECTION

Ilgtspējība

Teorētiskie pamati

SATURS

Ievads	4
1. Ilgtspēja – ievads.....	5
2. Ilgstpējīgi mājokļi	10
3. ILGTSPĒJĪGS FINANSĒJUMS	17
4. Ilgstpējīga mobilitāte	23
5. Ilgstpējīga pārtika.....	27
6. PRODUKTU ILGTSPĒJĪBA: Eiropas Savienības pieeja lietot produktus, kuri izmanto mazāk resursu 33	
Ievads 33	
6.1. Ekodizains un enerģijas marķējums	35
6.2. Ekomarķējums.....	39
6.3. Priekšlaicīga produktu nolietošanās	42
7. Produktu ilgtspējības īstenošana	47
7.1. Maldinošas zaļās produktu prasības un iespējamie izpildes jautājumi	47
7.2. Patērētāju tiesības. Kā tās var veicināt produktu ilgtspējīgu lietošanu.....	50
7.3. Jaunā tirgus uzraudzības regula	53



Šis materiāls tika izstrādāts projektam *Consumer PRO*, kurš ir Eiropas komisijas iniciatīva Eiropas Patērētāju programmas ietvaros. Eiropas Komisijas atbalsts nenozīmē piekrišanu šī dokumenta saturam, kurš atspoguļo vienīgi tā autoru viedokli. Komisija nevar būt atbildīga par jebkādu šeit ietvertās informācijas izmantošanu.



Šis teorētisko pamatu dokuments ir daļa no apmācību resursiem, izstrādātiem Eiropas Savienības (ES) iniciatīvai **Consumer Pro**, kuras mērķis ir nodrošināt, lai patērētāju organizācijas un citi patērētāju aizsardzības jomas dalībnieki ir labāk sagatavoti savas valsts patērētāju aizsardzībai.

Katra no tēmām ņem vērā sekojošus aspektus:

- Kāpēc tas ir svarīgi patērētājiem?
- Kādi ir galvenie ES politiskie dienas kārtības jautājumi?
- Kāda ir nacionālo un Eiropas patērētāju organizāciju un dalībnieku loma?
- Praktiski piemēri un pētījumi, valsts patērētāju organizāciju informatīvie līdzekļi, kampaņas un komunikācija ar sabiedrību.

Šis teorētiskā pamata dokuments veido daļu no apmācību resursu sērijas. Papildu teorētiskā pamata dokumenti ir izstrādāti arī par vispārīgām patērētāju tiesībām un digitālo tiesību jomām.

Consumer PRO ir Eiropas komisijas iniciatīva Eiropas Patērētāju programmas ietvaros un kuru īsteno BEUC – Eiropas Patērētāju organizācija. Tās mērķis ir ar neformālas izglītības palīdzību palielināt Eiropas valstu patērētāju organizāciju un citu patērētāju aizsardzības jomas dalībnieku kompetenci. Projekts aptver ES dalībvalstis, Islandi un Norvēģiju.

Lai saņemtu vairāk informācijas par projektu, lūdzam rakstīt uz Info@consumer-pro.eu

1. ILGTSPĒJA – IEVADS

Kāpēc ilgtspējība patērētājiem ir svarīga?

Aizvien vairāk Eiropas iedzīvotāju ir noraizējušies par klimata pārmaiņām un nepieciešamību pēc atbilstošas klimata politikas. Saskaņā ar Eiropas barometra pētījumu¹ par eiropiešu attieksmi pret klimata pārmaiņām (no 2020. gada marta):

- **94% pētījuma ES dalībvalstu pilsoņu apgalvo, ka viņiem ir svarīgi aizsargāt vidi,**
- **91% pētījuma dalībnieku apgalvoja, ka klimata pārmaiņas ir nopietna problēma ES,**
- **Saskaņā ar 83% pētījuma dalībnieku, vides aizsardzībai ir nepieciešami attiecīgi tiesību akti Eiropā.**

2019. gada Patērētāju stāvokļa pētījums (Consumer Condition Scoreboard) norāda, ka vairāk nekā puse no aptaujāto ES patērētāju (56,8%) pirkšanas lēmumus ietekmē vides prasības².

To apstiprina BEUC dalīborganizāciju secinājumi par pieaugošu patērētāju interesi par ilgtspējības tēmām. Patērētāju organizācijas saņem arvien vairāk patērētāju jautājumu un ir ieinteresētas, lai cilvēki varētu saņemt noderīgus padomus un rīkus, piemēram, produktu novērtējuma lietotnes.

Tāpēc esam izstrādājuši Consumer PRO apmācības moduli par **ilgtspējību** - lai atbalstītu patērētāju konsultantus un padomdevējus, lai palielinātu zināšanas un atbalstītu un izglītotu patērētājus, veicinātu uzvedības maiņu, kā arī aizstāvētu un lobētu patērētāju intereses.

Eiropas Savienības politiskā dienas kārtība

Eiropas pilsoņu bažas par klimata pārmaiņām un vides jautājumiem ir atspoguļotas ES politiskajā darba kārtībā. Sabiedrības spiediena rezultātā Eiropas Savienība ir izvirzījusi mērķi līdz 2050. gadam kļūt par ekonomiku, kas nerada oglekļa dioksīda emisijas, un līdz 2030. gadam palielinās emisiju samazināšanas mērķi, kas pašlaik ir 40%, līdz 2030. gadam līdz 50 vai, iespējams, 55%. 2019. gada decembrī Eiropas Komisija nāca klajā ar paziņojumu “Eiropas Zaļais kurss”, kas paredz izstrādāt un ieviest visaptverošas Eiropas līmeņa politikas iniciatīvas. Tā mērķis ir palīdzēt ES līdz 2050. gadam panākt klimatneitralitāti.

Lai ieviestu nepieciešamās strukturālās izmaiņas, Eiropas Komisija savā „Eiropas Zaļā kursa” ietvaros paziņoja par pasākumiem, lai pārtikas sistēmas būtu ilgtspējīgas, tiktu uzlabota transporta un mājokļu energoefektivitāte, pārorientētu Eiropas enerģijas piegādi uz atjaunojamiem enerģijas avotiem un ražotu produktus, kas kalpo ilgāk, ir labojami un pārstrādājami. **Eiropas Zaļais kurss ir visaptverošs politiskais virziens pieciem gadiem.** ES politikām, piemēram, rūpniecības politikai, pētniecības politikai, mobilitātei, pārtikai, finansēm, enerģētikai utt., jāatbilst “Eiropas zaļā kursa” mērķiem. Tomēr, lai gūtu panākumus,

¹<https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveyky/2257>

² https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/consumer-conditions-scoreboard-2019-factsheet_en.pdf

būs jāveic dziļas sistēmiskas izmaiņas, kā mēs dzīvojam, ražojam, patērējam un pārvietojamies³. Ir nepieciešams, lai politikas veidotāji ne tikai koncentrētos uz “klimata pārmaiņām”, bet arī nodrošinātu, ka tiek risinātas plašākas sabiedrības un vides problēmas, piemēram, ķīmiskās vielas, bioloģiskā daudzveidība, zemes izmantošana un pārtikas ražošana.

Lai pārliecinātos par jaunajā Eiropas Zaļajā piedāvājumā izklāstīto redzējumu un mērķu sasniegšanu, patērētāju organizācijām kopā ar citām pilsoniskās sabiedrības grupām ir būtiska loma, lai panāktu ES un dalībvalstu atbildību rīkoties saskaņā ar Parīzes saistībām⁴.

Nacionālā dienas kārtība

Lai Latvija īstenotu noteiktos mērķus saistībā ar virzību uz klimatneitralitāti un klimatnoturīgumu ir pieņemti vairāki būtiski nacionāla līmeņa plānošanas dokumenti:

- 2019. gada jūlijā Ministru kabinets apstiprināja **Latvijas pielāgošanās klimata pārmaiņām plānu** laika posmam līdz 2030. gadam, lai palīdzētu Latvijas iedzīvotājiem un tautsaimniecībai labāk pielāgoties jau notiekošajām klimata pārmaiņām un tādējādi mazinātu klimata pārmaiņu radītos zaudējumus.
- 2020. gada janvārī Ministru kabinets apstiprināja **Latvijas stratēģiju klimatneitralitātes sasniegšanai līdz 2050. gadam**, kas ir ilgtermiņa vīzijas dokuments, lai nodrošinātu vienotu valsts virzību, kā arī pamatotu oglekļa mazietilpīgas attīstības pamatprincipu iekļaušanu visu nozaru plānošanas dokumentos.
- 2020. gada janvārī Ministru kabinets apstiprināja **Latvijas Nacionālo enerģētikas un klimata plānu 2021. – 2030. gadam**, kas paredz konkrētus pasākumus SEG emisiju samazināšanā un CO2 piesaistes palielināšanā, t.sk., energoefektivitātes uzlabošanā un atjaunojamo energoresursu veicināšanā enerģētikas, lauksaimniecības, transporta u.c. tautsaimniecības nozarēs, kā arī pētniecības un inovācijas sekmēšanai attiecīgajās jomās.

Vienlaikus saskaņā ar Konvenciju un Parīzes nolīgumu, visām valstīm, t.sk. Latvijai ikgadēji ir jāsagatavo un jāiesniedz SEG inventarizācija, ik pēc diviem gadiem pārskats par politikām, pasākumiem un SEG prognozēm, un ik pēc četriem gadiem ir jāsagatavo nacionālie ziņojumi, kuros sniegta informācija ne tikai par vēsturiskajām un prognozētajām SEG emisijām un to piesaisti, bet arī veiktajiem un iecerētajiem politikas pasākumiem klimata pārmaiņu ierobežošanai, klimata pārmaiņu ietekmi, jutīguma novērtējumu, pielāgošanās pasākumiem, pētījumiem un sistemātiskiem novērojumiem, izglītību, apmācībām u.c. informāciju.

³ Piemēram: Eiropas Vides aģentūra (2019): Ilgtspējības pārejas - politika un prakse, <https://www.eea.europa.eu/publications/sustainability-transitions-policy-and-practice>

⁴ Apvienoto Nāciju Organizācijas Vispārējās klimata pārmaiņu konvencijas puses 2015. gada 12. decembrī panāca ievērojamu vienošanos, lai cīnītos pret klimata pārmaiņām un paātrinātu un pastiprinātu ilgtspējīgai nākotnei ar zemu oglekļa emisiju līmeni nepieciešamās darbības un ieguldījumus. Parīzes līguma galvenais mērķis ir stiprināt globālo reakciju uz klimata pārmaiņu draudiem, saglabājot pasaules temperatūras pieaugumu šajā gadsimtā krietni zem 2 grādiem pēc Celsija pirms rūpniecības laikmeta un turpināt centienus ierobežot temperatūras paaugstināšanos vēl līdz 1,5 grādiem pēc Celsija. <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/what-is-the-paris-agreement>.

Patērētāju organizāciju iesaiste

Patērētāju organizācijas vēsturiski ir iesaistījušās vides politikā, jo īpaši jomās, kuras saistītas ar patērētāju informēšanu, piemēram, ekomarķējumu un enerģijas vai automašīnu marķēšanu, produktu dizaina politiku un patērētāju tiesību aizsardzību.

Pēdējos gados patērētāju organizācijas aktīvāk iesaistās pasākumos, kuru mērķis ir aizsargāt planētu, ņemot vērā nākamo paaudžu intereses.

Ir svarīga sabiedrības, kā arī politikas veidotāju informētība par ārkārtas situāciju klimata jomā. Tiek uzsvērt nepieciešamība pēc sadarbības starp patērētāju aizstāvjiem un politikas veidotājiem. Lai tas gūtu panākumus, ir svarīgi, lai patērētāji iesaistītos politikas izstrādē. Neatkarīgi no tā, kā mēs ēdam, pārvietojamies, ceļojam, dzīvojam vai lietojam produktus un pakalpojumus, ir nepieciešama kritiska patērētāju attieksmes un uzvedības maiņa. Ir ļoti svarīgi, lai turpmākajos mēnešos un gados ieviestā politika patērētājus izvirzītu centrā.

Eiropas patērētājiem ir milzīga pirktspēja, tāpēc ir svarīgi, lai patērētāji izvēlētos ilgtspējīgus produktus un pakalpojumus. Lielākā daļa patērētāju pirkšanas lēmumu pieņem pirms došanās uz veikaliem. Patērētāju organizācijām ir svarīga loma šajā procesā, jo tās darbojas kā uzticami starpnieki, kas katru dienu informē miljoniem cilvēku, izmantojot mājas lapas, žurnālus, tālruņa līnijas, rakstus un videoklipus. Tomēr ir svarīgi, lai ilgtspējīgāki produkti un pakalpojumi būtu pieejami.



Turpmākajos gados patērētāju organizāciju un konsultantu loma tikai pieaugs, lai, piemēram, turpinātu:

- sniegt pastāvīgas konsultācijas ilgtspējīgiem produktiem un pakalpojumiem;
- sniegtu produktu un pakalpojumu testus/pārbaudes attiecībā uz to ietekmi uz vidi;
- palīdzēt kolektīvu iepirkumu organizēšanā, lai samazinātu ilgtspējīgu produktu, piemēram, saules bateriju cenas⁵;
- patērētāju iesaistīšana debatēs: attālinātās sapulcēs, kur citi patērētāji dalās ar savu pieredzi, piemēram, par atjaunojamiem enerģijas avotiem⁶, pasākumu organizēšana, lai informētu cilvēkus par to, kā mēs dzīvojam / dzīvosim nākotnē⁷, un kolektīvās aktivitātes, piemēram, apkopojot nevēlamu un nevajadzīgu iepakojuma atkritumu attēlus un nosūtot tos politikas veidotājiem un uzņēmējiem;
- sadarbība ar sociālajiem darbiniekiem, lai palīdzētu patērētājiem, kuri cīnās par enerģijas rēķinu apmaksu. Patērētāju izglītošana par efektīvu enerģijas izmantošanu mājās;

⁵ Skatīt 3. nodaļu par mājokli

⁶ Skatīt 3. nodaļu par mājokli

⁷ <https://www.altroconsumo.it/festival-2019#>

- sadarbība ar skolām un skolotāju apmācība ⁸;
- semināru organizēšana, lai izskaidrotu, kā izmantot jaunus produktus un pakalpojumus, piemēram, elektrisko transportlīdzekli ⁹;
- veikt izpēti par patērētājiem aktuālām tēmām, piemēram, par atkritumu samazināšanu vai izturīgāku, ilgtspējīgāku produktu iegādi ¹⁰¹¹;
- apmācību programmu izstrāde, lai padarītu patērētāju organizācijas un patērētāju politikas dalībniekus labāk sagatavotus patērētāju aizsardzībai katrā valstī, tostarp par ilgtspējības jautājumiem;
- digitālas lietotnes, lai palīdzētu patērētājiem izvēlēties veselīgāku pārtiku un izvairīties no kaitīgām ķīmiskām vielām produktos¹²;
- labāko vides marķējumu popularizēšana, piemēram, ES ekomarķējums.

Ilgtspējība COVID 19 kontekstā

Raksta tapšanas laikā COVID 19 pandēmijas īstermiņa, vidējā un ilgtermiņa ietekme nav zināma, taču skaidrs, ka krīze krasi ietekmēs visu mūsu dzīvi gan īstermiņā, gan vidējā, gan ilgtermiņā. Līdztekus tūlītējai reaģēšanai uz veselības krīzi, politikas veidotāji valsts, Eiropas un starptautiskā līmenī apspriež politikas pasākumus, kas var mazināt negatīvo ekonomisko un sociālo ietekmi. Tas attiecas uz tūlītēju ārkārtas atbalstu, bet ietver lēmumus arī par ilgtermiņa ieguldījumiem ekonomikas atdzīvināšanai pēc tūlītējās veselības krīzes beigām

Eiropas Zaļā kursa reformas mūs virza pareizā virzienā, jo mērķis nav atgriešanās pie “vecā normālā”, kas virza tuvāk klimata krīzei. Valsts naudas līdzekļi jāvirza uzņēmumu glābšanai, bet to darbībai jābūt vērstai uz ilgtspējības nodrošināšanu.



Ir svarīgi neatkārtot pagātnes kļūdas, piemēram, 2009. gada finanšu un ekonomisko krīzi, kad daudzi ziņoja, ka nevar izkļūt no krīzes, tomēr mainoties situācijai netika gūtas mācības. Tāpēc patērētāju organizācijas ir apņēmušās aktīvi piedalīties pārejas procesā.

⁸ MundoOn projekts Portugāle, lai apmācītu skolotājus: <https://decojovem.pt/iniciativa/mundon/>

⁹ Pilsoņu konsultāciju elektrisko transportlīdzekļu darba grupa 2019
<https://www.youtube.com/watch?v=i3KkP0AohI8&feature=youtu.be>

¹⁰ Skatīt 7.3. Nodaļu par PROMPT projektu.

¹¹ Vācu Verbraucherzentrale Bundesverband, veicot sabiedriskās domas aptauju, atklāja, ka 96% patērētāju uzskata, ka ir svarīgi, ka rodas mazāk iepakojuma atkritumu, un 89% uzskata, ka ES vajadzētu uzlikt par pienākumu lielo sadzīves tehnikas ražotājiem padarīt produktus labāk remontējamus.

¹² BEUC dalībnieki, Forbrugerrådet TÆNK (Dānija), Sveriges Konsumenter (Zviedrija) un VKI (Austrija) ir daļa no LIFE finansētā projekta Ask Reach: <https://www.askreach.eu/partners-and-supporters/>. Forbrugerrådet TÆNK arī ieprogrammēja lietotni ‘Kemiluppen’ un UFC Que Choisir lietotni ‘QuelCosmetic’, lai palīdzētu patērētājiem izvēlēties kosmētiku, kas nesatur noteiktas kaitīgas ķīmiskas vielas.

Kamēr Eiropas Komisija mudina pilsoniskās sabiedrības organizācijas pievērst uzmanību Eiropas Zaļā kursa reformām, COVID-19 krīze rada neizbēgami nopietnu ietekmi un tā būs izšķiroša jautājumā, vai mēs spējam laikus atrisināt klimata krīzi.

No patērētāja perspektīvas pastāv gan riski, gan iespējas. Ņemot vērā nacionālo kontekstu valstu patērētāju profesionāļiem ir svarīgi pārdomāt faktorus, formulējot attiecīgas reaģēšanas stratēģijas.

Turpmāk iespējams paredzēt sekojošus riskus:

- investīcijām strukturālām pārmaiņām būs pieejama mazāk valsts nauda, kas var ietekmēt budžetu, kas tiek tērēts, piemēram, pētniecībai un inovācijām, infrastruktūras modeļu projektu ieviešanai (piemēram, elektrisko transportlīdzekļu uzlādes stacijām), ekoloģiskām sabiedriskām ēkām (piemēram, pasīvām biroju ēkām ar novatoriskām gaismas, ventilācijas, lietus ūdens savākšana, izmantojot atjaunojamo enerģiju utt.);
- valstu politikas veidotāju pretestība Eiropas Zaļā kursa virzībai;
- patērētāji ir mazāk vērīgi, jo viņus nodarbina citas problēmas;
- ja patērētāji ir zaudējuši darbu, tad dzīvot ilgtspējīgāk, bet dārgāk var nebūt prioritāte;
- uzņēmumi var izmantot iespēju prasīt lielāku cenu par ilgtspējīgiem produktiem, pat par tādiem produktiem, kuri neizpilda solīto.

Turpmāk varētu būt sekojošas iespējas:

- patērētāju izpratne par to, ka pārmaiņas ir vajadzīgas, iespējamās un īstenojamas;
- ierobežojumu laikā apgūtās jaunās patērētāju prasmes, zināšanas un interese, piemēram, ēdiena gatavošana, šūšana, rotaļas ar bērniem, atbalsts vietējiem mazajiem uzņēmumiem, vairāk darot, izmantojot videokonferences profesionāliem mērķiem;
- interese par neskartu dabas vidi, piemēram, mazāku trokšņu, tīrāks gaiss, putnu dziedāšana pilsētās, utt.
- dzīvesveida maiņa, piemēram, drēbju, rotaļlietu un grāmatu apmaiņa, produktu ilgāka lietošana un labošana, biežāka ēdiena gatavošana mājās, nevis restorāna apmeklēšana, kvalitatīvāka laika pavadīšana ģimenes lokā;
- solidaritātes sajūta, ka varam pārvarēt lielu krīzi, ja visi strādāsim kopā un rīkosimies kopējās interesēs. Tas var radīt cilvēkiem sajūtu, ka viņi nav bezpalīdzīgi un viņu rīcībai ir nozīme.



