



Pagaidām – vienīgie Eiropā

Pērn, savā astotajā darbības gadā, Latvijas Zaļais punkts ar pilnu jaudu iesaistījis nolietoto elektropreču un videi kaitīgo preču apsaimniekošanā. Līdz šim mūs pazina kā iepakojuma apsaimniekotājus, bet tagad esam kļuvuši par plaša spektra ražotāju atbildības organizāciju, kuru ārvalstu konferencēs aicina dalīties pieredzē.

Novatorisks piemērs

Kamēr Eiropā lielākā daļa *Zaļā punkta* licences īpašnieku nodarbojas tikai ar iepakojuma apsaimniekošanu, mums ir izdevies ar vienas administratīvās sistēmas palīdzību risināt visus trīs jautājumus – iepakojuma, videi kaitīgo preču un nolietoto elektropreču apsaimniekošanu. Iir tā joma, kurā latviešiem izdevies būt pirmajiem un pagaidām arī vienīgajiem. Elektronikas savākšana un pārstrāde, lai gan aizsāka jau 2006. gadā, tikai pērn, pateicoties Vides ministrijas un industrijas iniciatīvai, uzņēma pilnus apgrozījumus. Visā valstī tika izlikti konteineri un atvērta nolietoto elektropreču pieņemšanas punkti, un tā visa rezultātā sastapāmies ar pozitīvu izziņu – mūsu rīcībā nonāca vairāk elektronikas, nekā bijām plānojuši. Tas liecina, ka uzņēmumi un iedzīvotāji sākuši domāt *zaļāk*; ir sapratuši – vai nu jāmaksā augsts Dabas resursu nodoklis, vai arī jārupējās par to, lai nolietots elektropreces tiktu atbilstoši savāktas un pārstrādātas.

Atskatoties uz pērn paveikto, noteikti jāpateicas tam pašvaldībām, kas sāka atbalstīt dalīto atkritumu vākšanu. Sadarbība ar pašvaldībām ir neatņemama mūsu darba sastāvdaļa, un īpaši uzteicama ir attīstīta Latgales virzienā, kur paģājušajā gadā *zaļākas* tapa tādas pilsētas kā Preiļi, Krāslava, Līvāni un Ludza. Raugoties uz Latgali, gandarījumu sniedz apzina, ka atkritumu šķirošanas sistēma attīstās neatkarīgi no reģiona ekonomiskās aktivitātes.

Svarīgākā auditorija – bērni

Bērni, mūsaprāt, ir tā iedzīvotāju daļa, kas visai tuvu nākotnē pieņems lēmumu – šķirot vai nešķirot. Tāpēc mums ir būtiski, lai *zaļā* domāšana mazajiem cilvēkiem piemistu jau no pavisam agrā vecuma. eīt atslēgvārds, protams, ir skolas un skolotāji. Projektā *Zaļā punkta skola* ir iesaistījusies trešdaļa Latvijas skolu ar vairāk nekā 100 000 skolēnu. Pērn mēs panācām, ka dažādās aktivitātes un mācību materiāli par atkritumu šķirošanu ir pieejami no pirmsskolas līdz pamatskolas beidzējiem, un drīzumā – arī vidusskolas vecumam.

Turpinot regulāri investēt, nākotnē spēsim rast vēl labākus risinājumus pārstrādei un reģenerācijas izmaksas uz vienu tonnu pārstrādājamo atkritumu turpinās samazināties.

Izaugsme ļauj investēt rūpniecībā

Aizvadītajā gadā liela artava ieguldīta arī pārstrādes rūpniecībā modernizācijā atbilstoši Eiropas Savienības standartiem. Pirmās vēsmas pārstrādes uzņēmumu modernizēšanā bija samānāmas 2004. un 2005. gadā, bet pērn visas industrijas attīstība nodrošināja nozīmīgu līdzekļu pieplūšanu atkritumu saimniecībā. Mūsu darbība ir vērstā ne tikai uz ikdienas izmaksu nosegšanu, bet arī investīcijām, kas garantēs izmaksu ietaupījumu ilgtermiņā. Tāpēc pērn finansējām vairākus sadarbības partneru pro-

jektus, kas saistīti ar konteineru un jaunās tehnikas iegādi, šķirošanas līniju izveidi un pārstrādes jaudu palielināšanu.

