



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Vides paziņojumi un zaļmaldināšana

05.06.2025.



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs



**Kas ir vides paziņojumi un
zaļmaldināšana**

ES Zaļās pārkārtošanās akts



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Normatīvais regulējums

ES Zaļās pārkārtošanās akts

Negodīgas komercprakses aizlieguma likums

Patērētāju tiesību aizsardzības likums

Izstrādē Direktīva par vides paziņojumiem



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Kas ir vides paziņojumi un zaļmaldināšana?

Vides paziņojumi

(angļu val. «green claims», «environmental claims», «sustainability claims» u.tml.)

jebkāda prakse (paziņojumi), kas norāda vai kā citādi rada iespaidu, ka precei vai pakalpojumam vai tirgotājam ir pozitīva ietekme, nav ietekmes vai ir mazāk kaitīga ietekme uz vidi nekā citām precēm vai pakalpojumiem vai tirgotājiem vai arī ar laiku tiek uzlabota ietekme.



«Zaļmaldināšana»

(angļu val. «greenwashing»)

Vides paziņojumi, kuri nav patiesi vai tos nevar pārbaudīt





Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Vides paziņojumu veidi un to izplatīšanas formas

Tiešie paziņojumi

- Apgalvojumi, saukļi teksta formātā
- Marķējums



Netiešie paziņojumi

- Vizuālie, grafiskie attēli
- Audio, video
- Simboli
- Krāsas (zaļa, zila u.c.)
- Dabas skati



Izplatīšanas formas

- Reklāma internetā sociālajos tīklos, medijos, vidē u.c.
- Marķējums uz preces vai preces iepakojuma





Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Galvenie principi vides paziņojumu veidošanā

ISO 14021:1999 pamatprasības:

**Konkrēti, precīzi
un nepārprotami:**

izteikti skaidrā, precīzā un patiesā veidā, kas nav maldinošs patērētājiem

**Pamatoti, pierādāmi
un pārbaudāmi:**

komercprakses īstenotājam jāspēj pierādīt paziņojumu patiesumu ar neatkarīgiem, pārbaudāmiem un vispārēji atzītiem pierādījumiem

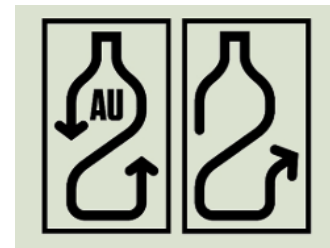


Vispārēji vides paziņojumi – «zaļš», «videi draudzīgs», «ilgtspējīgs» u.tml., **var būt maldinoši**, ja tie tiek sniegti neskaidri, nekonkrēti un tos nevar pamatot



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Galvenie principi marķējuma izmantošanai komercpraksē



- Precīzs, konkrēts, nepārprotami skaidri saredzams un viegli nolasāms
- Pārbaudāms, patiess un pamatots ar attiecīgiem pierādījumiem
- Simbolu un attēlu izmantošana marķējumā ir skaidra un atbilstoša
- Informācija, kas pamato marķējuma izmantošanu, ir aktuāla
- Informācija, kas attiecas uz procedūru, metodiku un kritērijiem, kas izmantoti marķējuma lietojuma pamatojumā, ir pieejama uzraugošajām iestādēm pēc pieprasījuma
- Marķējums atspoguļo preces / pakalpojuma būtiskākos dzīves cikla aspektus
- Patērētājiem pieejama skaidrojoša informācija par marķējuma nozīmi



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Norāde uz produkta (tā iepakojuma) vai tirgotāja ilgtspēju

Jābūt pamatojumam, kurā ir izvērtēti šādi aspekti*:

**Ekonomiskie
aspekti**



**Ietekme
uz vidi**

Sociālie aspekti

**ANO Vadlīnijas produktu ilgtspējas informācijas sniegšanai*



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

ES Zaļās pārkārtošanās akts

**Grozījumi Negodīgas komercprakses aizlieguma likumā,
stāsies spēkā 2026.gada 27.septembrī**



- definēti vairāki jauni komercprakses īstenošanas gadījumi, kas turpmāk uzskatāmi par negodīgiem un aizliegtiem
- informācija uz preces vai produkta par vidi, kas nebūs pamatota ar izmērāmiem rādītājiem
- nebūtisku ieguvumu reklāma, kas nekādā veidā nav saistīti ar kādu no preces, pakalpojuma vai komercprakses īstenotāja iezīmēm
- patiesībai neatbilstoša informācija par preces ilgzturību un remontējamību
- ilgtspējas marķējums, ja tas nav balstīts uz sertifikācijas shēmu vai nepierāda atzītu izcilu vides sniegumu
- preces raksturojums kā tāds, ko ir iespējams remontēt, lai gan remonts faktiski nebūs iespējams
- tādu īpašu iezīmju piedēvēšana precei, ja tādas pašas būs jau noteiktas Eiropas Savienībā



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

ES Zaļās pārkārtošanās akts

Grozījumi Patērētāju tiesību aizsardzības likumā, apstiprināšanā



- pienākums tirgotājiem atgādināt patērētājiem par preču juridiskās atbilstības garantijas esamību, tai skaitā par minimālo divu gadu periodu, izmantojot saskaņoto paziņojumu un pienākumu atgādināt par ilgizturības komercgarantiju, ja tāda tiek piedāvāta, izmantojot saskaņoto marķējumu, kā arī pa citiem pēcpārdošanas pakalpojumiem un to nosacījumiem, ierobežojumiem
- (saskaņotais marķējums un saskaņotais paziņojums tiek izstrādāts ES ietvaros)
- pienākums tirgotājiem informēt patērētājus, ja ražotājs šādu informāciju ir sniedzis, par preces rezerves daļu pieejamību, aprēķinātajām remonta izmaksām un citiem ar preces remontu saistītajiem aspektiem



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Vadlīnijas par vides paziņojumiem komercpraksē



PTAC vadlīnijas

<https://www.ptac.gov.lv/lv/media/124/download?attachment>

ANO vadlīnijas

<https://globalecollaboration.net/wp-content/uploads/2023/07/UN-Environment-Guidelines.pdf>

Eiropas Komisijas vadlīnijas

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/ALL/?uri=CELEX:52021XC1229\(05\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/ALL/?uri=CELEX:52021XC1229(05))



Patērētāju tiesību
aizsardzības centrs

Paldies par uzmanību!