2. ILGSTPĒJĪGI MĀJOKĻI

Kāpēc patērētājiem ir svarīgi ilgtspējīgi mājokļi?

Patērētāji ir novērojuši, ka viņu rēķini par enerģiju pieaug, daudziem ir grūtības kontrolēt rēķinus, jo viņi dzīvo energo neefektīvās mājās vai nevar piekļūt ilgtspējīgākiem risinājumiem.



Ēkas Eiropas Savienībā patērē lielāko enerģijas patēriņa daļu, jo sevišķi mājokļu sektors, kurš veido 45% no kopējā enerģijas patēriņa apkurei un dzesēšanai. **Lai sasniegtu ES klimata mērķus Eiropas mājokļiem jāklūst ilgtspējīgiem.** Lielākā daļa 2050. gada mājokļu fonda jau pastāv, un tas būs jāatjauno. Uzmanība jāpievērš ēku dekarbonizācijai, izmantojot renovāciju, pāreju uz atjaunojamu apkuri un dzesēšanu, izmantojot efektīvus produktus un ierīces, viedās ēku/ierīču pārvaldības sistēmas un materiālu uzlabošanu, izolācija.

Kaut arī energoefektīvas mājas ir labvēlīgas patērētāju ekonomijai, klimatam un sabiedrības veselībai (mazāks gaisa piesārņojums), patērētāji bieži vien cenšas saskatīt ieguvumus no ieguldījumiem renovācijā un trūkst instrumentu, lai to izdarītu. Informācija par finansējumu ir vai nu maz zināma, vai arī nav pieejama. Pēc BEUC locekļu, nacionālo patērētāju organizāciju, domām, galvenie jautājumi, kas kavē patērētājus uzsākt mājas renovāciju, ir sekojoši:

- pietrūkst pārliecība par ieguvumiem no mājokļa renovācijas;
- pietrūkst pieejama/atbilstoša renovācijas finansējuma;
- pietrūkst juridiska noteiktība;
- pietrūkst uzticama un neatkarīga padoma.

Patērētāju iesaistīšana pārejā uz tīrāku enerģiju ir galvenais noteicošais faktors, lai panāktu sabiedrības piekrišanu pārmaiņām. Lai gan patērētāji ir ieinteresēti aktīvi piedalīties pārejā uz tīrāku enerģiju, viņiem realitātē jābūt pārliecinātiem, ka viņi var ietaupīt naudu, uzlabot komforta līmeni un enerģijas pārejas laikā būt energoapgādes drošībā.

Patērētājiem nepieciešama informācija par viņu izvēles ietekmi un ar to saistītajām oglekļa emisijām. Viņiem jāspēj viegli noteikt sev piemērotākie risinājumi, piemēram, izvēloties enerģijas izmantošanas veidu vai apzinot kopējās īpašuma izmaksas, ieguldot apkures vai dzesēšanas iekārtās. Viņiem ir nepieciešama informācija un ērta piekļuve pieejamajām atbalsta shēmām. Tajā pašā laikā viņiem ir nepieciešams atbilstošs kvalificētu speciālistu padoms, kas atjauno viņu mājas, kā arī palīdz ar procesu organizēšanu, kamēr notiek mājokļa renovācija. Lai veicinātu patērētāju uzticēšanos un noteiktību par ieguldījumiem, jebkurai informācijai jābūt daļai no risinājuma, kura balstās labi izstrādātu un stabilu politiku.

Eiropas Savienībā tika izveidots tiesiskais regulējums attiecībā uz ēku energoefektivitāti, kas ietver Ēku energoefektivitātes direktīvu 2010/31 / ES (EPBD) un Energoefektivitātes direktīvu 2012/27 / ES. Abas direktīvas 2018. un 2019. gadā tika grozītas kā daļa no pakotnes - "Tīrā enerģija visiem eiropiešiem".

Pirmkārt, [Ēku energoefektivitātes direktīvas \(2018/844/EU jeb EPBD\)](#) grozījumi paredz stingru apņemšanos modernizēt ēkas Eiropas Savienībā, ņemot vērā tehnoloģiskos uzlabojumus un palielinot ēku renovāciju. EPBD pilnvaro dalībvalstis izstrādāt valsts ilgtermiņa atjaunošanas stratēģijas, lai līdz 2050. gadam, lai padarītu ES ēku fondu efektīvāku, kas nozīmē emisiju samazinājumu par 80–95% salīdzinājumā ar 1990. gadu. Šis visaptverošais politikas mērķis tiks sasniegts, izmantojot dažādus pasākumus t.i. noteikumi, sākot ar ēku "vieduma rādītāja" līdz energoefektivitātes sertifikātiem (EPC). Pirmkārt nepieciešams rīks, kas mēra ēku spēju izmantot jaunas tehnoloģijas un mijiedarboties ar tīklu, lai sasniegtu augstāku efektivitātes līmeni. Turpmāk nepieciešama sertifikācijas shēmas, lai konstatētu ēku energoefektivitāti pirms un pēc renovācijas. Direktīva nosaka arī elektrisko transportlīdzekļu (EV) uzlādes punktu ieviešanu jaunām dzīvojamām ēkām un pieprasa, lai dalībvalstis, izstrādājot nacionālās renovācijas stratēģijas, apsver pasākumus enerģijas nabadzības mazināšanai. Termins EPBD transponēšanai valsts tiesību aktos bija 2020. gada marts.

Otrkārt, [grozītajā direktīvā par energoefektivitāti \(2018/2002\)](#) tika panākta vienošanās atjaunināt politikas ietvaru līdz 2030. gadam. Grozītās direktīvas galvenā nozīme ir energoefektivitātes mērķis 2030. gadam vismaz 32,5% apmērā. Mērķis, kas kopīgi jāsasniedz visā ES, ir noteikts salīdzinājumā ar 2007. gada modelēšanas prognozēm 2030. gadam. Viens no pārskatītās Energoefektivitātes direktīvas galvenajiem mērķiem ir samazināt enerģijas patēriņu un līdz ar to samazināt enerģijas rēķinus patērētājiem. Tās mērķis ir arī padarīt Eiropu mazāk atkarīgu no enerģijas importa, stimulēt ražotājus ieviest jauninājumus un piesaistīt vairāk ieguldījumu būvniecības nozarē.

Treškārt, [pārvaldības regulu \(Regula 2018/1999\)](#) var definēt kā "Tīras enerģijas visiem eiropiešiem" paketes stūrakmeni, nosakot virzību sasniegt Enerģētikas savienības ilgtermiņa mērķus saskaņā ar Parīzes klimata nolīgumu. Liekot dalībvalstīm izstrādāt ilgtermiņa stratēģijas un integrētus nacionālos enerģētikas un klimata planus. Regulā ir noteikti skaidri noteikumi, kā cita starpā sasniegt ES energoefektivitātes mērķi 2030. gadam.

Eiropas Komisija kā vienu no galvenajām prioritātēm izvirzīja **Eiropas Zaļo kursu** un Eiropas Zaļā kursa ietvaros ieviesa publisko un privāto ēku renovācijas iniciatīvu. Tās mērķis ir veikt turpmākas darbības un radīt nepieciešamos apstākļus, lai palielinātu ēku renovāciju un izmantotu ievērojamo būvniecības nozares ietaupījumu potenciālu. Saskaņā ar [Eiropas Komisijas paziņojumu par zaļo piedāvājumu](#) no 2019. gada decembra:

"Komisija stingri īsteno tiesību aktus, kas saistīti ar ēku energoefektivitāti. Tas sāksies ar dalībvalstu ēku renovācijas ilgtermiņa stratēģiju novērtējumu 2020. gadā. Komisija uzsāks arī darbu pie iespējas iekļaut ēku emisijas Eiropas emisiju tirdzniecībā kā daļu no plašākiem centieniem nodrošināt, lai dažādu enerģijas avotu relatīvās cenas sniegtu impulsu energoefektivitātei. Turklāt Komisija pārskatīs Būvzstrādājumu regulu. Tai būtu

jānodrošina, ka jaunu un atjaunotu ēku dizains visos posmos atbilst aprites ekonomikas vajadzībām, kā arī palielina ēku digitalizāciju un klimata necaurlaidību”.

Paralēli Komisija ierosina sadarboties ar ieinteresētajām pusēm. Paredzams, ka tā būs atvērta platforma, kas apvienos attiecīgās ieinteresētās puses. Turklāt ēku atjaunošanai būs pieejams ievērojams finansiāls atbalsts, kas BEUC dalīborganizācijām un citiem patērētāju profesionāļiem var sniegt unikālu iespēju izveidot nacionālās konsultāciju programmas un palīdzēt patērētājiem piekļūt šīm ēku renovācijas finansējumam. Saskaņā ar Komisijas darba programmu šī iniciatīva tika pieņemta 2020. gada trešajā ceturksnī.

Nacionālā dienas kārtība

Saskaņā ar Latvijas Nacionālo enerģētikas un klimata plānu 2021. – 2030. gadam ēku sektorā patērētā enerģija veido līdz 40% no visas energobilances, tādēļ ēku sektors ietver ievērojamu potenciālu kopējo energoefektivitātes mērķu sasniegšanā.

Ēku fonds kopā sastāda 1.37 milj. ēku ar kopējo platību 204,7 milj. m². Fonds sadalās divās daļās - dzīvojamās ēkās un nedzīvojamās ēkās.

Dzīvojamās ēkas sastāda 367,9 tūkst. ēku ar kopējo platību 90,1 milj. m² (pēc platības 45%).

Lielākajai daļai esošo ēku ir **augsts energoresursu patēriņš**, un tām ir būtiski zemākas siltumtehniskās īpašības, nekā var nodrošināt ar šobrīd pieejamām tehnoloģijām. Vidējie enerģijas patēriņi apkurei visu tipu ēkām ir 138-139 kWh/m² gadā: dažāda tipa viendzīvokļa ēkām sastāda - 139 kWh/m² gadā; daudzdzīvokļu ēkām - 137 kWh/m² gadā.

Laika periodā no 2009.gada līdz 2019.gada septembrim daudzdzīvokļu ēku atjaunošanā ieguldīts kopējais finansējums 235,27 milj.EUR apmērā, t.sk. ES struktūrfondu finansējums 106,45 milj.EUR apmērā, atjaunojot 838 ēkas un nodrošinot vidējo siltumenerģijas patēriņu apkurei 95,61 kWh/m² gadā.

Ar 2013.gada 9. janvāri ir stājies spēkā jaunais **Ēku energoefektivitātes likums**.

Likumā iekļautās tiesību normas izriet no Eiropas Parlamenta un Padomes 2010.gada 19. maija direktīvas 2010/31/ES par ēku energoefektivitāti un likums ir saskaņā ar EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES DIREKTĪVA (ES) **2018/844** (2018. gada 30. maijs).

Ēku energoefektivitātes likumam pakārtotie noteikumi:

- Ministru kabineta 2013. gada 25. jūnija noteikumi Nr.348 „Ēkas energoefektivitātes aprēķina metode” (turpmāk-MK noteikumi Nr.348);
- Ministru kabineta 2013. gada 9. jūlija noteikumi Nr.383 „Noteikumi par ēku energosertifikāciju” (turpmāk- MK noteikumi Nr.383);
- Ministru kabineta 2018.gada 21.augusta noteikumi Nr.531 "Noteikumi par neatkarīgu ekspertu kompetences novērtēšanu un profesionālās darbības uzraudzību ēku energoefektivitātes jomā" (turpmāk-MK noteikumi Nr.531).

Dažas galvenās patērētāju organizāciju darba jomas ir sekojošas:

- **Padomu sniegšana patērētājiem par to, kā samazināt enerģijas patēriņu:** Patērētājiem ne vienmēr ir pieejama skaidra un saprotama informācija. Patērētājiem ir jāspēj izvēlēties labākos risinājumus, izvēloties enerģijas piegādātājus un avotus vai investējot tīrās tehnoloģijās (piemēram, siltumsūkņos). Dažas patērētāju organizācijas sniedz vispārīgus padomus par energoefektivitāti un padomus, kā arī salīdzina produktus (piemēram, par apkures ierīcēm).
- 
- **Palīdzība patērētājiem renovējot mājas:** piemēram, kā samazināt energoefektivitātes atšķirības, kā pieteikties pie neatkarīga eksperta vai informācija par energoefektivitātes sertifikātiem. Kā iespējamais nākamais solis patērētāju organizācijas varētu turpināt koncentrēties uz to, lai sniegtu patērētājiem pielāgotus padomus enerģijas renovācijai, kā arī patērētāju konsultēšana soli pa solim (visa procesa laikā), organizētu kolektīvu ēku renovācijas pasākumus un piedāvātu jaunus pakalpojumus.
 - **Ietekme uz tiesību aktiem, lai nodrošinātu, ka patērētāji var viegli piekļūt visiem nepieciešamajiem rīkiem:** patērētāji ir jāatbalsta ar finansiāliem stimuliem un atbilstošu politiku, kas nodrošina ieguldījumu noteiktību. Renovācijas programmas, videi draudzīgi aizdevumi vai stimuli namīpašniekiem ir galvenās jomas, kurās patērētāji var labāk iesaistīties enerģijas pārejā. Īpaša uzmanība jāpievērš patērētājiem neaizsargātās situācijās, kā arī īrniekiem un daudzdzīvokļu namiem.
 - **Sekot līdzi situācijai tirgū, meklēt labākus piedāvājumus un aizstāvēt patērētāju tiesības:** jāpaveic vairāk, lai palielinātu energoefektivitāti un pāreju uz atjaunojamiem enerģijas avotiem apkures un dzesēšanas nozarē. Veselīgas konkurences nodrošināšana starp uzņēmumiem, kā arī patērētāju tiesību un aizsardzības nodrošināšana ir daļa no šī darba.
 - **Ar ēku renovāciju saistīto tehnisko standartu un produktu pārbaude** (piemēram, materiālu pārbaude: logi, izolācija).

Valstu piemēri patērētāju izglītošanai un iesaistei

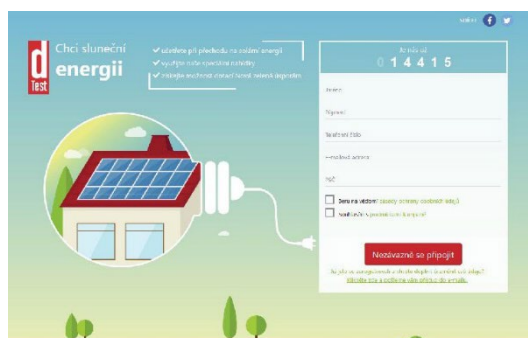
- **Atjaunojamās enerģijas iekārtu iepirkšana grupās**

CLEAR projekts atbalsta vairākas valstis ar grupu iepirkuma kampaņām.

Saules paneļi - Beļģijā un Čehijā tie bija saules paneļi. Beļģija ir atbildīga par 8 tonnu CO2 emisiju izmešiem gadā, CLEAR projekts atbalstīja daudzas valstis ar grupu iepirkuma kampaņām.



Test-Achats katru gadu izdevās palīdzēt samazināt 60 000 tonnu CO2 emisiju, iegādājoties saules baterijas¹³.



Čehijā **“Es vēlos saules enerģiju”**¹⁴ kampaņā tika reģistrēti 14,556 ieinteresēti patērētāji kolektīvi iegādājoties saules fotoelementus.

Siltumsūkņi un granulu krāsnis arī bija daļa no kolektīvām iepirkuma shēmām Beļģijā, Čehijā, Slovēnijā, Portugālē, Spānijā un Itālijā¹⁵.

Lietuva - SOL projekts “Saules enerģija daudzdzīvokļu ēkām” - Kopš 2017. gada [ALCO](#) (Lietuvas Patērētāju organizāciju aliance) iestājas par vairāk saules fotoelektrisko tehnoloģiju izmantošanu daudzdzīvokļu ēku sektorā, kur ir liela atšķirība salīdzinājumā ar tām dzīvošana mājās tika identificēta. Veicot starptautiskas partnerattiecības un veicot labākās starptautiskās prakses un iespējamo risinājumu izpēti, ALCO izveidoja stingru aizstāvības pozīciju nacionālās politikas veidošanā. Enerģētikas ministrs to ir atzinis par svarīgu ieinteresēto personu un tika uzaicināts kļūt par vienu no pieciem sākotnējiem aktīvo patērētāju (Prosumers) alizanses parakstītājiem ministrijas paspārnē. Patērētāju shēma, kas ieviesta 2019. gada oktobrī, pašlaik tiek uzskatīta par vienu no patērētājiem draudzīgākajām ES, paverot reālas iespējas dzīvokļos dzīvojošām ģimenēm kļūt par patērētājiem un pārvarēt daudzos šķēršļus, kas tikai pirms dažiem gadiem tiek uzskatīti par nepārvaramiem.

Citizens Advice Bureau, UK - [Palīdzība patērētājiem padarīt vinu māju energoefektīvāku.](#)

UK- Tirgotāju novērtēšana un apstiprināšana: Patērētāju organizācija Which? ir izstrādājusi uzticama tirgotāja logotipu, kas palīdz patērētājiem izvēlēties pareizo tirgotāju un atpazīt

¹³ Test-Achats žurnāla izdevums Nr. 623, oktobris 2017.gads.

¹⁴ www.chcislunecnienegii.cz

¹⁵ https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-008_clear.0_factsheet_0.pdf

labos tirgotājus, veicot mājas remontu vai meklējot profesionālu palīdzību, lai uzlabotu energoefektivitāti mājās. Etiķete ir reputācijas un uzticības zīme.

STEP projekts: BEUC koordinē projektu [Risinājumi enerģijas nabadzības novēršanai](#) (STEP), kurā piedalās 9 BEUC dalīborganizācijas. Projekta galvenā ideja ir sniegt vienkāršus un konkrētus padomus neaizsargātiem patērētājiem, kā arī informēt par pasākumiem, lai viņi varētu ietaupīt enerģijas rēķinus. STEP projektu padara unikālu tas, ka nacionālās patērētāju organizācijas apvienojas ar tiešajām darba ņēmēju grupām, kuras jau tagad sniedz neaizsargātiem iedzīvotājiem padomus par dažādiem jautājumiem, piemēram, mājaisaimniecības budžeta padomus vai padomus veselības jomā, lai sazinātos ar cilvēkiem, kurus apdraud enerģijas nabadzības risks. Projekts ir saņēmis finansējumu no Apvārsnis 2020 finansēšanas programmas. Plašāku informāciju skatiet: STEP projekta tīmekļa vietnē (: [STEP project website](#)) un STEP ziņojumos ([STEP's reports](#)).



CLEAR un CLEAR 2.0 projekts: CLEAR projekts veicina patērētāju iespēju uzzināt par atjaunojamiem enerģijas avotiem, iesaistīties un pieņemt tos. CLEAR 2.0 bija Eiropas patērētāju organizāciju projekts, lai konsultētu un atbalstītu patērētājus, kuri vēlas mājaisaimniecībā saražot elektroenerģiju un siltumu no atjaunojamiem enerģijas avotiem. Projektu finansēja Eiropas Savienības pētniecības un inovāciju programma "Apvārsnis 2020", un tas norisinājās no 2017. gada septembra līdz 2020. gada februārim



CLEAR projekta ietvaros tika paveikts sekojošais:

- Veicot tiešsaistes intervijas, labāk izprast patērētāju motivāciju un galvenos faktorus, kā mainīt viņu uzvedību;
- Pārbaudīt, kas liek patērētājiem efektīvāk izmantot enerģiju, uzraugot mājaisaimniecību grupu, nodrošinot viņiem informāciju un aprīkojumu;
- Palīdzēt patērētājiem izdarīt apzinātāku izvēli, novērtējot atjaunojamo energoresursu sistēmu veiktspēju un padarot šo informāciju pieejamu vairākām mājaisaimniecībām, izmantojot jaunus tiešsaistes rīkus;
- Palīdzēt patērētājam pirkt lētāk un gudrāk, izmantojot kolektīvos pirkumus;
- Veicināt atbildīgākas valstu un ES enerģētikas politikas izstrādi, lai vienkāršotu administratīvos procesus, kā arī veidotu vienas pieturas aģentūras, kas patērētājiem sniedz informāciju un personalizētus padomus.