Izmaksu kāpums atpaliek no sagaidāmā

Tā kā *Latvijas Zaļā punkta* darbības pamatā ir bezpeļņas princips, tad licences maksa par katru produktu noteikta atbilstoši katras preču grupas atkritumu apsaimniekošanas izmaksām. Turpinot regulāri investēt, nākotnē spēsim rast vēl labākus risinājumus pārstrādei un reģenerācijas izmaksas uz vienu tonnu pārstrādājamo atkritumu turpinās samazināties.

Tomēr atkritumu dalītā vākšanā divas lielākas izmaksu pozīcijas ir personāla algas un degviela. Ja šie izdevumi turpinās pieaugt, ir skaidrs, ka arī pakalpojuma cenai būs jāpalielinās. Taču arī šeit jāatzīmē, ka *Latvijas Zaļā punkta* darbība ir bijusi tik efektīva, ka, pat nemot vērā valsti valdošo inflāciju un pat par 33 % pieaugošās reģenerācijas normas vairākiem materiāliem, paredzamais cenu kāpums būtiski atpaliks no tā, ko varētu sagaidīt.

Kopā ar klientu

Konkurences apstākļos esam auguši un attīstījusies līklā, ka tagad varam lepoties ar plašu pakalpojumu spektru, sniedzot katram uzņēmumam integrētu atkritumu apsaimniekošanas risinājumu. Domāju, ka mūsu veiksmes atslēga ir intelektuālā bāze, kā arī pieredze un starptautiskie sakari. Pateicoties tam, mūsu līgumpartneriem ir pieejams Latvijā unikāls pakalpojums, kas eksportējošiem uzņēmumiem dod iespēju ar *Latvijas Zaļā punkta* starpniecību saņemt informāciju par iepakojuma likumdošanu ārvalstīs, kā arī saņemt palīdzību līgumu noslēgšanā ar šo valstu *Zaļā punkta* organizācijām. obrīd *Latvijas Zaļais punkts* līgumpartneriem



Latvijas Zaļā punkta valdes priekšsēdētājs Māris Simanovičs.

pievāda arī konsultācijas par Dabas resursu nodokļa, iepakojuma, elektropreču un videi kaitīgo preču apsaimniekošanas jautājumiem, isteno auditus, kas palīdz uzlabot iepakojuma un elektropreču uzskaiti klientu uzņēmumos.

2007. gada novembrī anahā, pasaules 0trrei-zējo izdevienu forumā, kas ir lielākais nozares saiets pasaulē, prezentēju Baltijas ražotāju atbildības sistēmas. Nupat atgriezos no konferences Briselē par ražotāju atbildības aktivitāšu pozitīvo ietekmi uz atkritumu apjoma samazināšanu.

Aicinājumi uzstāties konferencēs ārvalstīs nozīmē to, ka mūsu viedokli Eiropā dzird. Tātad noslēdot līgumu, *Latvijas Zaļā punkta* klients saņem ne tikai sertifikātu, bet arī savu interešu uzklaušanu, pārdomāšanu un lobešanu gan Latvijas, gan arī Eiropas Savienības līmenī. Iepriekšējo gadu laikā esam pārliecinājušies, ka uzņēmumi to novērtē, un sagaidījusi mūsu klientu lokam piepūlējamiem arī daudz konkurentu klientus.

Bezmaksas maisiņi pircējiem, visticamāk, vairs nebūs pieejami

Divus mēnešus pēc īpašās Dabas resursu nodokļa (DRN) likmes noteikšanas plastmasas iepirkuma maisiņiem Vides ministrija atzīst, ka vēl pāragri spriest par to, vai izmaiņas nodokļa likmē dos cerētos rezultātus un patērēto polietilēna kulišu apjoms saruks.

Lai gan tirgotāji pēdējā laikā ir īpaši sarosījušies uz iepriekš nebijušām *zaļām* aktivitātēm un ministrija šo rosību slavē, visticamāk līdz gada beigām tomēr tiks sperts nākošais solis. Brīvi pieejamie bezmaksas plastmasas maisiņi pirkumu ieviešanai veikalos tiks aizliegti, tos varēs saņemt tikai par maksu. Pēc aptuvenām aplēsēm viena lielveikalu ķēde gada laikā patērē ap 20 000 plastmasas maisiņus. "Statistika liecina, ka Latvijā patērētā plastmasas iepakojuma apjomam ir tendence pieaugt," norāda Vides ministrijas Vides aizsardzības departamenta direktora vietniece Rudite Vesere. Lai gan pēc iecerēs DRN īpašajai augstajai likmei par plastmasas maisiņiem bija jāattiecas uz visiem tirgotājiem, vairākums veikalnieku straujas izmaiņas savā ikdienā pēc 1. janvāra nav iztūstī.

