

Vai par jebkuru preci drīkstēs teikt, ka tā ir videi draudzīga? 1/42/23



Vecākais vadītājs, PwC Legal
Māris Butāns

Šobrīd Eiropas zaļā kursa ietvaros un ārpus tā daudz runā par dažādiem ilgtspējas aspektiem. Ilgtspēja jau ir kļuvusi par apzinīgāko uzņēmumu ikdienu, gan izstrādājot ilgtspējas stratēģijas, gan ziņojot par sasniegtajiem ilgtspējas mērķiem. Vienlaikus ir arī uzņēmumi, kas izmanto šo situāciju, reklamējot sevi, savas preces un pakalpojumus kā zaļus, videi draudzīgus vai ilgtspējīgus, jo tas var radīt priekšrocības tirgū. Ne vienmēr šāda rīcība ir uzskatāma par godprātīgu, un tā var maldināt patērētājus vai pat ietekmēt konkurenci.

2023. gada 22. martā ir publicēts Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvas projekts par skaidru vides norāžu pamatošanu un sniegšanu (Zaļo norāžu direktīva), ar ko plānots detalizētāk regulēt “zaļo” norāžu izmantošanu, lai mazinātu zaļmaldināšanu (*greenwashing*). Tas nav vienīgais ES normatīvais akts, kas regulē preču norādes, jo līdz šim jau izstrādātas vairākas ES regulas un direktīvas, kas regulē, piemēram, ekoloģisku preču apzīmējumus un ekodizaina prasības ar enerģiju saistītiem ražojumiem. Jaunā direktīva neaizstās šīs pastāvošās prasības, bet gan papildinās kopējo regulējumu.

Šajā rakstā – īsumā par to, ko paredz direktīvas projekts.

Kādas būs jaunās prasības?

Direktīvu ir paredzēts piemērot attiecībās ar patērētāju, un tā attieksies uz uzņēmēja paustajiem vides apgalvojumiem gan par viņa precēm, gan par pašu uzņēmēju. Ieviešot vienotas prasības par to, kādos gadījumos drīkstēs izmantot zaļās norādes, patērētājiem tiks radīti apstākļi, kuros tie spēs pieņemt uz informāciju balstītus lēmumus par videi draudzīgiem pirkumiem.

Šobrīd pieejamais projekts aizliedz uzņēmumiem izmantot vispārīgas norādes, kas nav pamatotas ar konkrētiem datiem. Piemēram, šobrīd populārās norādes par videi draudzīgu kosmētiku vai bioloģiski noārdāmiem maisiņiem vairs nedrīkstēs izmantot, ja vien nebūs pieejami konkrēti pierādījumi, kas pamatos norādēs paustos apgalvojumus. Tāpat nebūs pieļaujami apgalvojumi, ka uzņēmums ir ilgtspējīgs. Piemēram, uzņēmums H&M 2022. gadā apgalvoja, ka tas darbojas ilgtspējīgi, jo izmanto ilgtspējīgus materiālus saviem ražojumiem, kā arī pats darbojas pēc iespējas videi draudzīgākā veidā.

Turpmāk zaļajām norādēm būs jābūt pamatotām ar zinātnes atziņām un tehnoloģiskiem sasniegumiem, kā arī jāatbild uz konkrētiem jautājumiem, piemēram:

1. Vai apgalvojumi attiecas uz precī kopumā vai tikai uz kādu tās daļu?
2. Vai preces videi draudzīgie raksturlielumi ir faktiski labāki nekā parastiem attiecīgās grupas ražojumiem?
3. Vai apstākļi, kādos panākti preces videi draudzīgie raksturlielumi, nav atstājuši negatīvu ietekmi uz vidi?

Uzņēmēji varēs darīt klientiem pieejamu informāciju, kas pamato norādes par ietekmi uz vidi, piemēram, pievienojot to papīra formā pie preces, uz preces izvietojot QR kodu vai pievienojot tīmekļa vietnes adresi,

kurā pieejams pamatojuma apraksts.

Turpmāk zaļās norādes uz precēm drīkstēs izvietot tikai tad, ja būs saņemts atbilstoši sertificētas iestādes izsniegts apliecinājums, ka norāde satur patiesu pamatojumu par videi draudzīgiem raksturlielumiem.

Kādi būs sodi par neatbilstību?

Saskaņā ar projektu dalībvalstīm būs pienākums noteikt naudas sodu tādā apmērā, kas faktiski atņem pārkāpuma rezultātā gūtos labumus. Šobrīd projekts paredz, ka naudas soda maksimālais apmērs varētu būt vismaz 4% no uzņēmuma gada apgrozījuma attiecīgajā dalībvalstī vai vairākās dalībvalstīs, ja pārkāpums izdarīts vairākās valstīs.

Latvijā zaļmaldināšanas praksi uzrauga Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (PTAC), kurš par nekorekti izmantotām norādēm uz precēm ir runājis kopš 2021. gada un atzinis, ka puse no analizētajām zaļajām norādēm atzīstamas par maldinošām.¹ Gan pēc savas iniciatīvas, gan pēc sūdzību saņemšanas PTAC ir veicis pārbaudes vairākos uzņēmumos attiecībā uz maldinošu zaļo norāžu izmantošanu, secinot, ka šāda prakse joprojām tiek izmantota. Domājams, ka direktīva ļaus sakārtot šo vidi, taču, kamēr tā nav ieviesta Latvijas normatīvajos aktos, PTAC, visticamāk, turpinās veikt šādas pārbaudes, lai pēc iespējas mazinātu zaļmaldināšanu uzņēmumu darbībā.

Secinājums

Jaunās prasības attiecībā uz zaļajām norādēm radīs uzņēmējiem papildu pienākumus un izmaksas, jo tiem būs jāsaģatavo pamatojums norādei, ka prece ir tiešām videi nekaitīga. Lai gan direktīva nav stājusies spēkā un tās prasības vēl būs jāievieš nacionālajos tiesību aktos, uzņēmējiem ir vērts jau šobrīd sākt gatavoties direktīvas prasību izpildei.

Vienlaikus direktīva palīdzēs patērētājiem pieņemt uz informāciju balstītus lēmumus, iegādājoties preces un pakalpojumus, kā arī veidos godīgāku konkurences vidi uzņēmējdarbībā.

Vairāk par dažādiem ilgtspējas aspektiem uzzini PwC organizētajā ESG Akadēmijā, kas notiks no šā gada 19. oktobra līdz 14. decembrim.

¹ ES patērētāju uzraudzības iestādes, to skaitā PTAC, koordinētās izmeklēšanās konstatējušas, ka gandrīz puse “zaļo paziņojumu” ir maldinoši.