Papildus informācija pieejama šeit: [CLEAR 2.0 website](#), [factsheet](#) un [CLEAR 2.0 results and recommendations](#).

Papildu resursi par ilgtspējīgu mājokli - faktu lapas, publikācijas, saites

- **Faktu lapa par Clear 2.0 projektu** - ļaujot patērētājiem uzzināt par atjaunojamo enerģiju
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-008_clear.0_factsheet_0.pdf
- **BEUC pozīcijas dokuments par enerģijas patērētāju nākotni**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-055_the_future_of_energy_consumers.pdf
- **BEUC pozīcijas dokuments: mazāks enerģijas patēriņš, mazāki rēķini par enerģiju:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-029_lower_energy_consumption_lower_energy_bills.pdf



3. ILGTSPĒJĪGS FINANSĒJUMS

Kāpēc patērētājiem ir nepieciešams ilgtspējīgs finansējums?

Lai palīdzētu cīņā pret klimata pārmaiņām un spētu dzīvot ilgtspējīgi, uzmanība ir jāpievērš finanšu un finanšu sistēmu risināšanai. Pašlaik patērētāji nav pietiekami informēti par to, ka viņi var mainīt savu finanšu izvēli un virzīt tirgu.

Lielākajai daļai patērētāju bankas ir visu finanšu pārvaldības vienas pieturas aģentūra. Viņi saņem algu un visus citus maksājumus un pabalstus norēķinu kontos, kā arī ar savas bankas starpniecību uzkrāj naudu un iegulda pensijā, ņem kredītus, pērk apdrošināšanu un tamlīdzīgi. Tas nozīmē, ka katru gadu caur bankām tiek pārskaitīti triljoni euro, naudu, ko varētu iztērēt iniciatīvās, kas pozitīvi ietekmē vidi un sabiedrību un veicina klimata pārmaiņu mazināšanu.

Nemot vērā situācijas steidzamību un, neraugoties uz pašreizējiem centieniem virzīt resursus uz ilgtspējīgu ekonomiku, lielākā daļa banku turpina izmantot šos triljonus, lai ieguldītu un finansētu emisijas intensīvās darbības, tostarp fosilā kurināmā nozarēs.



Piemēram, Zviedrijā septiņas lielākās bankas fosilajā enerģijā iegulda gandrīz divreiz vairāk ietaupījumu līdzekļu nekā ilgtspējīgā enerģijā. No katriem simts centiem, ko zviedru bankas iegulda un aizdod enerģētikas nozarei, SEK 64 tiek novirzīti fosilajai enerģijai un tikai 36 SEK - ilgtspējīgai enerģijai. Kopumā bankas fosilajā enerģijā ieguldīja 44,2 miljardus Zviedrijas kronu un ilgtspējīgā enerģijā tikai 9,8 miljardus Zviedrijas kronu¹⁶.

Daudzi patērētāji vēlas, lai viņu nauda palīdzētu veidot zaļāku, taisnīgāku un iekļaujošāku sabiedrību, piemēram, finansētu darbības, kurām ir pozitīva ietekme uz vidi. Tomēr pašlaik finanšu iestādes nepietiekami ziņo par savām vides stratēģijām, tostarp par to, kur tiek ieguldīta nauda. Šajā kontekstā finanšu iestādes turpina sniegt neuzticamas finanšu konsultācijas, kad patērētāji izņem ieguldījumu fondu vai dzīvības apdrošināšanas polisi, neņemot vērā patērētāju ilgtspējības vēlmes. Rezultātā patērētāji var neapzināti veicināt vides, klimata un cilvēktiesību pārkāpumus, un viņiem trūkst rīcības brīvības.

ES politiskā dienas kārtība

2020. gada darba programmā Eiropas Komisija paziņoja par nodomu 2020. gada trešajā ceturksnī publicēt atjaunotu **Ilgtspējīgu finanšu stratēģiju**. 2020. gada aprīlī Eiropas Komisija

¹⁶ <https://fairfinanceguide.se/media/494515/lagg-om-vaxeln.pdf>

uzsāka sabiedrisko apspriešanu par atjaunoto ilgtspējīgas finanšu stratēģiju, uz kuru BEUC atbildēja¹⁷ apstiprinot patērētāju bažas par plašākām ilgtspējīgām finanšu debatēm.

Apspriešanās tika sadalīta divās galvenajās sadaļās: 1) pirmā adresēta visām ieinteresētajām pusēm par to, kā finanšu nozare un ekonomika var kļūt ilgtspējīgāka; 2) Otrais bija paredzēts ekspertiem, uzdodot papildu tehniskus un stratēģiskus jautājumus par ilgtspējīgu finanšu nākotni. BEUC atbilde uz apspriešanas dokumentu sniedza vairākus konkrētus politikas ieteikumus Eiropas Komisijai, lai nodrošinātu, ka patērētāji tiek labāk informēti par finanšu pakalpojumu ilgtspējības raksturlielumiem:

- atklāt finanšu produktu ilgtspēju (krājkonti, ieguldījumu fondi, dzīvības apdrošināšana, pensijas utt.). Piemēram, pamatojoties uz krāsu klasifikācijas sistēmu, kas līdzīga labi pazīstamajai enerģijas etiķetei, kur noturīgākais zaļais A ir visnoturīgākais un sarkanais G vismazāk noturīgais;
- Eiropas iestāžu lielāki centieni apkarot finanšu pakalpojumu sniedzēju "zaļmaldināšanu", kas ir galvenais risks patērētājiem;
- brūnās taksonomijas izstrāde darbībām, kas negatīvi ietekmē klimatu un vidi;
- prasība Eiropas uzraudzības iestādēm ikgadējo pētījumu ietvaros novērtēt ESG produktu izmaksas un veiktspēju salīdzinājumā ar tradicionālajiem partneriem;
- labāka ESG reitingu un ESG reitingu aģentūru uzraudzība un regulēšana
- noteikumi par ES ekomarķējuma izveidošanu finanšu mazumtirdzniecības produktiem;
- prasība finanšu konsultantiem novērtēt klientu izvēles ilgtspēju, prasība finanšu konsultantiem, sniedzot ieguldījumu konsultācijas, atbilstoši apmācīt par ESG produktiem;
- iniciatīvas, kas palīdz patērētājiem salīdzināt kredītiestāžu un citu finanšu uzņēmumu ilgtspējību un ieguldījumu praksi, piemēram, [Fair Finance Guide](#).

Citi attiecīgie ES tiesību akti un iniciatīvas ilgtspējīgu finanšu jomā:

- **Ieguldījumu produktu ES ekomarķējums** - Eiropas Komisijas izveidota ekspertu grupa, kas izstrādā ES ekomarķējumu finanšu produktiem, pamatojoties uz taksonomiju, ES ilgtspējīgu darbību klasifikācijas sistēmu, lai palīdzētu investoriem, uzņēmumiem, emitentiem un projektu virzītājiem pāriet uz ekonomika ar zemu oglekļa dioksīda emisiju līmeni, elastīga un resursu ziņā efektīva. Pilsoniskā sabiedrība, tostarp BEUC ir iesaistīta, lai darbotos kā ekomarķējuma koordinators un nodrošinātu uzticamu marķējumu, kas balstīts uz stingriem nosacījumiem, lai izvairītos no patērētāju maldināšanas.
- 2020. gada martā Eiropas Komisijas Kopīgais pētījumu centrs iesniedza priekšlikumu par ES ekomarķējuma prasībām mazumtirdzniecības finanšu pakalpojumu produktiem. BEUC 2020. gada aprīlī publicēja komentārus¹⁸ (sadarbībā ar citām

¹⁷https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-069_consultation_on_the_renewed_sustainable_financial_strategy.pdf

¹⁸http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026_ecolabel_financial_products_ngo_joint_briefing.pdf

pilsoniskās sabiedrības organizācijām) kuri izceļ bažas par priekšlikumu. BEUC un citas pilsoniskās sabiedrības organizācijas paziņoja, ka priekšlikums ir jāuzlabo, lai nodrošinātu, ka ES ekomarķējums ir piemērots mērķim, un nodrošina, ka produkti, uz kuriem attiecas ES ekomarķējums, ir paredzēti ieguldījumiem videi draudzīgā ekonomiskā attīstībā. Tika ierosināts, ka galīgais marķējums atbilst privāto ieguldītāju cerībām, t.i., vismaz 51% no zaļajiem ieguldījumiem fondos un noteikti izslēgšanas kritēriji videi kaitīgām nozarēm. BEUC iestājas par nākotnes ES ekomarķējumu, kas aizsargātu privātos ieguldītājus un patērētājus no "zaļmaldināšanas" un atbilstu prasībām par videi draudzīgu marķējumu.

- **Deleģēto aktu projekti „MiFID II” (Finanšu instrumentu tirgus direktīva) un „IDD” (Apdrošināšanas izplatīšanas direktīva)** - EK 2020. gada 8. jūnijā publicēja deleģēto aktu projektus un uzsāka 4 nedēļu ilgu apspriešanos līdz 2020. gada 6. jūlijam. Ja tas tiks pieņemts, deleģēto aktu projektus pārbaudīs Eiropas Parlaments un Padome. Grozītos noteikumus piemēros pēc 12 mēnešiem pēc to publicēšanas ES Oficiālajā Vēstnesī. Saskaņā ar deleģēto aktu projektiem finanšu konsultantiem ir jāintegrē ilgtspējības faktori patērētājiem sniegtajās ieguldījumu konsultācijās. Patērētāju organizācijas izstrādes posmā cenšas nodrošināt, lai šie teksti pienācīgi aizsargātu patērētājus, pieprasot finanšu konsultantiem pienācīgi novērtēt vides, sociālās un pārvaldības (ESG) vēlmes klientiem, kuri meklē finanšu konsultācijas (piemēram, meklējot padomu par pensijas produktu, dzīvības apdrošināšanas polisi vai ieguldījumu fondu).

Brūnā taksonomija – ES taksonomijas regula pašlaik nosaka tikai “zaļo taksonomiju”¹⁹. Tajā nav iekļauta “brūnā taksonomija” ar kritērijiem saimnieciskām darbībām, kurām ir negatīva ietekme uz vidi. Kampanja par brūno taksonomiju nozīmētu, ka privātie ieguldītāji saprot, kad viņu ieguldījumi veicina neilgtspējīgas darbības.

Nacionālā dienas kārtība

Lai investoriem, tajā skaitā bankām, būtu skaidri kritēriji, kādi pasākumi uzskatāmi par “zaļiem” un būtu finansējami, 2020. gada vidū tika apstiprināta Taksonomijas regula jeb vienota klasifikācijas sistēma (taksonomija). Šī gada laikā EK, saskaņojot ar dalībvalstīm, ir jāpieņem tehniskie kritēriji, kur ir sīki iztirzāts, ko nozīmē saimnieciskajai darbībai būtiski veicināt vides mērķu sasniegšanu. Regulas spēkā stāšanās laiks – 2022. gada 1. janvāris.

Noteiktas deviņas saimnieciskās darbības, uz kuru Taksonomijas regula attieksies. Tās ir: lauksaimniecība un mežsaimniecība; vides aizsardzības un mežu atjaunošanas pasākumi; rūpnieciskā ražošana; enerģētikas sektors; ūdensapgāde, kanalizācija, atkritumu apsaimniekošana un sanācija; transports; būvniecība un darbība nekustamo īpašumu jomā; informācija un saziņa; profesionālā, zinātniskā un tehniskā darbība. Papildu kategorijas, uz kurām attieksies regula: finanšu un apdrošināšanas darbības; izglītība; cilvēku veselības un sociālā darba aktivitātes; māksla, izklaide un atpūta.

¹⁹ 2019. gada 18. decembrī Padome un Eiropas Parlaments panāca politisku vienošanos par taksonomijas regulu. 2020. gada 15. aprīlī Padome rakstiskā procedūrā pieņēma nostāju pirmajā lasījumā attiecībā uz taksonomijas regulu. Eiropas Parlaments 2020. gada 18. jūnijā apstiprināja tekstu saskaņā ar "agrīna otrā lasījuma vienošanās" procedūru. Šis teksts ir publicēts arī ES Oficiālajā Vēstnesī, un tas stāsies spēkā 20. dienā pēc tā publicēšanas.

Nesen notikušajā Latvijas Finanšu nozares asociācijas diskusijā komercbanku vadītāji minēja, ka ES virzība uz zaļo projektu finansēšanu tiek akceptēta. Banku pārstāvji atzīst, ka jau patlaban finansē elektroauto iegādi, tajā skaitā – koplietošanai domātos, tāpat arī pozitīvi vērtē zaļās enerģijas projektus – saules paneļu, vēja turbīnu uzstādīšanu. Protams, dienaskārtībā ir arī finansējums māju energoefektivitātes uzlabošanai.

Zaļais kurss ir viens no aktuālajiem dienaskārtības jautājumiem. Vispirms jau bankas var ietekmēt iedzīvotāju izvēli, piedāvājot viņiem “zaļos produktus” – līzingu elektroauto, aizņēmumus māju energoefektivitātes uzlabošanai un līdzīgiem mērķiem. Tiesa, te nepieciešama diskusija ar publisko sektoru par nodokļu atlaisti piemērošanu un citām fiskālām metodēm. Arī uzņēmējiem vajadzēs pārkārtoties – kredītportfeļa pāriešanai no “brūnā” uz “zaļo”.

Patērētāju organizāciju iesaiste

Ilgstspējīgai finanšu vadībai ir pieaugoša loma, un patērētāju organizācijas var:

- **Atbalstīt patērētājus, lai izsekotu viņu līdzekļus** - izpētīt un sniegt patērētājiem informāciju par to, kur nokļūst viņu līdzekļi. Piemēram, „Fair Finance” ceļvedis²⁰ skaidro, ko patērētāju organizācijas var darīt, lai palīdzētu patērētājiem iegūt pārredzamāku informāciju par to, kur viņu bankas novirza naudu. Tas atklāja sociāli un videi kaitīgo Eiropas banku praksi, sākot ar palmu eļļas paplašināšanas finansēšanu Indonēzijā, atklājot to nepārtraukto ieguldījumu apjomu fosilā kurināmā nozarē, nevis atjaunojamās enerģijas avotus.
- **Spiediens iegūt lielāku produktu klāstu** - uzkrājumiem, ieguldījumiem un pensiju fondiem pašlaik ir pieejams ierobežots produktu klāsts, pamatojoties uz vides, sociālās un pārvaldības (ESG) mērķiem un kritērijiem. Patērētājiem ir ierobežota publiskā informācija, tāpat ir ierobežota pakalpojumu izvēle, ko viņi izmanto, lai pārvaldītu privātās finanses. Patērētāju organizācijas var iesaistīties un radīt spiedienu uz vairākiem ESG pamatproduktiem. Patērētāju organizācijas varētu palielināt izpratni par to, ka patērētāji var virzīt tirgu un izdarīt spiedienu ar savām prasībām un izvēli.
- **Patērētāju izglītošana par ESG mērķiem un zaļmaldināšanas kritēriju** - lai gan ilgstspējību un sociāli atbildīga pieeju bankas uztver pozitīvi, tomēr uz bankām jāizdara lielāks spiediens, lai lai nodrošinātu, ka ESG mērķi ir neatņemami banku sistēmas darbībā. Ir jācīnās pret zaļmaldināšanas praksi, t.i., produktiem, kas šķiet zaļi, bet patiesībā nav.
- **Zaļo aizdevumu piedāvājumu salīdzinājumu piedāvāšana** – šādi var palīdzēt patērētājiem atrast izdevīgus, zaļus aizdevuma piedāvājumus, lai ieguldītu atjaunojamās energoresursos (piemēram, siltumsūkņos vai saules paneļos), videi draudzīgās precēs, piemēram, elektriskajās automašīnās, kā arī energoefektīvās hipotēkās vai aizdevumi energoefektīvai dzīvojamo ēku renovācijai.

²⁰ Eiropas banku finansēšanas un ieguldījumu gadījumu izpēti no Fair Finance ceļveža: <https://fairfinanceguide.org/ffg-international/case-studies/>

- Visbeidzot - patērētāji, nav spējīgi mazināt vai apzināties riskus, kas saistīti ar viņu ieguldījumiem **oglekļa emisiju nozarēs**²¹ - ieguldījumi, pensijas un uzkrājumi būtu jāaizsargā pret klimata pārmaiņu un ilgtspējīgas finanšu riskiem. Patērētāju organizācijas varētu iestāties par lielāku pārredzamību attiecībā uz finanšu iestāžu veikto finansējumu un ieguldījumiem.

Nacionālie piemēri vai rīki patērētāju izglītošanai un iesaistei

- **The Fair Finance guide – Norway & Sweden**



Norvēģijas patērētāju organizācija Forbrukerrådet un zviedru Sveriges Konsumenter ir daļa no tīkla **Fair Finance Guide** - projekta, lai sarindotu un salīdzinātu savas valsts vadošās bankas, pamatojoties uz vides, sociālajiem un pārvaldības kritērijiem.

Norvēģijas godīgo finanšu ceļvedis vērtē 13 bankas pēc viņu politikas un prakses <https://etiskbankguide.no/> Un Fair Finance Guide Sweden aptver 7 lielākās un 2 alternatīvās bankas Zviedrijā - <https://fairfinanceguide.se/>

- **Lietuva - apvienotā ilgtspējīgu finanšu uzraudzības grupa (S.U.R.F. project).** Līdzīgi [Fair Finance International](#) projektam, Lietuvas Patērētāju organizāciju alianse (ALCO) atkārtoti banku reitingu sistēmu Lietuvas patērētājiem. Projekts koncentrējas uz ietekmi trīs veidos: mērķtiecīgu informācijas kampaņu veidošana, lai palīdzētu patērētājiem aktīvi meklēt un ieguldīt ilgtspējību vērstos finanšu mazumtirdzniecības produktos; Sadarbība ar vietējiem finanšu sektora dalībniekiem, lai veicinātu produktu radīšanu un laišanu tirgū; Lobēšana un lēmumu pieņēmēju aizstāvēšana par tiesisko regulējumu, lai finanšu sektoru pārorientētu no “uzņēmējdarbības kā parasti” uz ilgtspējīgiem ieguldījumiem. Mērķis ir izveidot finanšu sistēmu, kurā ilgtspējīgu patērētāju pieaugošā loma un spiediens ļauj padziļināti pāriet uz finanšu sistēmu.
- **Beļģija - Réseau Financité** (Alternative Finance Networking) ir Beļģijas tīkls, kura galvenais mērķis ir veicināt sociāli atbildīgu un ētisku finansēšanu. Réseau Financité veic pētījumus, attīsta zināšanas un atbalsta personas ētisku un atbildīgu finanšu produktu meklējumos. Tīkls regulāri publicē ziņojumus ([reports](#)), kuros novērtē finanšu produktus, kas veicina sociālās, ētiskās, pārvaldības un vides problēmas, lai palīdzētu privātajiem investoriem, kuri vēlas ieguldīt naudu atbildīgi. Tīklā darbojas arī salīdzināšanas vietne ([comparison website](#)) (tostarp krājkontiem, ieguldījumu fondiem un pensiju produktiem utt.), Kas lietotājiem ļauj viegli salīdzināt finanšu

²¹ Aktīvi, kas cieš no priekšlaicīga un neparedzēta vērtības zuduma. Londonas Ekonomikas Skolas pētnieki ir norādījuši, ka klimata pārmaiņām ir divējāds risks. Pirmkārt, ekstremāli laika apstākļi var tieši iznīcināt tādas svarīgas aktīvus kā infrastruktūra, kā arī zemes izmantošanu vai samazināt to ražošanas vērtību. Otrkārt, tas var samazināt šo aktīvu izlaidi un tādējādi samazināt ieguldījumu atdevi. Tāpēc ieguldītāju aizsardzībai ir jēga arī stingrākai rīcībai klimata pārmaiņu jomā, kas novērstu šādus rezultātus. Lai iegūtu vairāk informācijas, skatiet: <https://www.beuc.eu/press-media/news-events/tougher-action-climate-change-makes-sense-investors>

pakalpojumu produktu ESG raksturlielumus (pamatojoties uz tīkla izstrādātu kritēriju kopumu un metodiku).