"Tādas lielākas tirdzniecības ķēdes kā *Maxima*, *Rimi*, *Beta* un *Elvi* ir mūsu klienti, un līgums ar mums paredz to, ka uzņēmuma tirgū novietotais iepakojums valsts noteiktā apjomā tiek savākts un pārstrādāts, tādējādi pilnīgi atbrīvojot tirgotāju no nodokļa maksāšanas," uzsvēr *Latvijas Zaļā punkta* (LZP) valdes priekšsēdētājs Māris Simanovičs. Viņš piebilst, ka licences maksa dalībai LZP ir 0,09 lāti par kilogramu, kamēr DRN likme ir 0,8 – 2,60 lāti par kilogramu plastmasas iepakojuma. Līdz ar to sanāk, ka nodokļa paaugstināšana skar tikai tos tirgotājus, kas nav nevienā no izlietotā iepakojuma apsaimniekošanas sistēmām. R. Vesere apstiprina, ka ārpus apsaimniekošanas sistēmām paliek salīdzinoši mazākā daļa plastmasas maisiņu, ko pircēja ērtības vai reklāmās noformējuma dēļ pirkumam pievieno tirgotāji.

Citvīt – drakoniska pieeja

I gada sākumā radikālu soli tā dēvētā baltā piesārņojuma apkarošanā spērus Ķīna, aizliedzot



Gadā viena ģimene Latvijā patērē ap 2200 plastmasas maisiņu. LZP akcijā "Diena bez plastmasas maisiņiem" kāda ģimene apmaiņai pret auduma iepirkuma somu atnesa 8 kg plastmasas maisiņu.

veikalniekiem plastmasas maisiņus dāļat par brīvu. Februāra beigās šim piemēram sekoja arī Spānijā. "Arī Irījā neviena veikalā jūs nevarēsiet nopirkt salikt bezmaksas plastmasas maisiņā – tur ir ar likumu noteikts, ka plastmasas maisiņi pirkumu ieviešanai ir jāpērķ. Turklāt šāds prieks nav lēts – no 2007. gada 1. jūlijā maisiņa cena tika paaugstināta no 0,15 uz 0,22 eiro. Taču vienlaikus Eiropā vērojama arī izteikta pašu tirgotāju iniciatīva alternatīvu maisiņu – no auduma un papīra – ieviešanai un pieejamībai," stāsta R. Vesere, uzsverot, ka šajā zinā zālaku dzīvesveidā aktīvi atbalsta arī jaunās dalībvalstīs.

Kopumā pasaulē plastmasas iepakojuma apjomam ir tendence pieaugt, jo ražotājiem tas ir izdevīgs kā lēts un ļoti viegls materiāls. Tas, kas pret šo materiālu izturas patērētāji, ir arī domāšanas un tradī-

ju jautājums. "Latvijā iepakojumi no plastmasas ir ļoti iecienīti. Vienlaikus svarīgs faktors, kas ietekmē patērētā iepakojuma, tai skaitā arī plastmasas, apjomu, ir mājāsniecību lielums – ja cilvēks dzīvo viens vai arī ģimenē ir tikai divi, tad iegādāti tiks pārsvarā mazi preču fāsejumi. Bet jo mazāks preces fāsejums, jo vairāk iepakojuma materiāla tiek patērēts," skaidro R. Vesere.

Aktivtējas arī veikalnieki

Tomēr vienlaikus ar nodokļa paaugstināšanu lielākus apgrozījumus uzņēmušas tirgotāju aktivitātes vides aizsardzībā, apstiprina ministrijas pārstāve, norādot, ka visu, kas veicina papīra un auduma maisiņu lietošanu ierastās plastmasas vietā, Vides ministrija vērtē ar pluszīmi. Inīciatīva doties uz veikalu

Līgums ar LZP paredz to, ka uzņēmuma tirgū novietotais iepakojums valsts noteiktā apjomā tiek savākts un pārstrādāts, tādējādi 100% atbrīvojot tirgotāju no nodokļa maksāšanas.

ar savu, visbiežāk auduma, iepirkumu maisiņu novērojama arī *Rimi* lielveikalos, turklāt, kā norāda uzņēmuma pārstāvis – tas kļūst arvien populārāks. "Lai atbalstītu šo iniciatīvu, *Rimi* plāno gada pirmajā pusē tirdzniecībā ieviest auduma iepirkumu maisiņus," stāsta *Rimi Latvia* pārstāve Zane Eņina.

