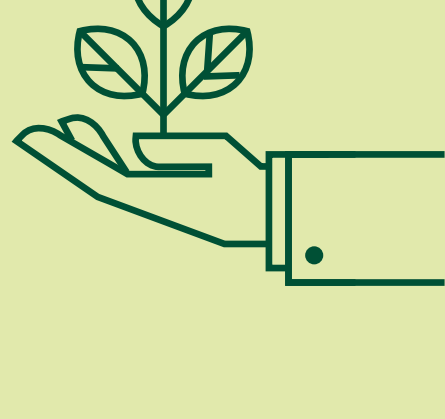


Latvijas zaļāko zīmolu izpēte 2018



Kuri ir zaļākie zīmoli? Vai videi draudzīgām būt ir izdevīgi? Atbildes uz šiem un daudziem citiem jautājumiem jau trešo gadu meklējam apjomīgā pētījumā par zaļākajiem zīmoliem un to attiecībām ar dabu un cilvēku. Salīdzinot šāgada rezultātus ar iepriekšējiem, secinām – kļūstam arvien zaļāki gan domās, gan darbos!



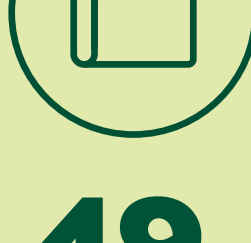
Ko pētījām?



1010
Latvijas iedzīvotāju aptauja



300+
dzīvesstila un attieksmes jautājumu



49
nozares



339
zīmoli

Izpēti veic un kvalitāti garantē: **RAIT**
Preferred Partner of GfK

Galvenās atziņas



57%
Latvijas iedzīvotāju šķiro atkritumus. Gada laikā kāpums par 4%.



61%
izvēlētos maksāt vairāk par produktiem ar pilnībā dabīgām sastāvdaļām.



2x mīlētāki
ir videi draudzīgie. Mīlētāko zīmolu topā videi draudzīgie zīmoli ir divreiz augstākās pozīcijās nekā izdevīgākie.

Cik izdevīgi ir būt zaļam?



40%
aptaujāto atzīst, ka ir gatavi maksāt vairāk par produktiem, kuru iepakojumus var pārstrādāt vai lietot atkārtoti.



38%
izvēlas produktus ar Zaļā punkta zīmi, kas apliecina – uzņēmums ir samaksājis par iepakojuma savākšanu un pārstrādi.



46%
aptaujāto neiegādātos preces, kuru ražošanā tiek piesārņota vide.

Cik zaļi ir mūsu sējie?

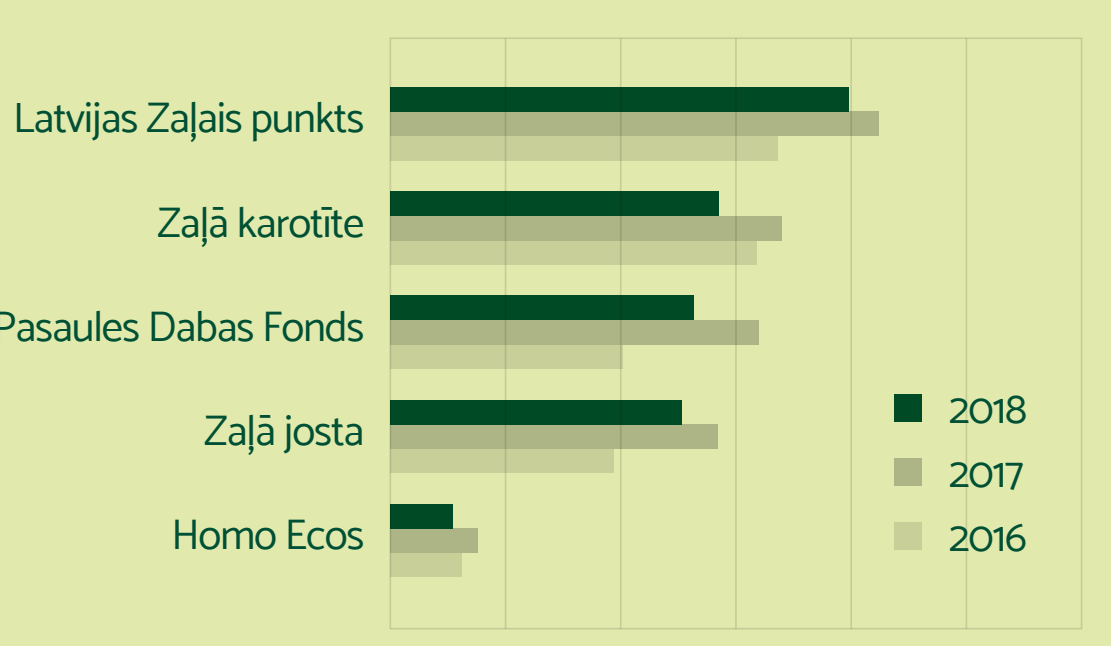


44
no Latvijas Zaļāko zīmolu TOP 50 ir vietējie zīmoli. Viszaļākie ir pašmāju zīmoli!