Papildu resursi - faktu lapas, publikācijas, saites

- **Eiropas Komisijas vietne par atjaunoto ilgtspējīgu finanšu stratēģiju**
https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance_en
- **BEUC atbilde uz Eiropas zaļo darījumu “Finanses” 10.**
lpphttp://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-012_beuc_position_on_european_green_deal.pdf
- **The Fair Finance Guide** - vairākās ES valstīs īstenots projekts, kas veicina patērētāju informētību, sarindojošot finanšu iestādes pēc ilgtspējības kritērijiem:
<https://fairfinanceguide.org/>
- **Finance Watch** – Eiropas NVO dibināta pēc finanšu krīzes 2008. gadā, lai pievērstu uzmanību finanšu lobijam un novērstu to - <https://www.finance-watch.org/>
- **BEUC un NVO ieteikumi ES ekomarkējumam un finanšu produktiem:**
[http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026 ecolabel financial products ngo joint briefing.pdf](http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026_ecolabel_financial_products_ngo_joint_briefing.pdf) Also refer to section 7.2/page 30 of [this theoretical background document for more about eco-label and inclusion of financial products.](#)
- **Finance Watch bloga ieraksti “bez ilgtspējīgām finansēm nav klimata taisnīguma”-**
<https://www.finance-watch.org/no-climate-justice-without-sustainable-finance/>
- **Finance Watch bloga ieraksti: “Būtu jāpieprasa deviņām finanšu reformām, kas jāievēro klimatiskajiem streikotājiem”-** <https://www.finance-watch.org/uf/9-financial-reforms-that-climate-strikers-should-demand/>
- **Komisijas rīcības plāns ilgtspējīgas izaugsmes finansēšanai, 2018. gada 8. marts-**
https://ec.europa.eu/info/publications/180308-action-plan-sustainable-growth_en
- **BEUC atbilde uz Eiropas Komisijas konsultācijām par atjaunoto ilgtspējīgas finanšu stratēģiju -** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-069_consultation_on_the_renewed_sustainable_financial_strategy.pdf
- **Apvienoto Nāciju Vides programmas finanšu iniciatīva** <https://www.unepfi.org/>
- **Franka Bolda sabiedrisko interešu tiesību organizācija** <https://en.frankbold.org/about-us>

4. ILGTSPĒJĪGA MOBIITĀTE

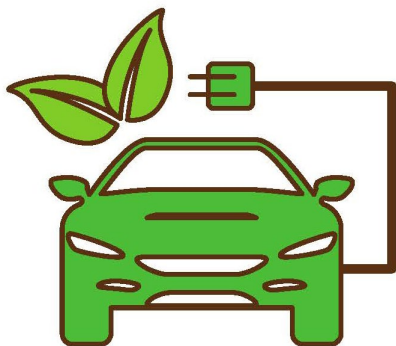
Kāpēc ilgtspējīga mobilitāte ir svarīga patērētājiem?

Daudziem patērētājiem mobilitātes vajadzību nodrošināšanai nav citas izvēles kā izmantot privāto automašīnu. Šis ir gadu desmitiem ilgas pilsētas un ekonomikas politikas rezultāts, kas balstīts uz pieņēmumu, ka individuālas, ar benzīnu darbināmas automašīnas ir ideāls veids, kā pārvietoties no punkta A uz punktu B. Tā rezultātā radās mobilitātes sistēma, kurā braukšana ir dārga, neefektīva un kaitīga klimatam, videi un sabiedrības veselībai. Patērētāji varētu ietaupīt daudz naudas un laika, ja mūsu transporta sistēma kļūtu ilgtspējīgāka.

Līdztekus tam, aviācijas nozare ir viens no visstraujāk augošajiem CO₂ emisiju avotiem un līdz 2050. gadam varētu kļūt par vienu no lielākajiem ES emisiju avotiem. Pēdējos gados ir panākts ievērojams progress, lai samazinātu vieglo automobiļu CO₂ emisijas un degvielas patēriņu.

Ir stājušies spēkā **jauni testi** (WLTP un RDE), ES ir ievērojami nostiprinājusi savu **tipa apstiprināšanas un tirgus uzraudzības sistēmu** un ir vienojusies par vērienīgiem CO₂ **samazināšanas mērķiem 2025. un 2030. gadam**. Ir cerība, ka šis jaunais, tiesiskais regulējums ievērojami paātrinās pāreju uz automašīnām ar zemāku oglekļa dioksīda emisiju līmeni un sniegs progresu arī realitātē, ne tikai uz papīra.

Tāpēc nākamajā desmitgadē mēs sagaidām lielas pārmaiņas automobiļu nozarē ar CO₂ emisiju samazinājumu, ko lielā mērā veicina piedziņas tehnoloģiju maiņa un pāreja no iekšdedzes dzinējiem uz elektriskajiem transportlīdzekļiem.



ES politiskā dienas kārtība

Sekojošie ES procesi būtu jāņem vērā:

- Jaunas ES stratēģijas “ilgtspējīgai un viedai mobilitātei” publicēšana līdz 2021. gada beigām, nosakot politikas mērķus attiecībā uz tīru transportlīdzekļu izmantošanu, tīra transporta alternatīvām (dzelzceļš) un pareizu stimulu noteikšanu patērētājiem;
- ES direktīvas par alternatīvo degvielu infrastruktūras ieviešanu pārskatīšana (paredzēta 2021. gada jūnijā), kurā noteiktas prasības elektrisko automobiļu uzlādes punktu ieviešanai;
- ES automašīnu marķēšanas direktīvas pārskatīšana (paredzēta 2021. gadā), kas automašīnu pircējiem sniedz informāciju par automašīnu efektivitāti tirdzniecības vietā;
- Automašīnu CO₂ samazināšanas mērķu 2025. un 2030. gadam pārskatīšana (paredzēta 2021. gada jūnijā).

Nacionālā līmeņa politiskā darba kārtība

Zaļo un viedo tehnoloģiju klasteris jeb “Green-Tech Latvia” (www.greentechlatvia.eu) ietver ilgtspējīgai Latvijas attīstībai nozīmīgus nozares, kas vienlaikus ir arī viedās specializācijas stratēģijas prioritārās nozares – mašīnbūve un aparātubūve, informācijas un komunikācijas tehnoloģijas un kosmosa tehnoloģijas, energoefektīvas būves, efektīva ražošana un videi draudzīgi izejmateriāli. Šī sinerģija ļauj veiksmīgi izmantot pieejamos resursus un panākt iespējami efektīvāku Latvijas tautsaimniecības attīstību. Klasteris apvieno vienus no visstraujāk augošajiem uzņēmumiem ar ievērojamu eksporta īpatsvaru un attīstības potenciālu Latvijas tautsaimniecības prioritārajās nozarēs. Šobrīd Nākotnes mobilitātes konsorcijs biedru atbalstītāju vidū ir “Latvijas Mobilais Telefons”, “Ferrus”, “Electrify”, “Fiqsy”, “CityBee”, “Lesla Technologies”, “TransfoElectric”, “Global Wolf Motors”, “HyMet”, Rīgas Tehniskā universitāte, Latvijas Universitātes Cietvielu fizikas institūts, Latvijas Jaunuzņēmumu asociācija, “eMobility”, “Z-Triton”.

Patērētāju organizāciju iesaistīšana

Pārejas laikā uz elektriskajiem transportlīdzekļiem, kas gaidāmi nākamajā desmitgadē, patērētāju organizācijām ir svarīgi konsultēt un palīdzēt patērētājiem par piemērotākajām mobilitātes iespējām. Attiecībā uz automašīnām – informācija tirdzniecības vietā var palīdzēt automašīnu pircējiem izvēlēties degvielu taupošākas automašīnas. Vienota automašīnu izmešu marķēšana visās ES valstīs palīdzētu patērētājiem veikt šīs darbības un ietekmētu ilgtspējīgāku iespēju, piemēram, elektrisko automašīnu, piedāvājumu.

Patērētāju grupas var papildināt šo darbu, sniedzot cilvēkiem informāciju par viņu automašīnu reālo degvielas patēriņu un izmešu līmeni, un ieteikt izvēlēties labākos transportlīdzekļus tirgū. Daudzas patērētāju organizācijas to dara tādos projektos kā [Green NCAP](#) vai [MILE21](#).

Automašīnu nozarē ir arī citas norises, kas var radīt jaunus un atšķirīgus izaicinājumus patērētāju politikai. Tādi jauninājumi, kā uzlabota automatizācija un ar internetu saistītas funkcijas, rada pilnīgi jaunu jautājumu kopumu par atbildību, drošību, datu aizsardzību, godīgu konkurenci un daudz ko citu. Paralēli tam, patērētājiem vajadzētu būt labākai pieejai alternatīvām, individuālām automašīnām, piemēram, sabiedriskajam transportam, aktīvai mobilitātei (staigāšana un riteņbraukšana) vai koplietošanai un mikro mobilitātei. Ir jāpārdomā visas mūsu mobilitātes sistēmas, lai patērētājiem nodrošinātu efektīvākas un ilgtspējīgākas alternatīvas.

Valstu piemēri patērētāju izglītošanai un iesaistei ilgtspējīgas mobilitātes jomā

- **“Zaļāku” automašīnu modeļu pārbaude (e-automašīnas un degvielas izvēle)**
 - **Tests Achats, Beļģija:**
 - automašīnu salīdzināšana, lai izdarītu visekoloģiskāko izvēli
 - padomi par videi draudzīgāku braukšanu
 - **MILE21** – “vairāk informācijas, mazāk izmešu” – nodrošina patērētājus ar reāliem pasažieru automobiļu degvielas patēriņa datiem, palīdzot

viņiem pieņemt pārdomātus lēmumus par efektīvāku transportlīdzekļu iegādi <https://www.mile21.eu/about>

- **Green NCAP** – automašīnu salīdzinājums <https://www.greenncap.com/>

- **Sabiedriskā transporta veicināšana**

- **Forbrugerrådet Tænk, Dānija** – projekts “[Pasažieru pulss](#)” palīdz patērētājiem izmantot sabiedrisko transportu.
- **vzbv, Vācija** – pētījumu veikšana par juridiskām pretenzijām uz dzīvesvietas pieejamību ar sabiedrisko transportu varētu izskatīties un izveidot savienojumu ar jauniem sabiedriskā transporta veidiem (t.i. brauciena apvienošana): <https://www.vzbv.de/dokument/mobil-bleiben-auch-ohne-auto>

- **Kampanas par pasažieru tiesību uzlabošanu**

- **Kolektīvās tiesas**

Volkswagen lieta - Kad Volkswagen tika pakļauts tam, ka savos transportlīdzekļos izmantoja



“neatļautu ierīču” programmatūru, efektīvi izliekoties par labāku izmešu daudzuma jomā, lai automašīnas tiktu pārdotas un apgalvojot, ka tās atbilst piesārņojuma standartiem, nacionālā līmeņa patērētāju organizācija un BEUC Eiropas līmenī ir strādājušas kopā, lai palīdzētu patērētājiem ar kompensāciju izsniegšanu tiem, kuri cietuši, kad transportlīdzekļi neatbilst likumdošanas prasībām. Patērētāju grupas Vācijā, Lietuvā, Slovēnijā, Slovēnijā, Šveicē, Beļģijā, Itālijā, Portugālē un Spānijā sāka kolektīvas darbības pret VW.

- **Patērētāju izglītošana un izpēte**

- **Iedzīvotāju padoms Apvienotajai Karalistei** - organizēja semināru sēriju par to, kā efektīvi uzlādēt elektrisko transportlīdzekli (piemēram, kā patērētāji varētu izmantot “viedo tarifu” priekšrocības, lai optimizētu elektroenerģijas patēriņu un ietaupītu naudu). Skatīties video: <https://www.youtube.com/watch?v=i3KkP0Aohl8&feature=youtu.be>

Papildus resursi, faktu lapas, publikācijas, saites

- **BEUC nostājas dokuments** par to, kā patērētāju politika var palīdzēt sakopt transport Eiropā: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-065_fossil_fuelled_mobility.pdf

- **BEUC faktu lapa par ilgtspējīgu mobilitāti:**
<http://www.beuc.eu/sustainability/sustainable-mobility>
- **BEUC faktu lapa par elektromobīlu pieejamību:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-036_making-electric-cars-convenient-across-europe.pdf
- **BEUC faktu lapa par elektromobīlu pieejamību:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-113_when_will_electric_cars_be_an_affordable_option_for_european_consumers_-_a5_format.pdf
- **BEUC nostājas dokuments** par elektromobīlu ērtāku izmantošanu:
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-032_making_electric_cars_convenient.pdf



5. ILGTSPĒJĪGA PĀRTIKA

Kāpēc tas ir svarīgi patērētājiem?

Arvien vairāk patērētāju ir gatavi ēst pārtiku, kas ir laba viņu veselībai un veselīga arī planētai. Šī ir iepriecinošā tendence, kas parādījās pētījumā par patērētāju attieksmi pret ilgtspējīgu pārtiku, ko BEUC publicēja 2020. gada jūnijā. Aptauja, kas aptvēra 11 valstis, atklāja, ka divas trešdaļas eiropas iedzīvotāju ir gatavi mainīt pārtikas paradumus vides apsvērumu dēļ. Tomēr tas arī parādīja, ka patērētāji saskaras ar šķēršļiem, pārvēršot savus vārdus darbos. Cena, zināšanu trūkums, neskaidra informācija un neierobežota ilgtspējīgu iespēju izvēle ir tas, ko lielākā daļa patērētāju norāda, kas viņiem traucē ēst ilgtspējīgāk.

Pārtikas ilgtspēja ir saistīta ar iedzīvotāju ēšanas vajadzību apmierināšanu ar vismazāko ietekmi uz vidi, vienlaikus piedāvājot veselīgas ēšanas iespējas.

Šis temats ietver sekojošas tēmas:

1. Kā izvairīties no pārtikas izšķērdēšanas?
2. Kā padarīt ilgtspējīgu izvēli vieglu un pieejamu patērētājiem?

Pārtikas izšķērdēšana

Saskaņā ar Eiropas Komisijas aplēsēm²², ES gadā tiek izšķiesti aptuveni 88 miljoni tonnu pārtikas. Balstoties uz pieejamajiem datiem, puse no šiem atkritumiem (53%) rodas mājsaimniecības līmenī²³.

Tomēr pārtikas izšķiešana ir kopīga atbildība visā pārtikas ķēdē. Jārīkojas visos līmeņos, tostarp: pārprodukcijas novēršana lauku saimniecību līmenī un bojātu produktu / iepakojumu ražošana; novērst sliktu krājumu apstrādi un pārvaldību mazumtirdzniecības līmenī; risinot sliktu patērētāju iepakojumu vai to neesamību, sliktus iepirkšanās paradumus vai nepareizu pārtikas uzglabāšanu patērētāju līmenī utt.

Papildus negatīvajai ietekmei uz vidi, pārtikas atkritumi ir nepieņemami ne vien no ētikas viedokļa, bet tiem ir arī finansiāli paliekošas sekas patērētājiem.

Katru gadu vidēja Beļģijas ģimene izmet pilnīgi ēdamu pārtiku aptuveni 300 eiro vērtībā²⁴. Lielbritānijā katru mēnesi vidusmēra ģimene izmet gandrīz 60 mārciņas pārtikas, ko viņi nopērk, bet neapēd²⁵. Pētījumi rāda, ka pārtikas produktus, ko visvairāk izšķērdē ES

²² http://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/index_en.htm

²³ FUSIONS, 2015.gads.

²⁴ Test-Achats 589. Gaspillage alimentaire. 2014. gada septembris

²⁵ WRAP kampaņa "Mīlu pārtiku, ienīstu atkritumus". <http://england.lovefoodhatewaste.com/content/5-sure-fire-ways-save-money-your-food-bills>

mājsaimniecības, veido augļi un dārzeņi (īpaši svaigi salāti), maizes izstrādājumi, gaļa un zivis, piena produkti, žāvēti pārtikas produkti (makaroni, rīsi) un garšvielas^{26 27 28}.

Pārtikas atkritumi mājās lielā mērā ir saistīti ar pārtiku saistītām kārtībām²⁹, tostarp iepirkšanās kārtība (t.i., pārāk lielu pārtikas porciju iegāde) un kārtība attiecībā uz pārpalikumu izmantošanu (vai neizmantošanu) (ar atlikušo daudzumu, ko ietekmē nopirktās pārtikas porcijas). Saskaņā ar ES mēroga aptauju³⁰, 58% respondentu norādīja, ka mazāku porciju izmēru pieejamība veikalos palīdzētu viņiem samazināt pārtikas atkritumus. Nesen veikts pētījums³¹, ko lēš Eiropas Komisija, ka līdz pat 10% no patērētajiem pārtikas atkritumiem ir saistīti ar datuma marķēšanu, jo patērētāji to nepareizi interpretē, bet arī tāpēc, ka pārtikas ražotāji neatbilstīgi vai nepiemēroti lieto datumus “izlietot līdz” un “derīgs līdz”.

Padarīt veselīgu un ilgtspējīgu pārtikas izvēli, vieglu un pieejamu patērētājiem.

Pārliecināties par veselīgas un ilgtspējīgas pārtikas izvēli ir vienkārša iespēja patērētājiem:

- Uzlabot patērētāju piekļuvi ilgtspējīgākiem produktiem par pieņemamu cenu;
- Radīt vidi, kas atbalsta veselīgu un ilgtspējīgu pārtikas izvēli, piemēram,
 - Ilgtspējīgu pārtikas produktu pieejamības un klāsta palielināšana
 - Neveselīgas pārtikas mārketinga un reklāmas ierobežošana bērniem
 - Sniedzot patērētājiem tūlītēju informāciju par pārtikas uzturvērtību, izmantojot obligātu etiķetes etiķeti (Nutri-Score)
 - Nodrošināt, lai pārtika, kurā ir daudz tauku, cukura un/vai sāls, vairs nevarētu pretendēt uz labumu veselībai
 - Patērētāju informēšana par pārtiku
- Apkarot viltus ilgtspējīgas pārtikas norādes (t.i., mazgāšanu ar zaļām zālēm), nodrošinot, ka pārtikas ilgtspējības etiķetes ir skaidras, nepārprotamas, uzticamas, pārbaudāmas, nav maldinošas un pārbaudītas lietotājos.



²⁶ Vācijas federālā Pārtikas un lauksaimniecības ministrija (2012). http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Ernaehrung/WvL/Studie_Lebensmittelabfaelle_Langfassung.pdf?__blob=publicationFile

²⁷ WRAP ziņojums (2008). Pārtika, kuru mēs izšķērdējam.

²⁸ Crem, Bureau voor duurzame ontwikkeling, ziņojums (2013).

²⁹ Stancu, 2015; Stefan et al, 2013

³⁰ Flash Eurobarometrs 316 (2011. gada marts). Eiropiešu attieksme pret resursu efektivitāti

³¹ Eiropas Komisija (2018). [Market study on date marking and other information provided on food labels and food waste prevention](#).

Kas attiecas uz pārtikas izšķērdēšanu, 2015. gada septembrī kā daļu no 2030. gada ilgtspējīgas attīstības mērķiem Apvienoto Nāciju Organizācijas Ģenerālā asambleja pieņēma mērķi – uz pusi samazināt pārtikas atkritumus uz vienu iedzīvotāju mazumtirdzniecības un patērētāju līmenī un samazināt pārtikas zudumus ražošanas un piegādes ķēdēs. Eiropas Komisijas rīcības plāns aprites ekonomikai³² pieņemts 2015. gada decembrī, ir izklāstītas darbības šī mērķa sasniegšanas atbalstam:

- Platforma (ES platforma pārtikas zudumu un pārtikas atkritumu jomā³³), tika apvienotas ES iestādes, eksperti no ES valstīm un attiecīgās ieinteresētās puses, lai atbalstītu visus dalībniekus pārtikas izšķērdēšanas novēršanai nepieciešamo pasākumu noteikšanā, paraugprakses apmaiņā un laika gaitā gūtā progresa novērtēšanā.
- Tika izstrādāta kopēja ES metodika pārtikas atkritumu konsekventai mērīšanai visā pārtikas piegādes ķēdē³⁴.
- Darbs ir uzsākts³⁵ ES līmenī izpētīt veidus, kā uzlabot pārtikas ķēdes dalībnieku datumu marķēšanas izmantošanu un patērētāju izpratni, jo īpaši marķējumu "izlietot līdz".

