

PROJEKTS: „Krievijas un Baltijas valstu nevalstisko organizāciju kvalifikācijas celšana patērētāju izglītošanas jomā”.

Diskusijas norises protokols

2008.gada 17. janvāris, viesnīca ‘Konventa sēta’, zāle ‘Jānis’.

Diskusiju vadīja: Ingrīda Brēmere, *Baltijas Vides Forums*;

Diskusijā ar prezentācijām uzstājās: Linda Lutere un Līga Ķīse, *Baltijas Vides Forums*;

Diskusijā piedalījās: 19 dalībnieki no dažādām valsts un pašvaldību institūcijām un NVO (*skat. Dalībnieku reģistrācijas anketu*);

Diskusijas norise:

1. Diskusijas atklāšana, iepazīšanās ar pārstāvētajām organizācijām un dalībniekiem (*I.Brēmere*).
2. Projekta prezentācija. Informācija par projekta gaitā izstrādāto rokasgrāmatu nevalstiskajām organizācijām (*L.Lutere, L.Ķīse*).
3. Prezentācija par iespējām patērētāju informēšanai par ikdienā lietojamajiem ķīmiskajiem produktiem (*L.Lutere*).
4. *I.Brēmere* atklāj diskusiju par iesaistīto dalībnieku un pārstāvēto organizāciju līdzšinējo pieredzi patērētāju informēšanā:
 - 1.1. *T.Žabova, Latvijas Patērētāju interešu aizstāvības asociācijas padomes priekšsēdētāja*, izklāsta organizācijas pieredzi:
 - pozitīva iepriekšēja sadarbība ar BEF projektos par patērētāju informēšanu;
 - negatīva iepriekšējā sadarbība ar vairākām NVO Latvijā.
 - 1.2. Diskusija par organizāciju izvēlētajiem patērētāju informēšanas līdzekļiem un veidiem.
 - 1.3. *L.Lutere* aicina dalībniekus dalīties pieredzē tirgus segmenta izpētes veikšanai.
 - 1.4. *S.Vīksniņa, Patērētāju atbalsta centrs, valdes priekšsēdētāja*, informē, ka tika veikta rotaļlietu un elektro ierīču tirgus segmenta analīze, kā rezultātā tika atklāts, ka daļa produktu satur cinku. Rotaļlietas, kuru sastāvā tika konstatēts cinks, tika izņemtas no tirdzniecības. *S.Vīksniņa* piebilda, ka Latvijas tirgū 70% no importētās preces nāk no Ķīnas, savukārt, 50% no šīm rotaļlietām neatbilst ES prasībām.
 - 1.5. Diskusijas gaitā tika apskatīts jautājums par ķīmisko vielu reālo kaitīgumu patērētājam. Tika uzvērta nepieciešamība izskatīt vielu reālo kaitējumu un risku patērētāja veselībai, lai netiktu publiskoti vispārēji vai pārspīlēt pieņēmumi par visu ķīmisko vielu kaitīgumu, neizvērtējot ķīmisko vielu daudzumu, koncentrācija un kopējo sastāvu produktā. Ieteikums izstrādāt kritērijus.
 - 1.6. *D.Šulce, RD Īpašuma departamenta ekonomiste*, aktualizē jautājumu par veikto pētījumu, laboratorisko testu rezultātu un aktuālas informācijas pieejamību patērētājam; informācijas sistemātiskums, biežums un atbilstība patērētāja zināšanu līmenim un izpratnei par ķīmiskām vielām patēriņā precēs.
 - 1.7. *S.Vīksniņa* izsaka priekšlikumu izstrādāt kopīgus ieteikumus ķīmisko sadzīves preču marķējumam, lai patērētājs, vadoties pēc marķējuma un uz preces iepakojuma, varētu izvērtēt preces kaitīguma līmeni un atbilstību viņa vajadzībām. Ir nepieciešams ieviest preču marķējumu, kas skaidri informē patērētāju par produkta sastāvu un ietekmi uz veselību un apkārtējo vidi.

PROJEKTS: „Krievijas un Baltijas valstu nevalstisko organizāciju kvalifikācijas celšana patērētāju izglītošanas jomā”.