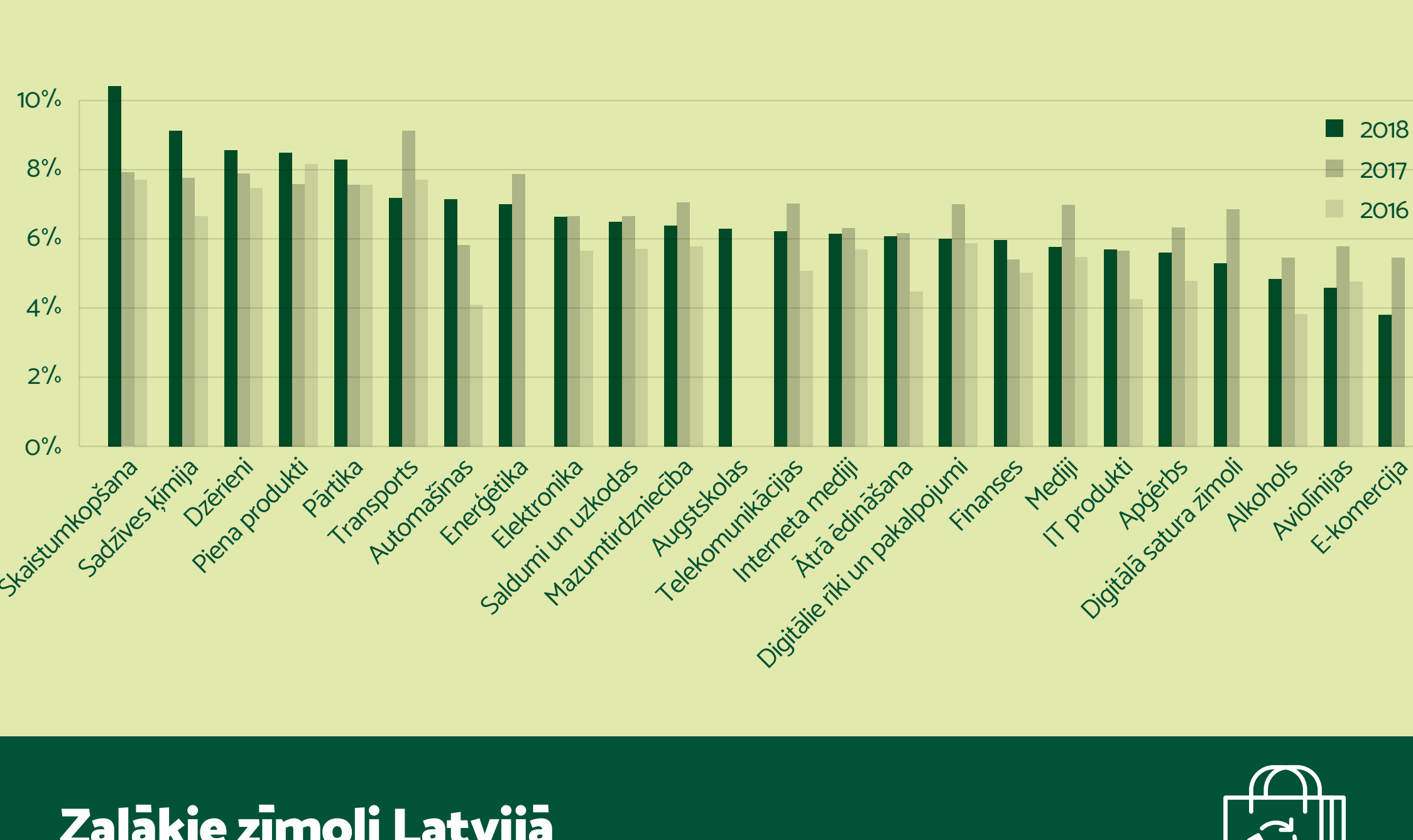


40
zīmoli no Latvijas Zaļāko zīmolu TOP 50 ir Latvijas Zaļā punkta sadarbības partneri.