ES stratēģija **"No lauka līdz galdam"**³⁶ taisnīgas, veselīgas un videi draudzīgas pārtikas sistēmas izveide tika publicēta 2020. gada 20. maijā. Galvenā Zaļā kursa sastāvdaļa ir rīcības plāns, kurā uzskaitīti 27 pasākumi, kas paver ceļu zaļākai pārtikas ražošanai, veselīgākai un ilgtspējīgākai diētai un mazāk pārtikas atkritumu. Šie pasākumi, uz kuriem vēl joprojām attiecas turpmāki pētījumi, konsultācijas un citi ietekmes novērtējumi, ietver:

- Priekšlikums par saskaņotu, obligātu uzturvērtības marķējumu iepakojuma priekšpusē, lai patērētājiem dotu iespēju izvēlēties veselībai draudzīgu pārtiku (līdz 2022. gada 4. ceturksnim).
- Priekšlikums pieprasīt izcelsmes norādi dažiem produktiem (līdz 2022. gada 4. ceturksnim).
- Priekšlikums par ilgtspējīgu pārtikas marķēšanas sistēmu, lai patērētājiem dotu iespēju ilgtspējīgi izvēlēties pārtikas produktus (līdz 2024. gadam).
- Uzturvielu profili, lai ierobežotu uzturvērtības un veselīguma norāžu izmantošanu pārtikai ar augstu sāls, cukura un/vai tauku saturu (līdz 2022. gada 4. ceturksnim).
- Priekšlikums par ES līmeņa mērķiem pārtikas atkritumu samazināšanai (2023. gads).

³² http://ec.europa.eu/priorities/jobs-growth-investment/circular-economy/docs/communication-action-plan-for-circular-economy_en.pdf

³³ https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/eu-platform_en

³⁴ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ:L:2019:248:TOC>

³⁵ https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/date_marking_en

³⁶ https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf

- Priekšlikums pārskatīt ES noteikumus par datumu marķēšanu (“izlietot līdz” un “derīgs līdz” datumiem) (Q22 2022).
- Iniciatīvas, lai stimulētu pārstrādātu pārtikas produktu pārformulēšanu, tostarp noteiktu barības vielu maksimālā līmeņa noteikšanu (2021. gada 4. ceturksnis).

Nacionālā līmeņa politiskā darba kārtība

Saeimas Eiropas lietu komisijas deputāti atbalstīja Eiropas Komisijas stratēģiju **“No lauka līdz galdam”**, kas paredz bioloģiskās lauksaimniecības attīstību un veselīgākas pārtikas sistēmu.

Eiropas Komisija nāca klajā ar ambiciozu turpmāko 10 gadu stratēģiju lauksaimniecībā, lai motivētu Eiropas Savienības lauksaimniecības sektoru virzīties uz Eiropas Zaļajā kursā nospraustajiem mērķiem un potenciāli sasniegtu ES klimata neitralitāti līdz 2050.gadam. Eiropas Savienības lauksaimnieku vidū šī jaunā stratēģija tiek uztverta neviennozīmīgi.

Arī Latvijas lauksaimniekiem ir bažas vai piedāvātā stratēģija tik tiešām var nodrošināt ilgtspējīgu Latvijas lauksaimniecības un lauku apvidu attīstību. Tādēļ uzskatām, ka šī stratēģija Latvijā būtu ieviešama tikai veicot pilnvērtīgu ietekmes novērtējumu uz valsts ekonomiku, nodarbinātību un vidi. Lēmumi jāpieņem, balstoties uz zinātniskiem, akadēmiski ticamiem un Latvijas apstākļiem atbilstošiem pētījumiem. Būtiski skatīt šo stratēģijas ieviešanu kontekstā ar citu ES dalībvalstu zaļā kursa mērķiem un situāciju, jo Latvija, jau ir viena no zaļākajām valstīm ES, ar vienu no zemākajiem lauksaimniecības dzīvnieku blīvumiem uz ha. Latvija ir viena no retajām valstīm, kur pēdējo gadu laikā samazinās lopkopības saimniecību skaits, kamēr citās ES dalībvalstīs tas tiek palielināts. Lopkopības saimniecības ir vienas no retajām, kas rada viss vairāk darbavietu tieši laukos.

Patērētāju organizāciju iesaistīšana ilgtspējīgā pārtikā

Atkarībā no viņu iespējām un resursiem patērētāju organizācijas var iesaistīties, lai izvairītos no pārtikas izšķērdēšana un atvieglotu veselīgas un ilgtspējīgas pārtikas izvēli patērētājiem:

- **Izparatnes vairošana:** izmantojot rakstus publicētus žurnālos/internet vietnēs, un rīkojot kampaņas. Patērētāju organizācijas palīdz palielināt patērētāju informētību par tādiem jautājumiem kā pārtikas izšķērdēšana³⁷ vai mūsu pārtikas paradumu ietekme uz vidi³⁸.
- **Atbalsts uzvedības izmaiņām:** patērētāju organizācijas var sniegt vienkāršus padomus patērētājiem, lai palīdzētu viņiem mainīt uzvedību. Piemēram, tas ietver ieteikumus par pārtikas uzglabāšanu un recepšu idejas, lai atkārtoti izmantotu atlikumus³⁹, palīdzot patērētājiem labāk izprast atšķirību starp datumiem “izlietot līdz” un “derīgs

³⁷ OCU (2017). [No tires la comida!](#)

³⁸ CLCV (2020). [Manger durable.](#)

³⁹ Fédération Romande des Consommateurs (2012). [Bien accommoder ses restes : les recettes de la FRC.](#)

līdz”⁴⁰, konsultēt vecākus par veselīgākajām skolas uzkodām saviem bērniem⁴¹, vai palīdzēt patērētājiem uzzināt, kura zivs ir ilgtspējīgāka⁴².

- **Tādu noteikumu atbalstīšana**, kas patērētājiem atvieglo veselīgu un ilgtspējīgu izvēli: patērētāju organizācijām ir galvenā loma, lai nodrošinātu, ka ES un valstu likumi, kas veido mūsu pārtikas sistēmas un kas nonāk uz patērētāja plāksnes, veicina ilgtspējīgu lauksaimniecības un pārtikas ražošanu un rada pārtikas vide, kurā veselīgu, ilgtspējīgu izvēli ir viegli izvēlēties.
- **Jauno plašsaziņas līdzekļu un tehnoloģiju izmantošana, lai sasniegtu patērētājus:** patērētāju organizācijas arvien vairāk izmanto jaunus plašsaziņas līdzekļus un tehnoloģijas (viedtālrunu lietotnes⁴³, Facebook ziņas un video⁴⁴, Twitter, diskusiju forumi utt.), lai sazinātos ar patērētājiem - īpaši jaunākajiem - un atbalstītu viņu centienus pieņemt veselīgākus un ilgtspējīgākus ēšanas paradumus.

Nacionālie piemēri vai rīki patērētāju izglītošanai un iesaistei

- **Portugāle - [zālais šefpavārs](#)** - aicina skolas, kas ir DECOJovem dalībnieces, veidot video ar kulinārijas receptēm, kas gatavotas no ēdienreizes atlikumiem un / vai labāk izmantojot pārtiku, ar mērķi informēt jaunos patērētājus par atkritumu apkarošanas nozīmi un atbildīgas atbildības pieņemšanu. patēriņa uzvedība.
- **Portugāle “[Šefpavāra zivis](#)”** - aicina skolas veidot videoklipus ar kulinārijas zivju receptēm, atklājot veselīgas un ilgtspējīgas izvēles attiecībā uz jūras produktu patēriņu, kas parāda cieņu pret okeānu un tā resursiem.

- **Francija - “[Zéro Gâchis Académie](#)”:** Trīs mēnešu laikā 100 mājsaimniecības “trenēja”



patērētāju organizācija CLCV (ģimenes, bet arī vientuļi cilvēki, pensionāri utt.). Pirmajās piecpadsmit dienās mājsaimniecības tika uzaicinātas izmērīt patērētās pārtikas daudzumu. Pēc tam viņiem tika sniegti ieteikumi un padomi, kā mājās samazināt pārtikas atkritumus. Kopumā projekta dalībnieki samazināja pārtikas atkritumus vairāk nekā uz pusi (59%).

- **Portugāle “[Pārāk daudz plastmasas](#)”** - tā ir iniciatīva, kas tika izstrādāta pagājušajā gadā no jūnija līdz novembrim. Patērētāji tika aicināti nosūtīt pārāk daudz plastmasas

⁴⁰ OCU (2018). [10 alimentos que se pueden comer “caducados”](#).

⁴¹ Test-Achats/Test-Aankoop (2019). [Comment choisir une collation saine ? Pour les enfants](#).

⁴² UFC – Que Choisir (2018). [Pêche durable. Manger des poissons en bonne conscience](#).

⁴³ Skatīt, piemēram [the app developed by Forbrugerrådet Tænk](#) (sadarbībā ar organizāciju grupu), lai palīdzētu patērētājiem samazināt pārtikas atkritumus mājās.

⁴⁴ Skatīt, piemēram [Forbrugerrådet Facebook campaign](#) par pārtikas atkritumiem.

iepakotu preču un izstrādājumu fotogrāfijas. Tad patērētāju organizācija sazinājās ar piegādātājiem, lūdzot rīkoties, lai samazinātu pārmērīgu iepakojumu.

- **Belgium** - ‘[Doggy Bag](#)’ pārdēvēšanas konkurss: Test-Achats/est-Aankoop sadarbojās



ar trim Beļģijas pilsētām, lai veicinātu suņu somu izmantošanu Beļģijas patērētāju vidū. Kultūras apsvērumu dēļ, šī prakse Beļģijā nebija izplatīta, un daudzi patērētāji jutās neērti, lūdzot pārņest pārpalikušos mājās, ēdot maltīti ārpus mājas.

Sociālajos medijos tika organizēts konkurss, lai pārdēvētu angļu vārdu ‘doggy-bag’ uz flāmu un franču valodu, lai palīdzētu popularizēt praksi Beļģijas patērētāju vidū.

Papildu resursi – faktu lapas, publikācijas, saites

- **BEUC atklāta vēstule par stratēģiju “Farm to Fork”**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-092_csos_open_letter_on_the_farm_to_fork_strategy_to_achieve_sustainable_food_systems_.pdf
- **BEUC ziņojums par ES patērētāju un ilgtspējīgas pārtikas aptauju, 2020. gada jūnijs:**
http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-042_consumers_and_the_transition_to_sustainable_food.pdf
- **Izstrādāts BEUC nostājas dokuments par ilgtspējīgu pārtiku - dokuments, ko BEUC izstrādāja 2016. gadā, lai sāktu diskusiju par “ilgtspējīgu pārtiku”.**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-029_ipa_cpe_beuc_position_on_food_sustainability.pdf
- **BEUC nostājas dokuments uz uztura etiķetes iepakojuma priekšpusē:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-033_front-of-pack_nutritional_labelling.pdf
- **BEUC komentē Eiropas Komisijas sabiedrisko apspriešanu par ilgtspējīgas pārtikas stratēģijas “Ceļvedis no lauksaimniecības līdz dakšai” plānu**
<https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12183-Farm-to-Fork-Strategy-/F507869>
- **BEUC novērtējums par “Farm to Fork” stratēģijām**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-057_beucs_take_on_farm_to_fork_strategy.pdf

6. PRODUKTU ILGTSPĒJĪBA: EIROPAS SAVIENĪBAS PIEEJA LIETOT PRODUKTUS, KURI IZMANTO MAZĀK RESURSU

Ievads

Ievērot drošības un vides apsvērumus izstrādājot patēriņa peces balstās uz Eiropas Savienības tradīcijām. ES darbības ietver jaunu tiesību aktu, tehnisko standartu un patērētāju informēšanas izstrādi. ES lomu šajā procesā nevar pārvērtēt, jo iekšējā tirgū šie noteikumi attiecas uz katru ražotāju, kurš piedāvā produktus ES tirgū.

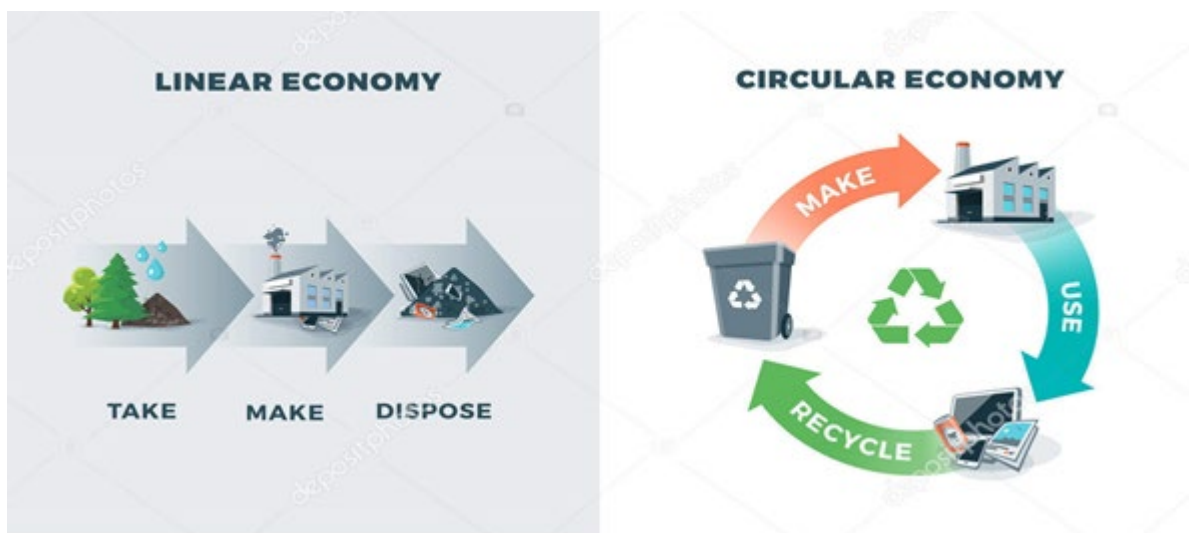
Produktu izstrādes pirmajos gados ES koncentrējās uz patērētāju informēšanu, lai stiprinātu pieprasījumu pēc energoefektīviem produktiem. Tas tika darīts, piemēram, izmantojot ES enerģijas marķējumu, kas ieviests 80. gadu vidū, sākot ar sadzīves tehniku. Kopš 90. gadu sākuma tas ir papildināts ar ES ekomarķējumu, kura mērķis ir arī informēt patērētājus un norādīt uz videi draudzīgākajiem produktiem tirgū.

Tomēr nepietiek tikai ar patērētāju informēšanu, šādi nevar novērst tirgus nepilnības, piemēram, ierobežotu ilgtspējīgu produktu piegādi. Tāpēc ES sāka pievērsties izstrādājumu dizainam pēc 2005. gada, nosakot ražotājiem saistošas prasības, izmantojot tā sauktās ekodizaina prasības. Tas izskaidrojams ar uzskatu, ka 80% no produkta ietekmes uz vidi nosaka, izvēloties ražotāja dizainu, un uz kuru patērētājam ir maza ietekme.

Pirmajos gados ekodizaina procesā galvenā uzmanība tika pievērsta energoefektivitātei un citai būtiskai ietekmei uz vidi, piemēram, trokšņa emisija un ūdens patēriņš u.tml. Instruments pašlaik tiek pārveidots, lai sistemātiskāk risinātu jaunas problēmas, piemēram, pārstrādātu materiālu izmantošanu, produkta kalpošanas laika pagarināšanu un atvieglotu remontu un apkopi, demontāžu, atkārtotu izmantošanu un pārstrādi.

ES instrumentu kopums ilgtspējīgas produktu politikas jomā ietver arī dažādus instrumentus **ķīmisko** vielu novēršanai, piemēram, izmantojot ES pieeju ķīmisko vielu reģistrēšanai, novērtēšanai un licencēšanai un ierobežošanai (REACH), Ķīmikāliju klasifikācijai, iepakojšanai un marķēšanai (CLP), bīstamo ķīmisko vielu (RoHS) un tiesību aktiem, kas saistīti ar atkritumu samazināšanu, savākšanu, iepakojšanu un pārstrādi.

Kopš 2015. gada ES strādā pie plašas pieejas ilgtspējīgākiem produktiem, izstrādājot un ieviešot tā saukto **aprites ekonomiku**. Kopš tā laika ir iesniegti divi rīcības plāni ar konkrētiem pasākumiem, viens 2015. gadā un viens 2020. gadā. Cirkulārā ekonomika ir sistēma, kuras mērķis ir atkritumu samazināšana un nepārtraukta resursu izmantošana. Cirkulārajās sistēmās tiek izmantota atkārtota izmantošana ([reuse](#)), koplietošana ([sharing](#)), labošana, atjaunošana ([remanufacturing](#)), pārstrāde ([recycling](#)) un pārstrāde, lai izveidotu ciešu sistēmu, līdz minimumam samazinot resursu izlietojumu ([resource inputs](#)), atkritumus, piesārņojumu un oglekļa emisijas. Arites ekonomikas mērķis ir saglabāt produktu, aprīkojuma un infrastruktūras ilgāku izmantošanu, tādējādi uzlabojot šo resursu produktivitāti. Visiem "atkritumiem" jāklūst par "resursu" citam procesam: vai nu blakusprodukts, vai reģenerēts resurss citam rūpnieciskam procesam, vai kā reģeneratīvs resurss dabai (piemēram, komposts). Šī reģeneratīvā pieeja ir pretstatā tradicionālajai lineārajai ekonomikai ([linear economy](#)), kurai ir raksturīgs "ņemt, padarīt, izmest" ražošanas modelis³⁹.



Šajā nodaļā tiks atspoguļota informācija par produktu politiku un to, kāpēc tās ir svarīgas patērētājiem, ietverot sekojošas tēmas:

- Eko dizains;
- Enerģijas marķēšana;
- ES ekomarķējums;
- Ilgstoši un labojami produkti;
- Patērētāju tiesības veicinot ilgāku produkta kalpošanas laiku;
- Produktu politikas noteikumu izpilde nacionālā līmenī;
- Jaunas politikas iniciatīvas saskaņā ar otro aprites ekonomikas rīcības plānu, kuru ES plāno izstrādāt un īstenot nākamajos gados.

Šajā materiālā netiks ietverta detalizēta informācija par ķīmikālijām, jo šīs tēmas sarežģītā rakstura dēļ būtu nepieciešama atsevišķa apmācība. Tomēr tiem ekspertiem, kurus interesē šī joma, BEUC var sniegt ekspertīzi:

- ES tiesiskais regulējums ķīmisko vielu jomā;
- Ķīmikālijas patēriņa produktos, piemēram, kosmētikā, rotaļlietās, tekstilizstrādājumos, materiālos, kas nonāk saskarē ar pārtiku utt.;
- nacionālo tiesību aktu nepilnības attiecinot tās uz ķīmikāliju prasībām patēriņa precēm un ar tiem saistītajiem apdraudējumiem patērētājiem;
- Negatīvas sekas veselībai, kas saistītas ar produktiem, kas ietekmē hormonālo sistēmu (tā sauktos endokrīnās sistēmas traucētājus).

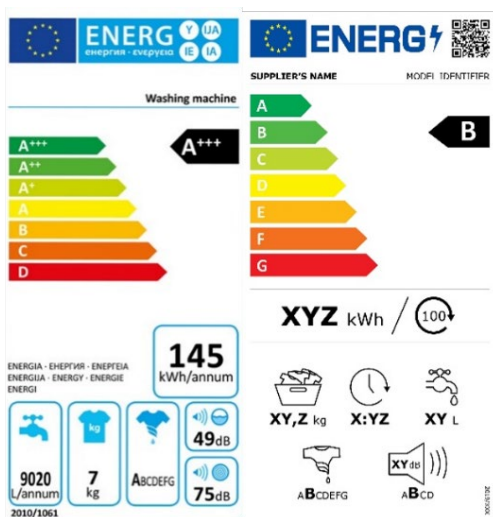
6.1. Ekodizains un enerģijas marķējums

Katru mēnesi patērētāji tērē ievērojamu daļu sava budžeta enerģijas patēriņam. Mūsdienās patērētājiem pieder ne tikai vairāk enerģijas patērējoši produkti, piemēram, datori, mobilie tālruņi un televizori, bet viņi tos lieto ilgāk. Šī attīstība ir palielinājusi rēķinus par elektrību.