- 1.8. Diskusijas laikā tiek minēts nepietiekams finansējums regulārai informācijas nodošanai patērētājam.
- 1.9. *T.Žabova* uzsāk diskusijas tēmu par nevalstisko organizāciju sadarbību ar skolām patērētāju informēšanas jomā.
- 1.10. *J.Mārciņš, Latvijas Kokapstrādes uzņēmēju un eksportētāju asociācija, izpilddirektors* dalās pieredzē par veiksmīgu sadarbību ar Latvijas skolām organizējot informācijas pasākumus skolās par mežiem un to apsaimniekošanu Latvijā. Tāpat tiek apskatīts jautājums par ražotāja lobēšanu, līdz ar to, par drošīcamas informācijas saņemšanu un nodošanu patērētājam; vai informācija par noteikta produkta vai vielas bīstamību pircējam ir pamatota uz laboratorisku testu datiem vai tā ir ražotāja lobēšana kāda noteikta produkta tirdzniecības apjomu palielināšana.
- 1.11. Diskusijas laikā tiek atzīts, ka sabiedrības un patērētāju informētības un zināšanu līmenis par sadzīves produktos esošajām ķīmiskajām vielām un to ietekmi uz cilvēka veselību un vidi ir ļoti zems un nepietiekams.
- 1.12. *N.Žunna, Latvijas pilnvaroto autotirgotāju asociācija, vadošais speciālists*, informē, ka auto tirdzniecības jomā patērētāju informēšana nav bijusi prioritāte vai regulāra aktivitāte. Šobrīd Latvijā normatīvie akti paredz, ka ir jāveicina tādu mašīnu ražošana, kuras nolietojot ir iespējams pārstrādāt videi draudzīgā veidā. Tiek uzsvērtā gatavība informēt patērētāju par videi draudzīga automobiļa iegādi. Vairāk informāciju par nolietoto automašīnu pārstrādi var sniegt auto pārstrādes uzņēmums. *N.Žunna* informē, ka informācija par videi draudzīgiem automobiļiem un to pārstrādi tiks ievietota LPAA mājas lapā.
- 1.13. *Ģ.Strazdiņš, biedrības “Vides vārds” valdes priekšsēdētājs*, apstiprina, ka laikraksts ir atvērts jaunai informācijai un pētījumu rezultātiem. *Ģ.Strazdiņš* informē par veikto mazgāšanas līdzekļu pētījumu, kas tika veikts sadarbībā ar organizāciju “Zaļā brīvība”. Pētījuma gaitā tika iegādāti visi Latvijas tirgū piedāvātie veļas pulveri. Gūtā atziņa ir sekojoša – ražotāji nav lojāli sabiedrībai. Diemžēl arī mediji bieži lobē noteiktus ražotājus vai izplatītājus, jo ir minētās kompānijas sniedz lielu finansiālo ieguldījumu, ievietojot reklāmas par noteiktiem produktiem vai produktu grupām. Līdz ar to, ir mediji, kas atsakās publicēt vienus vai citus datus.
- 1.14. Diskusijas turpinājumā tiek atzīta patērētāju informēšanas akciju nepieciešamība.
- 1.15. *A.Šnepsts, Latvijas Darba devēju konfederācijas Reģionālās attīstības eksperts*, uzsver, ka ir nepieciešamas vienādas prasības un vienots nolikums par preču marķējumu visiem ražotājiem. Ir pieejami dati par legālo biznesu Latvijā.
- 1.16. *I.Fīlpa, organizācijas “Latvijas zaļā Josta” projektu vadītāja*, informē, ka sadarbībā ar Rīgas Domi ir izveidots portāls “www.atkritumi.lv”, kur ir atrodama plaša informācija par atkritumu šķirošanu un apsaimniekošanu.
- 1.17. *D.Jansone, Vides Aizsardzības Klubs*, atgādina par zaļā telefona funkcijām un mērķi, atzīstot, ka ir nepieciešams informāciju par šī telefona izmantošanu atkārtot patērētāju informēšanai.
- 1.18. *I.Brēmere* veic diskusijas kopsavilkumu, minot diskusijas laikā būtiskākos un aktuālākos jautājumus, kurus nepieciešams apskatīt iesaistīto dalībnieku tālākajās darba aktivitātēs darbā ar patērētājiem un savstarpējas sadarbības veicināšanai:
 - Tirgus segments un tā analīze;
 - Bīstamās preces, to marķējums;
 - Drošīcamā avoti, kur iegūt informāciju;
 - Ieteikumi vienotam marķējumam;
 - Informācijas efektivitāte:
 - ✓ daudzums,
 - ✓ saprotamība (atbilstība patērētāja izpratnes un zināšanu līmenim);

PROJEKTS: „Krievijas un Baltijas valstu nevalstisko organizāciju kvalifikācijas celšana patērētāju izglītības jomā”.

- Vides organizāciju sadarbība ar patērētāju aizsardzības organizācijām;
 - Vēršanās pie ražotāja;
 - Darbs ar jauniešu NVO.
5. Prezentācija par sabiedrības informēšanas kampaņas organizēšanu. *L.Lutere*.
6. *I.Brēmere* aicina dalībniekus uzsākt darbu grupās. Par grupu darbu uzdevumu tiek izvirzīts kampaņas plāna izstrāde un prezentācija. Grupām tiek piedāvāts izstrādāt kampaņas plānu vadoties pēc sekojošiem punktiem:
- Kampaņas noteikums - “Alerģiskas ķīmiskās vielas kosmētikā”;
 - Kampaņas mērķgrupa;
 - Kampaņas galvenā ziņa (1-2 teikumi);
 - Galvenās kampaņas aktivitātes un to secība;
 - Sabiedroto iesaistīšana;
 - Kritēriji kampaņas izvērtēšanai.
7. Darba grupu prezentācijas.
- 7.1. Pirmā darba grupa prezentē izstrādāto kampaņas plānu viesnīcu vadītājiem par veselībai draudzīgu ķermeņa kopšanas līdzekļu izmantošanu viesnīcu servisā.
- 7.2. Otrā darba grupa prezentē kampaņas plānu plašai sabiedrībai par veselībai draudzīgu ķermeņa kopšanas līdzekļu izvēli ikdienā.
8. *I.Brēmere* noslēdz diskusiju, atzīmējot diskusijas konstruktīvo un produktīvo gaitu. Visi dalībnieki tiek aicināti diskusijas laikā gūtās zināšanas, atziņas un idejas pielietot ikdienas darbā veicot informēšanas darbu patērētājiem, lai izvirzītie mērķi patērētāju informēšana tiktu maksimāli sasniegti. Dalībnieki tiek informēti par BEF nākamajiem plānotajiem pasākumiem, kuros tiek aicināti piedalīties arī klātesošie dalībnieki.