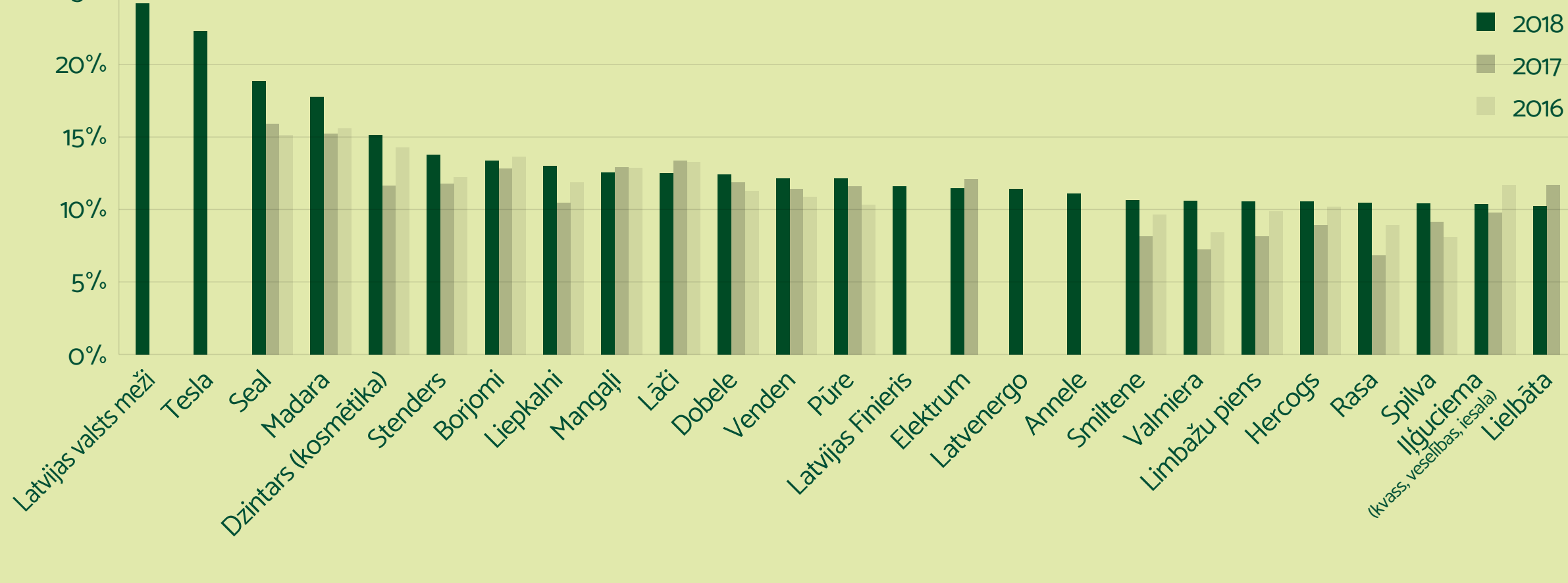
Vides zīmolu līderis – Latvijas Zaļais punkts



Zaļākās nozares Latvijā



Zaļākie zīmoli Latvijā



Kuri ir zaļākie?



2x
Skaistumkopšanas nozares zīmoli cilvēkiem šķiet divas reizes zaļāki nekā aviokompāniju.

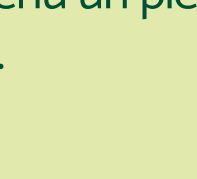


7x
Zaļākais zīmols ir 7 reizes labāk novērtēts nekā zīmols, kuru sabiedrība uzskata par videi vismazāk draudzīgo.



33/50
Vairāk nekā divas trešdaļas no Latvijas Zaļāko zīmolu TOP 50 ir pārtikas, dzērienu un piena produktu zīmoli.

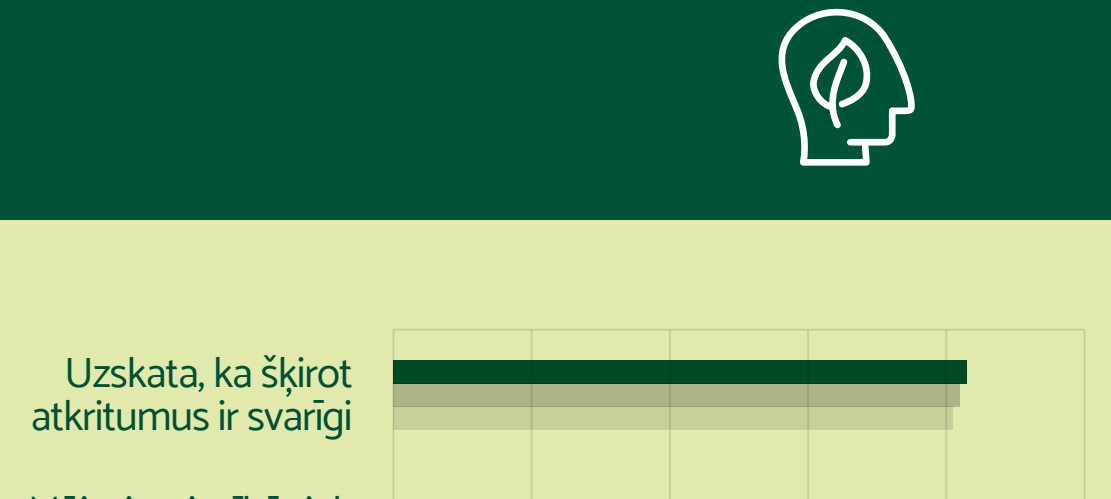
Cik zaļi ir mūsu sabiedrība?