Tajā pašā laikā patērētāji bieži sastopas ar produktiem, kurus nevar salabot neilgi pēc garantijas termiņa beigām, kuri pārāk ātri sabojājas vai kurus nevar salabot nepieejamu rezerves daļu dēļ. Daudziem patērētājiem ir jārūpina šī agrīna produktu kļūme, ko dēvē arī par “priekšlaicīgu novecošanos”, kas rada papildu slodzi viņu naudas makiem un apkārtējai videi.

Kāpēc ekodizains un enerģijas marķēšana ir svarīgi patērētājiem

Eiropas Ekodizaina direktīva ne tikai aizsargā vidi, bet arī palīdz patērētājiem ietaupīt naudu. Saskaņā ar BEUC pasūtīto aptauju 2016. gadā⁴⁵, ES mājsaimniecība, pateicoties ekodizainam, var ietaupīt līdz 330 eiro gadā, jo produkti laika gaitā ir kļuvuši energoefektīvāki.



Left: the old label; right: the new one set to appear on appliances as of 2021.

Sources: European Commission

Ekodizains pieprasa labākus ražojumus resursu efektivitātes ziņā un produkta dzīves laikā, piemēram, remonta prasības. Jāņem vērā arī produkta kvalitāti un ērtības un sniedz patērētājiem vairāk informācijas par produktu ilgtspējīgu izmantošanu. Enerģijas marķēšanas regula pilnvaro Eiropas Komisiju pieņemt pasākumus obligātai marķēšanai īpašām ar enerģiju saistītām produktu grupām, piemēram, veļas mašīnām un televizoriem. Tas nodrošina patērētājiem apzinātu izvēli attiecībā uz produktu enerģijas patēriņu to lietošanas posmā. Lai gan enerģijas etiķete pastāv jau gadu desmitiem, pārskatīšana 2010. gadā apdraudēja pārredzamības un saprotamības principus, ieviešot papildu A+, A++ un A+++ klases shēmas.

Šīs izmaiņas noveda pie tā, ka patērētājs nesaņem piemērotu informāciju, piemēram, “nopirkt zaļu” vai “nopirkt A”, patērētāju apjukums mazina spēju pilnveidot efektīvu ierīču tirgu. 2017. gadā tika pieņemta jauna enerģijas marķēšanas sistēma, lai pēc iespējas ātrāk atjaunotu etiķeti ar labi zināmo slēgto A-G marķēšanas skalu.

ES politiskā dienas kārtība

Starp svarīgākajiem politikas instrumentiem patērētājiem ES politikas programmā ir jāpiemin **Ekodizaina direktīva 2009/125/EK** un **ES Enerģijas marķēšanas direktīva 2010/30/ES**. Šie divi

⁴⁵ http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109benefits_of_ecodesign_for_eu_households_executive_summary.pdf

tiesību akti regulē ar enerģiju saistītus produktus, sākot no veļas mazgājamām mašīnām, beidzot ar putekļu sūcējiem un katliem.

2020. gada martā ES uzsāka **aprites ekonomikas rīcības plānu**, norādot, ka ilgtspējīgai produktu politikai būtu jāņem vērā arī produktu izturība, uzlabojamība, labojamība un atkārtota izmantošana un ka uz Ekodizaina direktīvu jāattiecinā vairāk produktu, jo īpaši uz IKT izstrādājumiem un tekstilizstrādājumiem.

ES process patēriņa preču **energoefektivitātes** uzlabošanai tika uzsākts 2005. gadā. Tā rezultātā tika pieņemta Ekodizaina direktīva 2009/125/EC⁴⁶ kas izveido sistēmu tādu produktu kā sadzīves tehnika, sākot no putekļsūcējiem un apgaismojuma līdz katliem, ekoloģisko raksturlielumu uzlabošanai.



Saskaņā ar pašreizējo ES Ekodizaina direktīvu⁴⁷, Eiropas Komisija ir pilnvarota regulēt ne tikai energoefektivitāti, bet arī ar enerģiju saistīto ražojumu resursu efektivitāti (izturība, remonts, pārstrādājamība, uzlabojamība utt.) un pieņemt ekodizaina ieviešanas pasākumus⁴⁸. Optimizējot produktu ilgtspēju, vienlaikus saglabājot to funkcionālās īpašības, Ekodizaina direktīva ir paredzēta, lai sniegtu jaunas iespējas ražotājiem, patērētājiem un sabiedrībai kopumā⁴⁹.

Gan Eiropas Parlaments, gan Padome uzsver ekodizaina un energomarķēšanas nozīmi un ir aicinājuši Komisiju pieņemt jaunu ekodizaina darba plānu (2020. – 2024. Gads), iekļaujot arī jaunas ar enerģētikas ražojumiem saistītus produktus, jo īpaši IKT produktus.

Arī Eiropadome un Eiropas Parlaments ir uzsvēruši⁵⁰ ka būtu jāizstrādā jauns likumdošanas priekšlikums par saskaņotu produktu politikas sistēmu, kas ļautu ilgāk izmantot produktus un pēc iespējas ilgāk saglabāt materiālus ekonomiskajā ciklā.

Nacionālā politiskā dienas kārtība

Latvijā visos veikalos un tiešsaistes tirdzniecības vietās daļai elektropreču jābūt marķētai pēc jaunas energoefektivitātes sistēmas. Eiropas Komisija (EK) 2019. gadā vienojās atjaunot koncepciju, kurā ierīces pēc to energoefektivitātes iedalīja no A līdz G klasēs.

Līdz ar jauno sistēmu un jauno augstākā līmeņa apzīmējumu ražotāji vairāk ir motivēti strādāt pie jaunām inovācijām, jo visa A grupa ir rezervēta jaunām tehnoloģijām, savukārt tās, kas šobrīd ir energoefektīvākās, būs B un C klasē. Preču grupas, kurām mainās marķējums, ir ledusskapji, saldētavas, veļas mazgāšanas mašīnas, trauku mazgājamās mašīnas, žāvēšanas mašīnas un arī televizori. Līdz šim precēm ir marķējums, kas ietver A++

⁴⁶ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32009L0125>

⁴⁷ Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2005/32 / EK, ar ko izveido sistēmu ekodizaina prasību noteikšanai enerģiju patērējošiem ražojumiem un groza Padomes Direktīvu 92/42 / EEK un Direktīvas 96/57 / EK un 2000/55 / EK Eiropas Parlamenta un Padomes lēmumu.

⁴⁸ Ietverto produktu grupu sarakstu skatiet šeit: <https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/harmonised-standards/ecodesign/>

⁴⁹ Skat. Ekodizaina darba plāns 2012. – 2014. Gadam, Komisijas dienestu darba dokuments, Darba plāna 2012. – 2014. Gadam izveidošana saskaņā ar Ekodizaina direktīvu, 1. lpp.

⁵⁰ Skatīt 2020. gada 15. janvāra rezolūciju, atbildot uz Eiropas Komisijas paziņojumu par Eiropas zaļo darījumu.

un pat A+++ klases, bet, mainoties klasifikācijai, A atkal apzīmē efektīvāko produktu un kopējā skala būs no A līdz G.

Tāpat energomarķējumā ir ieviests QR kods, kas nodrošinās tiešu saikni ar Eiropas Komisijas marķējuma datubāzi, kur ir informācija par šo produktu energoefektivitāti. Jaunajam marķējumam jābūt labi ieraugāmam uz preces gan veikalos, gan interneta veikalos. Tiesa gan, tiešsaistes tirdzniecībā šo informāciju tirgotāji neuzrāda atbilstoši visām prasībām. Pērn 95% pārbaužu bijušas neatbilstības (saskaņā ar www.ptac.gov.lv).

Diemžēl interneta veikalos ne visur energomarķējumu var atrast. Neatbilstību īpatsvars ir augsts, un šai informācijai jābūt norādītai ļoti tuvu cenai un viegli pieejamai patērētājam, lai viņš varētu izdarīt izvēli, arī pamatojoties uz energoefektivitātes rādītājiem. Energomarķējums patērētājam dod iespēju salīdzināt dažādu ražotāju un modeļu ierīču elektroenerģijas un ūdens patēriņu, skaņas līmeni, ietilpību un citus būtiskākos parametrus.

Papildus informācija:

<https://www.ptac.gov.lv/lv/media/794/download>

Patērētāju organizāciju iesaiste

- a) Kā ieinteresētajai pusei pievērst uzmanību ekodizaina kritērijiem un regulējumam -** Ekodizaina tiesību aktos noteikts, ka, izstrādājot un pārskatot produktu kritērijus ekodizainam un ekomarķējumam, Eiropas Komisijai ir jākonsultējas ar ieinteresētajām personām, tostarp patērētāju organizācijām.

Ekodizaina direktīvas 18. pantā noteikts, ka:

"Komisija nodrošina, ka savā darbībā attiecībā uz katru īstenošanas pasākumu tā ievēro dalībvalstu pārstāvju un to visu ieinteresēto pušu proporcionālu dalību, kas saistītas ar konkrēto ražojumu vai ražojumu grupu. Šādas puses ietver, piemēram, nozari, tostarp MVU, amatniecības nozari, arodbiedrības, tirgotājus, mazumtirgotājus, importētājus, vides aizsardzības grupas un patērētāju organizācijas. Šīs puses jo īpaši līdzdarbojas īstenošanas pasākumu noteikšanā un pārskatīšanā, izveidoto tirgus uzraudzības mehānismu efektivitātes izvērtēšanā un brīvprātīgo vienošanos un citu pašregulācijas pasākumu izvērtēšanā. Šīs puses tiek Apspriežu forumā. Komisija pieņem foruma reglamentu".

Izstrādājot jauno darba plānu 2020.-2024.gadam, patērētāju organizācijām ir iespēja dot ieguldījumu jaunu kritēriju noteikšanā produktu grupām, uz kurām vēl neattiecas ekodizains, piemēram, IKT produktiem, kā arī pārskatīt esošos pasākumus un nodrošināt obligātos noteikumus.

Izmantojot Ekodizaina un enerģijas marķēšanas konsultāciju forumu, patērētāju organizācijām ir iespēja komentēt sekojošus horizontālos jautājumus:

- 2020-2024. Gada darba plāns;
- Ekodizaina kritēriju izstrādes metode (MEErP);
- vērtēšanas sistēma remontam;

- Ekodizaina direktīvas iespējamā pārskatīšana 2009/125/EC;
 - tirgus uzraudzības efektivitāte.
- b) Informēšana un izglītošana par jaunajām shēmām un marķēšanu** - sakarā ar izmaiņām marķēšanas jomā un pastāvot dažādiem marķējumiem, patērētāju informēšana un izglītošana ir ārkārtīgi svarīga, lai palīdzētu patērētājiem labāk orientēties.
- c) Sniegt informāciju politikas veidotājiem** - izstrādājot enerģijas marķējuma pasākumus, politikas veidotājiem būs jāņem vērā patērētāju intereses. To var panākt, izmantojot:
- ieguldījums tehniskajā sagatavošanas darbā un dalība ieinteresēto personu sanāksmēs, kad tiek mainīta etiķešu skala;
 - padomu sniegšana Eiropas Komisijai par to, kā labāk sazināties par enerģijas marķējuma priekšrocībām patērētājiem;
 - piedalīšanās projektos, kas veicina enerģijas marķējumu, piemēram, BELT projektu Boost the Energy Label Take up, lai veicinātu efektīvāku ar enerģiju saistītu produktu ieviešanu.

Papildu resursi - faktu lapas, publikācijas, saites

- **BELT – Boost Energy Label Take up:** <https://www.belt-project.eu/>

BELT projektu finansē ES programma “Apvārsnis 2020”. Projekta mērķis ir veicināt efektīvāku ar enerģiju saistītu produktu ieviešanu. Tās mērķis ir atvieglot pārejas periodu no vecā enerģijas marķējuma uz jauno. Pateicoties BELT, pārejas process uz jauno mainīto skalu būs vieglāk veicams, nodrošinot apmācību un tehniskas norādes ražotājiem, izplatītājiem un mazumtirgotājiem. Izmantojot skaidras un mērķtiecīgas komunikācijas kampaņas, tiks novērsta neskaidrība un kļūdas patērētāju, valsts un uzņēmumu iepirkumu darbinieku vidū. Turpmākie projekta atklājumi vēlāk būs pieejami BEUC.

- **Finanšu ietaupījumi no ekodizaina, BEUC pasūtīti pētījumi:** <http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109-benefits-of-ecodesign-for-eu-households-executive-summary.pdf>

Galvenie secinājumi:

- Pateicoties ekodizainam, patērētāji katru gadu ietaupa līdz 330 eiro. Tas ir tāpēc, ka ES likumi ir ļāvuši ražotājiem ražot energoefektīvākus produktus;
 - Patērētāju ietaupījumi var palielināties līdz vairāk nekā EUR 450 gadā, ja viņi izvēlas produktu, kas ietilpst enerģijas etiķetes augstākajā klasē;
 - Ekodizains var arī palīdzēt uzlabot patēriņa preces, piemēram, padarīt putekļsūcējus klusākus.
- **BEUC Faktu lapa par enerģijas marķējumu** - <https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-120-new-energy-label-back-to-the-a-g-scale.pdf>

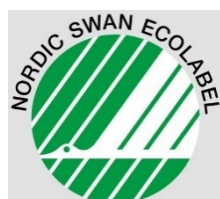
2017. gada martā Eiropas Savienības iestādes ir atjauninājušas enerģijas marķējumu. Nākotnē patērētāji gūs labumu no vienkāršākas A-G skalas, kas aizstās mulsinošās A+, A++ un A+++ klases. Šajā faktu lapā ir norādītas galvenās izmaiņas, pozitīvie aspekti un problēmas mainot pieeju.

6.2. Ekomarķējums

ES ekomarķējums tika izveidots 1992. gadā kā Eiropas mēroga brīvprātīgais marķējums, kas paredzēts, lai patērētājiem vieglāt atrast videi draudzīgāku un veselīgāku izvēli.

Vairāk nekā 77 000 izstrādājumu un pakalpojumu 24 dažādās kategorijās ir marķētas ar ekomarķējumu, un šis skaits kopš 2016. gada ir divkāršojies. ES ekomarķējums ir atrodams uz bērnu apģērbiem un tīrīšanas līdzekļiem līdz televizoriem, krāsām, šampūniem, koka grīdām, kopēšanas papīram vai naktsmītnēm. Tas nozīmē, ka produktiem un pakalpojumiem jāatbilst ar vidi un veselību saistīto kritēriju sarakstam, lai varētu izmantot ziedu logotipu, sākot no produkta izturības līdz toksisko ķīmisko vielu iedarbībai.

ES ir arī citi nacionāli vai reģionāli oficiāli atzīti ekomarķējumi, kas ir līdzvērtīgi ES ekomarķējumam, piemēram, Ziemeļu gulbis Ziemeļvalstīs, Zilais eņģelis Vācijā vai Austrijas ekomarķējums⁵¹.



Kāpēc ta sir svarīgi patērētājiem

Ekomarķējums palīdz patērētājiem viegli noteikt tos produktus un pakalpojumus, kuri ir 10–20% videi draudzīgāki. 8 no 10 pircējiem, kuri atpazīst ES ekomarķējumu, tam uzticas⁵².

Ekomarķējums liek ražotājiem iet grūtāko ceļu. Patiešām, marķējumu var izmantot tikai tie produkti, kuru videi un veselībai ir labāki rezultāti nekā paredzēts likumā. Uzņēmumiem jārisina produkta vai pakalpojuma ietekme, ņemot vērā visu to dzīves ciklu, sākot no ražošanas līdz pārstrādei vai iznīcināšanai, un jānodrošina, lai produkti ievērotu augstas kvalitātes veikspējas sliekšņus.

Ekomarķējums ir etalons uzņēmumiem, kuri vēlas uzlabot savus produktus, pat ja tie nepiesakās ekomarķējumam. Tam svarīga loma plašākā ES produktu politikas sistēmā kā instrumentam, lai palielinātu tirgu, tas nozīmē, ka patērētājiem visā apkārtnē ir labāki, videi draudzīgāki produkti un pakalpojumi.

Etiķete ir uzticama - ražotāji etiķeti var izmantot tikai pēc tam, kad valsts iestāde ir pārbaudījusi, vai produkts vai pakalpojums faktiski ir “zaļš”. Lai to izdarītu, viņi nodrošina, ka produkts atbilst prasībām, kuras regulāri tiek atjauninātas atbilstoši tehnoloģiju attīstībai.

⁵¹ Lai uzzinātu citu ES oficiāli atzītu etiķešu sarakstu, var iepazīties ar šo Komisijas pētījumu.

⁵² Īpašais Eurobarometrs 468: Eiropas pilsoņu attieksme pret vidi, 2017. gada NOVEMBRIS.

Jaunajā **aprites ekonomikas rīcības plānā** ir ierosinātas svarīgas regulatīvas un neregulatīvas iniciatīvas, kas var balstīties uz ES ekomarķējuma regulā Nr. 66/2010 noteiktajām prasībām dažādām produktu grupām un pakalpojumiem. **Ilgspējīgu produktu politikas ietvars** paplašinās Ekodizaina direktīvu ne tikai ar enerģiju saistītiem ražojumiem, tas varētu integrēt esošos ekomarķējuma kritērijus, kas attiecas uz bīstamu ķīmisko vielu izturību vai aizstāšanu tādos produktos kā tekstilizstrādājumi vai mēbeles.

Tiks ierosināti jauni likumdošanas un nereglamentējoši pasākumi, lai labāk atbalstītu patērētājus ar uzticamu un uzticamu informāciju par produktu ilgtspējības akreditācijas datiem, kas varētu būt laba iespēja pastiprināt ES ekomarķējumu. Īpaši uzņēmumiem tiks lūgts pamatot savus zaļos apgalvojumus, un tiks noteiktas obligātās prasības ilgtspējības marķējumiem. Paredzēta arī atsevišķa juridiska iniciatīva, lai labāk aizsargātu patērētājus no videi draudzīgas mazgāšanas.

Komisija pašlaik paplašina ES ekomarķējuma darbības jomu, iekļaujot ilgtspējīgus mazumtirdzniecības finanšu produktus (piemēram, krājkontus vai ieguldījumu fondus) un visu kosmētiku. Darba plānā 2020. – 2022. Gadam varētu apsvērt arī papildu pakalpojumu iekļaušanu, piemēram, atjaunojamo enerģiju no jaunām iekārtām vai fotoelementu paneļus. Tomēr papildus ekomarķējuma portfeļa paplašināšanai Komisija vēlas koncentrēties uz to, lai rūpniecība vairāk izmantotu esošos kritērijus. Tā veiks aktīvākas mārketinga un komunikācijas aktivitātes patērētāju un publisko iepirkumu veicēju virzienā. Tas arī veicinās marķējuma izmantošanu, izmantojot finanšu stimulus, piemēram, videi draudzīgu publisko iepirkumu vai, iespējams, paplašinātu ražotāja atbildību. Šajā procesā Komisija meklē atbalstu no dalībvalstīm un citām ieinteresētajām personām, piemēram, patērētāju organizācijām.

Lai veicinātu ekomarķējumu, ES iestādēm un dalībvalstīm ir jāveic sekojošas darbības:

- Paaugstināt sabiedrības informētību un piesaistīt mazumtirgotājus un vadošos uzņēmumus, pastiprinot mārketinga pasākumus;
- Nostiprināt shēmu, iekļaujot vairāk patērētājiem nozīmīgu preču un pakalpojumu un videi draudzīgu publisko iepirkumu;
- Rādīt labos piemērus, iegādājoties videi draudzīgus produktus, kas ir sertificēti ar ES ekomarķējumu vai līdzvērtīgu reģionālu vai valsts marķējumu, piemēram, Ziemeļu gulbis, Zilais eņģelis vai Austrijas ekomarķējums;
- Saglabāt shēmas izcilību vides jomā, nodrošinot vērienīgus kritērijus visās jomās, kas attiecas uz vidi un veselību;
- Piešķirt pietiekamus cilvēkresursus un finanšu resursus, lai nodrošinātu, ka shēma darbojas pareizi, un palielinātu sadarbību ar reģionāliem un valsts oficiāli atzītiem ekomarķējumiem, lai optimizētu esošos resursus.

Nacionālā politiskā dienas kārtība

Latvijā pieejamie vides marķējumi un nacionālās pārtikas kvalitātes shēmas:



Latvijas eko produkts. Šī zīme pieder Latvijas Bioloģiskās lauksaimniecības organizāciju apvienībai un apliecina, ka noteiktais produkts ir ražots no ekoloģiski tīrām izejvielām. Lai šo zīmi iegūtu ir jāsaņem sertifikāts, kuru izsniedz akreditēta organizācija. (<http://www.ekoprodukti.lv>)



Zaļā karotīte ir nacionālā pārtikas kvalitātes shēma, kas apliecina, ka:

- vismaz 95 % no produkta ražošanā izmantotajām izejvielām (arī pamatizejviela), izņemot ūdeni, sāli un cukuru, atbilst noteiktajām kvalitātes prasībām;
- tas nesatur ģenētiski modificētus organismus, nesastāv un nav ražots no tiem;
- produkta ražošanā nav izmantotas atsevišķas pārtikas krāsvielas;
- vismaz 75 % no produkta ražošanā izmantotajām izejvielām ir iegūtas vienā Eiropas Savienības dalībvalstī vai reģionā, kas norādē minēta kā izcelsmes valsts vai reģions.

Patērētāju organizāciju iesaiste

Patērētāju organizācijas var iesaistīties sekojoši:

- **Mudināt valsts iestādes veikt vairāk veicināšanas pasākumu**, kas var palielināt patērētāju informētību par ekomarķējumu un palielināt sabiedrības spiedienu uz precēm un pakalpojumiem, kuriem ir logotips.
- **Pieprasiet, lai mazumtirgotāji un uzņēmumi patērētājiem piedāvātu vairāk ekomarķējuma produktu** un atbalstītu viņu vides prasības, izmantojot uzticamas sertifikācijas shēmas, piemēram, ES ekomarķējumu.
- **Piedalieties kritēriju noteikšanā**, lai pārliecinātos, ka tikai ar ekoloģiski izciliem izstrādājumiem tiek attēlots ES zieda logotips. Kā ES ekomarķēšanas padomes loceklis BEUC sniedz patērētāju organizāciju viedokli par ekomarķējuma kritēriju izstrādi lēmumu pieņemšanas procesā. ES ekomarķējuma padome apvieno arī Eiropas Komisiju, dalībvalstis, vides NVO, rūpniecību un mazumtirgotājus.

- **Palīdzēt padarīt ES ekomarkējumu populārāku⁵³ un izglītēt patērētājus**, kurām etiķetēm uzticēties, un identificēt uzņēmumus, kuri izmanto “zaļā maldināšanu”. Pieaugot pieprasījumam pēc ilgtspējīgākiem produktiem, ir iezīmējušās dažādas iniciatīvas to marķēšanai, kas palielina “zaļās mazgāšanas” riskus, kas maldina patērētājus iegādāties preces, kuras nav videi draudzīgas. Šobrīd visā pasaulē tiek izmantotas vairāk nekā 500 šādas etiķetes, un 3 no 4 produktiem ES norāda vides prasību. Tā rezultātā patērētāji bieži jūtas apmaldījušies, kad jāizvēlas starp vairākām “zaļām” iespējām, un var nejauši izvēlēties tādu produktu, kas nebūt nav “zaļš” vai ētisks.

Resursi par maķējumu:

- **BEUC Faktu lapa par ES ekomarkējumu** - https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-056_ecolabel_factsheet.pdf
- **ES Ekomarkējuma fakti, skaitļi un grafika** - <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>
- **ES infografika uz ekomarkējumu** - https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/label_you_can_trust.pdf

6.3. Priekšlaicīga produktu nolietošānās

Kāpēc ta sir svarīgi patērētājiem

Pašreizējos patēriņa modeļus raksturo divas tendences: patērētāji lieto vairāk produktu nekā agrāk, un lieto tos īsāku laika periodu. Īsāks izmantošanas laiks un ātrāka aizstāšanas likme rada arvien lielāku spiedienu uz resursiem. Pētījumi, kuros analizēts produktu lietošanas laiks, atklāj, ka pēdējos gados patērētāji maina produktus biežāk. Tas varētu būt saistīts ar patērētāju izvēli, kura saistītās ar neveiksmīgi izvēlētiem produktiem un mārketinga spiedienu, kas virza patērēt vairāk. Jāatzīmē, ka, neskatoties uz to, ka daži produkti tiek nomainīti pēc neilga lietošanas laika, liecina, ka patērētāji vēlas, lai produkti kalpotu ievērojami ilgāk⁵⁴ un šī informācija par produktu izturību viņiem ir svarīga⁵⁵. Turklāt daudzi

⁵³ Komisija ir izstrādājusi digitālo rīkkopu ar attiecīgu informāciju un komunikācijas materiāliem, kas pieejami organizācijām, kuras vēlas popularizēt ES ekomarkējumu. BEUC regulāri piedāvā saziņas materiālus, kurus var izmantot patērētāju organizācijas, piemēram, pavasara kampaņa par mazgāšanas līdzekļiem un tīrīšanas līdzekļiem vai svētku kampaņa tūristu mītnēm. Ieinteresētās organizācijas var sazināties ar BEUC sekretariātu par visiem jautājumiem un informāciju, kas nepieciešama ES ekomarkējuma popularizēšanai.

⁵⁴ Arbeiterkammer Wien: ilglietojuma preču lietošanas laiks un novecošana paātrinājuma laikmetā. Empīriskā izmeklēšana Austrijas mājāsaimniecību vidū.

⁵⁵ Eiropas Komisija (2013): Flash Eurobarometer 367 - eiropiešu attieksme pret vienotā produktu tirgus izveidi norādīja, ka “Vairāk nekā deviņi no desmit respondentiem bija vienprātīgi, ka jānorāda tirgū pieejamo produktu kalpošanas laiks (92%). http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_367_en.pdf

patērētāji ir neapmierināti ar produktiem, kuri neattaisno viņu cerības⁵⁶. Pārāk bieži preces, kas nepieciešamas ērtam dzīvesveidam, piemēram, veļas mazgājamās mašīnas⁵⁷, elektriskās zobu birstes⁵⁸, televizori⁵⁹, printeri un viedtālruņi⁶⁰ salūzt jau pirms garantijas termiņa beigām⁶¹ un tos nevar salabot. Tas rada arvien lielāku spiedienu uz patērētāju budžetu un dabas vidi.

Produktu nolietojšanās ir daudzšķautņaina problēma, un tā var attiekties uz tīšu un netīšu produktu kļūmi slikta dizaina dēļ, produkta nespēju atjaunināt jaunu programmatūru, tos uzturēt vai salabot. Dažreiz patērētāju neapmierinātība ar produkta funkcionalitāti noved pie tā nomaiņas.

ES politiskā dienas kārtība

ES ar **aprites ekonomikas rīcības plāniem** ir sākusi risināt problēmu (sk. Ievadu un nodaļu par ekodizainu iepriekš). Plāni ietver pielikumu ar laika plānu un ļoti konkrētiem pasākumiem, kas tiks ieviesti nākamajos gados un kas piedāvā daudz iespēju patērētāju organizācijām sniegt savu ieguldījumu ar konkrētiem priekšlikumiem un veicināt uzlabojumus⁶².

Dažas valstis jau ir rīkojušās, lai novērst priekšlaicīgu novecošanu:

- Garāks garantijas laiks dažām produktu kategorijām (Nīderlande, Somija, Zviedrija, Islande, Norvēģija, Īrija un Lielbritānija).

⁵⁶ Around a third of all washing machines and fridges, and a quarter of all the vacuum cleaners replaced in the UK each year failed to meet the average customer's expectation for each product's lifetime. See WRAP: Switched on to Value. Why extending appliance and consumer electronic product lifetimes and trading used products can benefit consumers, retailers, suppliers and the environment, <http://www.wrap.org.uk/content/switched-value>.

Aptaujā AK Wien ar Austrijas patērētājiem 45% respondentu norādīja, ka ir apmierināti ar pašreizējo produktu kalpošanas laiku, bet gandrīz 30% atzina, ka ir diezgan neapmierināti.

http://media.arbeiterkammer.at/wien/PDF/studien/Bericht_Produktnutzungsdauer.pdf

⁵⁷ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/1014_DECO_Portugal.pdf

⁵⁸ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/1013_Test_Achats_Belgium.pdf

⁵⁹ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/0913_Stiftung_Warentest_Germany.pdf

⁶⁰ http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/conference/presentations/Gerjan_int_Veld.pdf

⁶¹ Lai gan statistikas datu par sadalījuma rādītājiem visā ES nav, Vācijas Federālā vides aģentūra veic pētījumu par produktu kalpošanas laiku. Sākotnējie rezultāti liecina, ka palielinās to mazo ierīču skaits, kuru dzīves ilgums nepārsniedz 5 gadus, un ka lielo ierīču kalpošanas laiks samazinās, kaut arī tās joprojām pārsniedz desmit gadus. Turklāt vairāk nekā 10% veļas mazgājamo mašīnu 2013. gadā sasniedza tikai 5 gadus vai mazāk, salīdzinot ar 6% 2004. gadā.

Skatīt:

http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/texte_10_2015_einfluss_der_nutzungsdauer_von_produkten_auf_ihre_umwelt_obsoleszenz_17.3.2015.pdf

Prakash, Siddharth; Stamminger Rainer & Ines Oehme (2015): Faktencheck Obsoleszenz: Analyse der Entwicklung der Lebens- und Nutzungsdauer von ausgewählten Elektro- und elektronikgeräten. In: Brönneke, Tobias und Andrea Wechsler: Obsoleszenz interdisziplinär. Vorzeitiger Verschleiß aus Sicht von Wissenschaft und Praxis.

⁶² <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0098&from=EN>

- Ar likumdošanu saistīts plānota produktu novecošanās aizliegums Francijā un nesen veiktie pasākumi Itālijā⁶³ un Francijā⁶⁴ valsts iestāžu darbība, pamatojoties uz Negodīgas komercprakses direktīvu.
- Zemāks PVN remontētiem produktiem Zviedrijā.

Tomēr citas valstis ir aicinājušas jautājumus risināt Eiropas līmenī (Beļģija un Vācija). Tāpēc aprites ekonomikas rīcības plānā īpaši pieminēta plānotā produktu nolietošānās novēršana. ES aprites ekonomikas rīcības plānā ir iekļauti arī tādu pasākumu plāni kā:

- **Produktu ilgtspēja.** Pateicoties nākotnes ilgtspējīgu produktu politikas ietvaram, sagaidāms, ka daudzi citi patēriņa produkti, piemēram, viedtālruņi un datori, būs izturīgāki, atkārtoti lietojami, uzlabojami, labojami un pārstrādājami.
- **Tādas piesārņojošās nozares, kā piemēram, tekstilizstrādājumi un ēkas, izejvielas izmantos efektīvāk.** Pieeja noteikumu izstrādei konkrētām nozarēm iedvesmo daudz runāto vienreizējās lietošanas plastmasas aizliegumu, kuru ES iestādes pagājušajā gadā rekordīsā laikā piespieda.
- **Patērētāju tiesības remontēt preces.** Vairāk patēriņa preču būs jāklūst viegli labojamām un modernizējamām. Viedtālruņiem, kafijas automātiem un printeriem vajadzētu būt prioritātēm, jo tie ir patērētāju sūdzību pirmajā vietā visā Eiropā.
- **Patērētāji iegūs ticamāku informāciju par izturību un remontu.** Piemēram, nākotnē uzņēmumiem tirdzniecības vietā var nākties atklāt, cik ilgi viņu produkti kalpo vai cik ilgi būs pieejamas rezerves daļas.
- **Patērētāji būs labāk aizsargāti pret “zaļās mazgāšanas” un priekšlaicīgas novecošanas gadījumiem.** Piemēram, Eiropas Savienības mērķis ir risināt labāk nepamatotus vides apgalvojumus un negodīgas novecošanas lietas.
- **Bīstamo ķīmikāliju izskaušana,** lai tās nepārstrādātu pārstrādātos produktos.

Eiropas Komisija ir apņēmusies izveidot remonta kultūru, un jaunākie Ekodizaina direktīvas īstenošanas pasākumi parāda, ka ir iespējami pasākumi, lai pagarinātu produkta kalpošanas laiku, ļaujot tos labot. Vairākām produktu kategorijām laika gaitā ir jāsauglabā rezerves daļas, un informācijai par remontu un apkopi jābūt pieejamai.

Pamatojoties uz esošajiem pasākumiem, Eiropas “tiesības uz remontu”, kas vispirms tiks piemērotas IKT produktiem ietvers sekojošo:

- Piekļuve rezerves daļām vismaz tik ilgi, cik paredzēts izstrādājuma kalpošanas laikā. Iespējama rezerves daļu attiecināšana uz programmatūras daļām, un šobrīd tā ir piemērojama uzņēmuma serveriem.

⁶³ 2018. gadā Itālijas Patērētāju un konkurences pārvalde (AGCM) sodīja Apple un Samsung attiecīgi par 10 un 5 miljoniem eiro par negodīgu komercpraksi (plašāku informāciju skatiet šeit). 2020. gada maijā Lacio tiesa Itālijā apstiprināja lēmumu pret Apple (skatīt spriedumu šeit).

⁶⁴ 2020. gada februārī Francijas iestāde (DGCCRF) sodīja Apple par 25 miljonu eiro sodu par patērētāju neinformēšanu par to, ka viņu iPhone atjauninājums ietekmēs ierīces veiktspēju, kas ir negodīga komercprakse (plašāku informāciju skatiet šeit).

- Pieeja remonta un tehniskās apkopes rokasgrāmatām.
- Piekļuve romentējamām detaļām, lai salabotu produktu.
- Informācija par produkta remontu tirdzniecības vietā.

Nacionālā līmeņa politiskā dienas kārtība

Eiropas Parlaments apstiprināja veselu virkni dokumentu patērētāju aizsardzības jomā, kuri skar tādus aktuālus jautājumus, kā kolektīvā zaudējumu atlīdzība, tiesības uz remontu un preču drošums.

Rekomendācijās Eiropas Parlaments, cita starpā, aicina:

- apsvērt pārdevēja un ražotāja solidāras atbildības par neatbilstību līguma noteikumiem ieviešanu (šobrīd patērētāja priekšā atbild tikai pārdevējs);
- ietvert pirms līguma noslēgšanas patērētājam sniedzamās informācijas sarakstā informāciju par paredzamo preces lietošanas ilgumu un tās remonta iespējām (programmatūras atjauninājumi, rezerves daļu pieejamība u.c.), kā arī atzīt par netaisnīgu komercpraksi, kuras vienīgais mērķis ir produkta lietošanas ilguma saīsināšana t.sk. izmantojot šim mērķim datorprogrammtūru un tās atjauninājumus;
- ieviest patērētāja tiesības uz remontu nolūkā padarīt preču remontu par regulāru, lētu un pievilcīgu patērētājiem, ņemot vērā konkrēto produktu īpašības, piemēram, nodrošināt remonta instrukciju pieejamību bez maksas, rezerves daļu pieejamību par saprātīgu samaksu, patērētāja tiesību paplašināšanu, ja viņš izvēlas remontu, nevis preces aizvietošanu u.c.

Papildu informācija Latvijas Patērētāju interšu aizstāvības asociācijas mājas lapā: <https://www.pateretajs.lv/index.php/lv/component/content/article/1-zias-un-jaunumi/286-eiropas-parlaments-darbu-burzm-kolektvas-prasbas-tiesbas-uz-remontu-un-preu-droums>

Patērētāju organizāciju loma

Ņemot vērā šī jautājuma sarežģītību, patērētāju organizācijas kopā ar akadēmiķiem un profesionāliem remontētājiem ir iesaistītas pētniecības projektā PROMPT, lai izstrādātu priekšlaicīgas produktu novecošanās testēšanas programmu attiecībā uz mobilo tālrunu, putekļsūcēju, televizoru un veļas mašīnu pilotiem. Projekta PROMPT mērķi ir sekojoši:

- Apkopot patērētāju sūdzības par produktiem, ņemot vērā to izturību un iespēju tos remontēt. Izmantojot tiešsaistes platformas apkopot atsauksmes par produktiem, kuriem ir iepriekš konstatētas kļūdas.
- Pārbaudes metodes nodrošināšana, kas ļauj atzīmēt produktus ar zemu veiktspēju, lai orientētu patērētāju izvēli.

- Nozares informēšana par labajiem piemēriem un dizaina stratēģijām, lai izvairītos no priekšlaicīgas produktu nolietošanas.

Papildus resursi par produktu priekšlaicīgu nolietošanos

- **BEUC Faktu lapa par priekšlaicīgu produktu nolietošanos:**
https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-057_premature_obsolescence.pdf
- **ES jaunais aprites ekonomikas rīcības plāns:**
https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf
- **PROMPT faktu lapa:** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-063_prompt_testing_products_to_promote_longer_lifetime.pdf

Nacionālie piemēri - ekomarkējums un enerģijas markējums, ekodizains un priekšlaicīga produktu nolietošanas

Priekšlaicīga produktu nolietošanas:

Beļģija – patērētāju organizācija *Test-Achats* vsociālā vides kampaņa ar nosaukumu “**trop vite usé**”, uzsverot priekšlaicīgu produktu nolietošanos un neiespējamu remontu un mudinot patērētājus neiegādāties produktus, kas saplīsuši pārāk ātri.



Konsultācijas patērētājiem par produktiem:

- **Francija** – konsultācijas patērētājiem par to, kā samazināt enerģijas patēriņu, izmantojot produktus ([how to reduce energy consumption](#))
- **Spānija** – pētījums, kurā salīdzinātas lietotu produktu pirkšanas un pārdošanas platformas ([study comparing platforms](#)).

7. PRODUKTU ILGTSPĒJĪBAS ĪSTENOŠANA

7.1. Maldinošas zaļās produktu prasības un iespējamie izpildes jautājumi

Kāpēc patērētāju tiesības ir svarīgas?

Tā kā patērētāji vairāk interesējas par dabas vides jautājumiem, tad arvien lielāks tirgotāju skaits izmanto izmanto zaļās norādes, lai atšķirtos no konkurentiem. Saskaņā ar ES Patērētāju rezultātu pārskatu (Consumer Conditions Scoreboard)⁶⁵ 2019. gada novembrī vairāk nekā puse ES patērētāju, veicot pirkumus, uzsver vides prasības.

Patērētāji aizvien vairāk saskaras ar zaļajām prasībām. Daudzi no patērētājiem nav pārliecināti, jo zaļās prasības nav pamatotas vai tās ir maldinošas. Šī situācija izraisa patērētāju apjukumu un neuzticēšanos un apdraud viņu aktīvo ieguldījumu pārejā uz zaļo ekonomiku. Saskaņā ar Eiropabarometra aptauju, kas publicēta 2020. gada martā⁶⁶ un koncentrējoties uz vides prasībām apgērību nozarē, lielākā daļa patērētāju uzskata, ka daudzi izstrādājumi ir videi draudzīgi, bet, iespējams, neuzticas apgalvojuma patiesumam.

Eiropas Savienības politiskā dienas kārtība

ES līmenī **Negodīgas komercprakses direktīva** (Direktīva 2005/29 / EK, UCPD)⁶⁷ ir galvenais horizontālais tiesību akts, ko piemēro zaļajām prasībām. Tas ir atskaites punkts, ko izmanto, lai noteiktu, vai norāde ir maldinoša vai nu saturā, vai veidā, kādā tā tiek pasniegta patērētājiem. Papildus vispārīgajam maldinošās prakses aizliegumam tās 1. pielikumā melnajā sarakstā ir iekļautas vairākas ar zaļajām prasībām saistītās prakses.

Mēģinot uzlabot UCPD efektivitāti, lai maldinātu vides norādes, ES arī atjaunināja **UCPD vadlīniju dokumentu**⁶⁸ 2016. gadā, pamatojoties uz daudzu ieinteresēto personu grupas darbu un vairāku valstu struktūru publicētajiem vadlīniju dokumentiem.