57%
apliecina, ka viņi mājāsaimniecībā šķiro atkritumus.

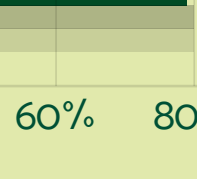


61%
aptaujāto maksātu vairāk par produktiem ar pilnībā dabīgām sastāvdaļām.



83%
uzskata, ka ir svarīgi šķirot atkritumus.

Cik informēti esam?



64%
aptaujāto apliecina, ka informācija par pareizu šķirošanu ir pietiekama.

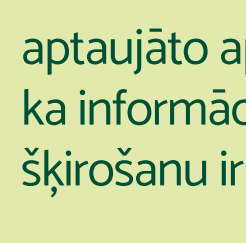


54%
zina, kur nodot sašķirotos atkritumus.

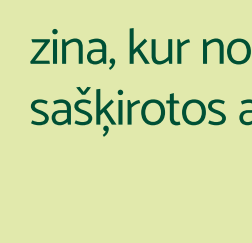


47%
iedzīvotāju ir skaidrs, kā atkritumi tiek pārstrādāti.

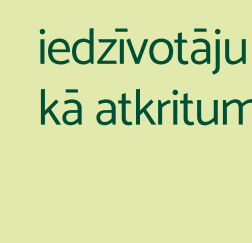
Cik zaļi dzīvojam?



47%
aptaujāto dod priekšroku tiem produktiem, kurus ražo videi draudzīgi uzņēmumi.



55%
primāri izvēlas ekoloģiskos tīrīšanas līdzekļus un kosmētiku.



55%
uzskata – atkritumu šķirošanas konteineri tuvu viņu dzīvesvietai.

Kas mūs sagaida nākotnē?



Zaļā domāšana, iepirkšanās un dzīvesveids kļūst par būtisku un dabisku ikdienas sastāvdaļu aizvien lielāki daļdaļā patērētāji. Likumsakarīgi, ka arī uzņēmumi aizvien vairāk domā par dabai draudzīgu zīmolu nodrošināšanu, kā arī iepakojuma ražošanu un pārstrādi. Tas ļauj arī veiksmīgāk nodrošināt normatīvajos aktos noteiktos mērķus visiem kopīgi sasniedzamos mērķus.

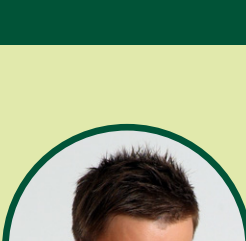
2022. g.	2023. g.	2025. g.	2030. g.	2035. g.
atsevišķi būs jāvāc bismieci atkritumi.	atsevišķi būs jāšķiro bioatkritumi.	atsevišķi būs jāsavāc tekstilmateriāli.	jāpārstrādā 60% sadzīves atkritumu (70% iepakojuma).	poligonos varēs noglabāt tikai 10% no atkritumiem.

Eiropas Savienība plāno ierobežot dažādu no plastmasas izgatavotu priekšmetu un iepakojuma patēriņu, izvēloties alternatīvas no citiem videi mazāk kaitīgiem materiāliem.

Fakti par Latvijas Zaļo punktu



Armands Utināns
Mārketinga un korporatīvās komunikācijas vadītājs
+371 67409828
armands.utinans@ecobaltia.lv



Ilona Bērtulsone
Pārdošanas nodaļas vadītāja
+371 67039819
ilona.bertulsone@zalais.lv

50+ sadarbības partneru
2600+ klientu
~ 4000 atkritumu šķirošanas punktu
65 atkritumu šķirošanas laukumi

Sazinieties ar Latvijas Zaļo punktu par to, kā varam jūsu biznesu padarīt vēl zaļāku!

ZINOJUMA PAMATAVOTI
Latvijas Zaļā punkta un RAIT veiktā Zaļo zīmolu un dzīvesstila izpēte 2017 un 2018
Latvijas Zaļā punkta un GfK veiktā Zaļo zīmolu un dzīvesstila izpēte 2016