Papildus UCPD "zaļajiem apgalvojumiem" ir arī citi ES tiesību akti (piemēram, Direktīva 2012/27 par energoefektivitāti, Direktīva 2010/31 / ES par ēku energoefektivitāti utt.).

2019. gada septembrī vēstulē jaunajam tieslietu komisāram Reinoldam⁶⁹, prezidente fon der Leiena uzsvēra nepieciešamību "atrast jaunus veidus, kā dot patērētājiem iespēju izdarīt apzinātu izvēli un aktīvi piedalīties zaļajā pārejā".

⁶⁵https://ec.europa.eu/info/publications/consumer-conditions-scoreboard-consumers-home-single-market-2019-edition_en

⁶⁶<https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveyky/2257>

⁶⁷<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>

⁶⁸<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016SC0163>

⁶⁹https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/mission-letter-didier-reynders-2019_enpdf.pdf

2019. gada decembrī **Eiropas Zaļā kursa** paziņojums⁷⁰ norādīja, ka “ticamai, salīdzināmai un pārbaudāmai informācijai (...) ir svarīga loma, dodot pircējiem iespēju pieņemt ilgtspējīgākus lēmumus un samazinot zaļās mazgāšanas risku”. Šajā gadījumā Komisija paziņoja par savu mērķi pastiprināt “savus normatīvos un nereglamentējošos centienus, lai apkarotu nepatiesas videi draudzīgas prasības”. ES patērētāju samītā 2020. gada janvārī tika veltīts darbseminārs “cīņai pret videi draudzīgu mazgāšanu” un apspriesti iespējamie risinājumi, ko ES patērētāju politika var piedāvāt, lai risinātu maldinošas zaļās prasības. ES Komisija 2020. gada aprīlī publicēja jaunu **aprites ekonomikas rīcības plānu**⁷¹, kas ietver jaunus pasākumus, lai novērstu nepatiesas norādes uz vidi. Komisija arī paziņoja par jaunu likumdošanas instrumentu, lai “patērētājam ļautu zaļo pāreju”.

Nacionālā līmeņa politiskā darba kārtība

EKO maldināšana

Ja pārtikas jomā pastāv samērā stingras prasības un Eiropas regulas (patiesības labad gan jāsaaka, ka arī šeit pastāv brīva vieta improvizācijām un maldināšanai), tad attiecībā uz pārējām nozarēm ir pieļaujamas diezgan brīvas izpausmes, kas pat legāli atrunātas Eiropas Padomes regulas Nr.834/2007 IV sadaļas 23.panta 2.apakšpunktā, norādot, ka nedrīkst izmantot ekomaldinošus terminus produkta marķējumā izņemot gadījumus, kad šos terminus (bio, eco, organic) attiecina uz produktiem, kas nav pārtikas produkti. Attiecīgi varam secināt vien to, ka attiecībā uz, piemēram, sadzīves ķīmiju pieļaujamas krietni brīvas izpausmes un maldināšanas iespējas.

Veidi, kā notiek šī maldināšana, ir dažādi – piemēram, saucot produktu par “eko”, taču nesertificējot to; izceļot tās sava produkta īpašības, kas atbilst sabiedrības pieņēmumiem par “zaļumu”, taču noklusējot citas, kas neatbilst; pozicionējot savu uzņēmumu kā “zaļu” un “videi draudzīgu”, taču īstenojot šim uzstādījumam neatbilstošas, pat pēc būtības pretējas, mārketinga un biznesa aktivitātes.[ii] Nereti tirgotāji, sekojot aktuālajām tendencēm cilvēku domāšanas maiņā un attiecīgi arī pieprasījumā, produktu pasniedz kā dabisku un ekoloģisku, iepinot mistisko „EKO” vien produkta nosaukumā vai aprakstā, piemēram, „Ekoziepes”, „Ekoloģisks traipu tīrītājs”, „Dabiskais gaisa atsvaidzinātājs”, „BIO Roundups” utt. Tomēr šāds nosaukums ne vienmēr nozīmē arī dabai un cilvēkam draudzīgi saturu.

Vēl viens no maldināšanas paņēmieniem ir pašu veidoti eko marķējumi, kas arī nenozīmē dabisku vai nekaitīgu saturu. Veikalu plauktos vienam otram produktam redzami pseido eko marķējumi, kas vizuāli un neiedziļinoties atgādina kādu eko zīmi vai norādi uz dabisku sastāvu. Visbiežāk dažādās formās tiek izmantotas zaļas lapas un improvizēti eko zīmogi.

Attiecīgi varam secināt, ka burtu savirknējums EKO vai zaļa lapiņa uz marķējuma, ne vienmēr norāda uz dabisku, nekaitīgu un veselīgu un vidi saudzējošu produkta saturu.

⁷⁰ https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf

⁷¹ https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

Patērētāju organizāciju loma

Sabiedrībā, kur pieaug patērētāju izpratne par vidi, daudzi tirgotāji cenšas to izmantot, pārdodot savus produktus. Viņi izvirza apgalvojumus, kurus nevar pamatot. Patērētāju organizācijām galvenā loma ir, aizsargāt patērētājus no šādas negodīgas prakses, jo īpaši:

- **Tirgus novērošana un visu zaļo norāžu atklāšana, kas varētu būt maldinošas un tāpēc nelikumīgas:** Patērētāji bieži vien nespēj neatkarīgi novērtēt, vai konkrētas norādes ir patiesas vai nē, un var viegli nonākt tādu produktu slazdā, kuri tikai izliekas par videi draudzīgākiem.
- **Produktu un pakalpojumu pārbaude:** Patērētāju organizācijām ir unikāla pieredze, lai spētu novērtēt, vai konkrētas videi draudzīgas norādes var pamatot, un palīdzētu patērētājiem izvēlēties labākos produktus.
- **Negodīgu videi draudzīgu prasību un negodīgu novecošanas lietu apstrīdēšana tiesās un / vai valsts iestādēs:** Patērētāju organizācijām ir svarīga loma, ieviešot noteikumus, kas attiecas uz zaļajām prasībām.
- **Patērētāju izglītošana par zaļo maldināšanu:** Kaut arī patērētāji arvien vairāk apzinās savu pirkumu ietekmi uz vidi un vēlas to ņemt vērā, izvēloties produktu, viņi bieži neapzinās, ka daži no tirgū esošajiem apgalvojumiem vai etiķetēm nav uzticami vai nepatiesi.
- **Ietekme uz tiesību aktiem, lai pārliecinātos, ka patērētāji tiek efektīvi aizsargāti pret maldinošajām zaļajām prasībām:** ES līmenī pašlaik nav īpašu likumu, kas regulētu zaļās norādes. Piemēro tikai vispārējos UCPD direktīvas noteikumus. Juridiskās noteiktības trūkums un plūstoša izpilde neizraisa pieaugošo nepamatoto zaļo prasību skaitu tirgū.

Papildu resursi patērētāju tiesībām

- **BEUC nostājas dokuments:** Patērētāji ir ilgtspējības centienu centrā. BEUC viedoklis par Eiropas zaļo vienošanos: http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-012_beuc_position_on_european_green_deal.pdf
- **BEUC nostājas dokuments:** BEUC aicina efektīvi aizliegt maldinošas zaļās norādes (tiks atjauninātas 2020. gadā): <https://www.beuc.eu/publications/2011-09991-01-e.pdf>



7.2. Patērētāju tiesības. Kā tās var veicināt produktu ilgtspējīgu lietošanu.

Kāpēc patērētāju tiesības ir svarīgas?

Patērētāji dod priekšroku ilgstošākiem produktiem. Saskaņā ar neseno pētījumu⁷², viņi pat ir gatavi maksāt ievērojami vairāk par produktiem, kas ir izturīgāki un labojami.

Turklāt viņi arvien vairāk apzinās vides problēmas, ar kurām mēs saskaramies, un klimata pārmaiņu ārkārtas situāciju. Viņi vēlētos vairāk iesaistīties aprites ekonomikā⁷³ un labākais veids, kā viņiem dot ieguldījumu, ir iegādāties ilgāk lietojamus produktus.

Patērētāju tiesību akti viņiem palīdz sasniegt šādus mērķus. Divu gadu laikā pēc produkta iegādes uz patērētājiem attiecas likumīgas garantijas tiesības, kas nodrošina, ka gadījumā, ja viņu produkts ir bojāts, viņi var to salabot, apmainīt vai pat dažos gadījumos atgūt naudu. Šādi pienākumi stimulē pārdevējus (un netieši ražotājus) izvēlēties produktus ar ilgāku kalpošanas laiku.

Eiropas Savienības politiskā dienas kārtība

Galvenie instrumenti, ko patērētāju tiesību akti izmanto, lai reklamētu ilgāk lietojamus produktus, ir likumīgas garantijas tiesības.

Pašlaik tos joprojām regulē ES līmeņa patērētāju pārdošanas un garantiju direktīva 1999/44/EK. Tā ir minimālās saskaņošanas direktīva, kas patērētājam dod tiesības uz noteiktiem aizsardzības līdzekļiem, ja viņa/viņas prece ir nepilnīga. Šī direktīva nosaka šādu tiesiskās aizsardzības līdzekļu hierarhiju. Neatbilstības gadījumā patērētājs vispirms var lūgt remontu vai nomaiņu. Ja tas nav iespējams saprātīgā laikā vai bez ievērojamām neērtībām, viņš var lūgt arī samazināt cenu vai lauzt līgumu (kā rezultātā tiek atmaksāta pirkuma cena).

Tomēr jauna **direktīva** (ES) 2019/771⁷⁴ ieviesa dažas izmaiņas, kas varētu veicināt ilglaicīgāku produktu veicināšanu:

- Laika posmā, kurā pieņemšanas laikā tiek uzskatīts, ka neatbilstība pastāvēja (pierādīšanas pienākuma maiņa), pagarināšana uz vienu gadu, dalībvalstīm dodot iespēju to pagarināt līdz diviem gadiem.
- Izturība kļuva par jaunu objektīvu atbilstības prasību.
- Pienākums sniegt atjauninājumus, lai nodrošinātu, ka preces ar digitālajiem elementiem paliek atbilstošas.
- Tika ieviesta jauna brīvprātīga komerciāla ilgtspējības garantija, saskaņā ar kuru ražotājs var būt tieši atbildīgs patērētājam.

⁷² Uzvedības pētījums par patērētāju iesaistīšanos aprites ekonomikā, 2018. gada oktobris, galīgais ziņojums.

⁷³ Turpat

⁷⁴ Direktīva 2019/771 par dažiem aspektiem attiecībā uz preču pārdošanas līgumiem.

Šī direktīva pašlaik tiek transponēta dažādu ES dalībvalstu tiesību aktos (transponēšanas termiņš ir 2021. gada 1. janvāris), un tā būs piemērojama no 2022. gada 1. janvāra.

2019. gada decembrī Eiropas Komisija publicēja Eiropas Zaļā darījuma paziņojumu ⁷⁵, kur tā paziņoja par savu mērķi līdz 2050. gadam padarīt ES oglekļa neitrālu. Lai to sasniegtu, tā paziņoja par vairākām iniciatīvām arī patērētāju tiesību jomā. Tie tika sīkāk precizēti jaunajā **aprites ekonomikas rīcības plānā**⁷⁶, publicēts 2020. gada martā. Rīcības plānā tika paziņots par ES patērētāju tiesību aktu pārskatīšanu, lai nodrošinātu, ka patērētāji tirdzniecības vietā saņem uzticamu un atbilstošu informāciju, tostarp viņu dzīves ilgumu, kā arī par remonta pakalpojumu, rezerves daļu un remonta rokasgrāmatu pieejamību. Nākamajiem gadiem tika paziņoti vairāki tiesību aktu priekšlikumi, tostarp:

- Likumdošanas priekšlikums par patērētāju iespēju palielināšanu videi draudzīgā pārejā (2020)
- Likumdošanas priekšlikums par zaļo prasību pamatošanu (2020)
- Likumdošanas un nelegislatīvi pasākumi, kas nosaka jaunas “tiesības uz remontu” (2021)

Tika pasludināts, ka Eiropas Zaļā vienošanās ir Ursulas fon der Leienas komisijas galvenā prioritāte, taču dažas no tās iniciatīvām diemžēl var tikt atliktas pašreizējās COVID-19 pandēmijas dēļ⁷⁷.

Nacionālā līmeņa politiskā darba kārtība

Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas (VARAM) sagatavotā dokumenta “Rīcības plāns pārejai uz aprites ekonomiku 2020.–2027. gadam” mērķis ir izveidot rīcībpolitikas ietvaru, lai nodrošinātu tādu darbības vidi, kas veicinātu valsts pāreju uz aprites ekonomiku, vienlaikus sniedzot pienesumu Eiropas “Zaļā kursa” īstenošanā un globālo ilgtspējīgas attīstības mērķu sasniegšanā, norādīts dokumentā.

Eiropas “Zaļā kursa” mērķus Latvijā palīdzēs īstenot jau izstrādātie dokumenti – Latvijas stratēģija klimatneitralitātes sasniegšanai līdz 2050. gadam, Nacionālais enerģētikas un klimata plāns 2021.–2030. gadam un Arites ekonomikas stratēģija.

“Pārdomāta aprites ekonomikas ieviešana ir kā atbilde uz ražošanas un patēriņa negatīvo ietekmi uz klimatu un vidi. Arites ekonomikas iedzīvināšana nozīmē lietderīgu un atkārtotu resursu izmantošanu, lai pēc iespējas mazāk atkritumu tiktu noglabāti poligonos vai nonāktu atpakaļ vidē.

⁷⁵ https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf

⁷⁶ https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

⁷⁷ Tas attiecas arī uz abām iepriekšminētajām iniciatīvām par patērētāju iespējām un videi draudzīgām prasībām, kuras ir pārceltas uz 2021. gadu. Tomēr Komisijā turpinās sagatavošanās darbs, un ir publicētas vairākas sabiedriskās apspriešanas, kurās BEUC piedalīsies. Konsultācijas ir pieejamas šajā vietnē: https://ec.europa.eu/info/consultations_en

Plāns nosaka galvenos septiņus rīcības virzienus un pasākumus aprites ekonomikas ieviešanai:

- pāreja no atkritumu apsaimniekošanas uz resursu apsaimniekošanu;
- resursu produktivitātes uzlabošana visās tautsaimniecības nozarēs, veicinot pētniecības un inovācijas attīstību;
- priekšnoteikumu veidošana otrreizējai preču izmantošanai;
- pārejas no preču pirkšanas uz pakalpojumiem veicināšana;
- materiālu, procesu un atkritumu pārvaldības uzlabošana prioritārajās nozarēs;
- pašvaldību lomas stiprināšana aprites ekonomikas principu ieviešanā;
- sabiedrības iesaiste, informēšana un izglītošana.

Patērētāju organizāciju loma

Patērētāju organizācijas ir nozīmīgi tirgus uzraugi, kas palīdz patērētājiem meklēt ilglaicīgākus produktus. Vissvarīgākais ir:

- **Testa produkti un pakalpojumi:** Patērētāju organizācijas palīdz patērētājiem izvēlēties vislabākos un izturīgākos produktus.
- **Sniegt ieteikumus patērētājiem:** pamatojoties uz testu rezultātiem, patērētāju organizācijas publicē klasifikāciju dažādās produktu kategorijās un apbalvo par labākajiem produktiem.
- **Informēt un konsultēt** patērētājus par viņu tiesībām gadījumā, ja nopirktie produkti ir bojāti, neatbilst viņu cerībām vai priekšlaicīgi neizdodas tos iegūt.
- **Izglītēt patērētājus par viņu tiesībām**, īpaši par noteikumiem, ar kuriem nosaka viņu juridiskās garantijas tiesības, izmantojot informēšanas kampaņas, žurnālu rakstus, palīdzības līnijas utt.
- **Novērot tirgu un atklāt** jebkādus modeļus, kas varētu liecināt par to, ka daži specifiski produkti priekšlaicīgi neizdodas (skatiet vairāk par PROMPT projektu priekšlaicīgas novecošanas 7.3. Sadaļā).
- **Patērētāju tiesību ievērošana** tiesās un/vai valsts iestādēs.
- **Ietekmējošie tiesību akti:** vissvarīgāk, lai pārliecinātos, ka patērētāji var paļauties uz savām juridiskajām garantijām visā paredzamajā produktu dzīves laikā.

Papildu resursi par patērētāju tiesībām

- **BEUC nostājas dokuments** par priekšlikumu direktīvai par dažiem aspektiem attiecībā uz preču tālpārdošanas līgumiem: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-053_csc_beuc_position_paper_on_tangible_goods_proposal.pdf
- **BEUC nostājas dokuments:** Ilgtspējīgāki produkti, optimālākas patērētāju tiesības: http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-069_sma_upa_beuc_position_paper_durable_goods_and_better_legal_guarantees.pdf

- BEUC vietne par ilglietojuma precēm: <https://www.beuc.eu/durable-goods>
- ES jauns Aprites ekonomikas rīcības plāns: https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

7.3. Jaunā tirgus uzraudzības regula

ES 2019. gada pavasarī pieņēma jaunu regulu par tirgus uzraudzību⁷⁸. Lai gan iepriekš šie tiesību akti galvenokārt bija vērsti uz produktu drošības aspektiem, tie tika paplašināti, iekļaujot dažus produktu vides aspektus, tostarp prasības attiecībā uz ekodizainu, ekomarķējumu un energomarķējumu, kā arī dažas prasības attiecībā uz ķīmikālijām un atkritumiem.

Šīs regulas mērķis ir:

“uzlabot iekšējā tirgus darbību, pastiprinot tirgus uzraudzību produktiem, uz kuriem attiecas Eiropas Savienības saskaņošanas tiesību akti (...), lai nodrošinātu, ka tikai atbilstīgi ražojumi, kas atbilst prasībām, kas nodrošina augsta līmeņa sabiedrības interešu, piemēram, veselības aizsardzību, aizsardzību un drošību kopumā, veselība un drošība darbavietā, patērētāju aizsardzība, vides aizsardzība un sabiedrības drošība un visas citas sabiedrības intereses, ko aizsargā šie tiesību akti, ir pieejami Eiropas Savienības tirgū.”

Patērētāju organizācijas šo jauno regulu var izmantot dažādos veidos, kā uzlabot atbilstību produktu vides prasībām:

- Ja patērētāju organizācijas laboratorisko testu laikā atklāj produktu neatbilstību vides prasībām, tās var izmantot šo jauno regulu kā juridisko pamatu, lai laboratorijas testēšanas rezultātus ziņotu valsts tirgus uzraudzības iestādēm un lūgtu viņus rīkoties pret neatbilstošiem ekonomikas noteikumu operatoriem.
- Turklāt jaunā regula ļauj noslēgt oficiālākus sadarbības līgumus ar trešām personām, tostarp ar patērētāju grupām: “tirgus uzraudzības iestādes var vienoties ar (...) organizācijām, kas pārstāv (...) gala lietotājus, par tādu kopīgu darbību veikšanu, kuru mērķis ir veicināt atbilstību, identificēt neatbilstību, palielināt informētību un sniegt norādījumus saistībā ar Eiropas Savienības saskaņošanas tiesību aktiem ar attiecībā uz īpašām produktu kategorijām, jo īpaši to produktu kategorijām, kuras bieži tiek uzskatītas par nopietnām, tostarp tiešsaistē piedāvātām precēm.”
- Jaunajā regulā arī noteikts, ka ES Komisijai ir jāizveido dalībvalstu izpildiestāžu tīkli, lai tās labāk sadarbotos produktu atbilstības jomā nekā agrāk (tā sauktais Eiropas Savienības produktu atbilstības tīkls). Tādējādi, ja patērētāju grupas uzzina par neatbilstošiem produktiem, kurus, iespējams, pārdod daudzās ES valstīs, tām ir jālūdz savas valsts izpildiestādes dalīties ar šo informāciju ar citām dalībvalstīm, lai tās varētu

⁷⁸ Regula (ES) 2019/1020 par tirgus uzraudzību un produktu atbilstību <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019R1020>

rīkoties citos ES valstu tirgos un nodrošināt izpildes darbību saskaņotību visā ES iekšējā tirgū.

- Patērētāju grupas savos valsts pārbaudes žurnālos var informēt patērētājus par neatbilstošajiem produktiem un ieteikt tos nepirkt.





This document has been produced under a service contract with the European Commission. The content of it represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.