Pēc uzņēmuma datiem, *Rimi* hipermarketos vienas dienas laikā tiek izmantoti ap 60 kilogramiem plastmasas maisiņu, lielveikalos – ap 40 kilogramiem, bet *Supermetto* veikalos – aptuveni 16 kilogramu. "Tomēr arī šobrīd mūsu veikalos ir iespējams izmantot daudzas alternatīvas: pie kases pircēji var iegādāties papīra maisiņus vai saņemt ērtu un izturīgu bezmaksas kartona kastī, ja pirkums ir virs 25 lātiem. Savukārt visos *Supermetto* veikalos pircēji var izvēlēties un bez maksas izmantot pirkumu ieviešanai kastes, kas palikušas no preču iepakojumiem," saka Z. Eņina.

Arī universālveikala *Stockmann* marts iesāks ar *zaļām* aktivitātēm – bezmaksas maisiņi vairs nav pieejami, kamēr auduma maisiņi pastāvīgajiem klientiem tiek pārdoti ar atlāidi.

Alternatīva – bioplastmasa

Vienlaikus ar paaugstinātā nodokļa ieviešanu plastmasas maisiņiem tas ir pazemināts tādām materiālam kā bioplastmasa – bioloģiski noārdāmai plastmasai, kas pēc nonākšanas organiskajos atkritumos vai kompostā aptuveni gada laikā sadalās.

Zaļais mārketingu uzņem apgriezienus

Arvien pieaugošais sabiedrības prasīgums vides aizsardzības jautājumos neļauj arī uzņēmumiem aizmirst zaļo aspektu savā reputācijā. Flagmaņa loma šajā laucīnā jau deviņdesmito gadu vidū bija uzņēmumiem no Rietumiem, toties tagad vides aizsardzība ir ikdienu vairumam ražotāju un tirgotāju, izraisot zaļu popularitātes vilni arī tādā jomā kā mārketingu. Pārmaiņas produkta ražošanā, iepakojumā un aktivitātēs, kas par šo produktu stāsta klientam, — tā ir tikai daļa no zaļā mārketinga.

"Atšķirībā no Eiropas Latvijā diemžēl nav senu vides saudzēšanas tradīciju, un šajā ziņā mēs esam iepalikuši kādus 10 — 20 gadus. Bet pozitīvi ir tas, ka pēdējā laikā tendence domāt par vidi ir augšupējā un zaļā domašana beidzot ir uzņēmusi apgriezienus arī pie mums. Tas, ka sabiedrība kļūst prasīgāka vides aizsardzības jautājumos, ietekmē arī uzņēmēju ikdienu. Agrāk uzņēmuma zaļās aktivitātes veica ar finansiālu motivāciju, tagad sabiedrība sagaida zaļu rīcību no uzņēmumiem un tas jau ir reputācijas jautājums," atzīst *Latvijas Zaļā punkta* valdes priekšsēdētājs Māris Simanovičs.

Aizsāk uzņēmumi ar ārvalstu kapitālu

Nemot vērā pieredzi, kas aizsākusies jau 1992. gadā, *Latvija Statoil* ir dēvējams par vienu no zaļās domašanas pionieriem Latvijā. "Zaļās aktivitātes ir uzņēmuma darbības pamatā kopš pirmsākumiem. Līdz šim *Latvija Statoil* zaļās aktivitātes vairāk bija saistītas ar darba organizāciju pašā uzņēmumā, bet aizvadītajā gadā tās kļuva publiskākas un iesaistīja ne tikai deviņsimt mūsu darbinieku, bet arī pircējus," stāsta uzņēmuma komunikācijas vadītāja Ilze Rassa.

Atbalsta sociālo atbildību

Pernā gada nogalē *Latvija Statoil* izstrādāja savu sociālās korporatīvās atbildības stratēģiju. "Tāpat kā līdz šim tā paredz atbildību pret uzņēmuma darbiniekiem, atbildību pret pircējiem un atbildību pret sabiedrību, bet jo īpaši aktivizē atbildību pret vidi," saka I. Rassa. Daļa stratēģijas attiecas uz darbiniekiem un ir sabiedrībai mazāk manāma, piemēram, tiek taupīta elektrība un papīrs biroja vajadzībām, ir sākti atkritumu šķirošana.

Otra daļa ir temēta uz pircēju ieradumu maiņu. Piemēram, aicinot neizmantojot plastmasas maisiņus, ja tas nav nepieciešams, vai arī akcija, kas aicina kafiju malkot no termokrūzes, nevis papīra glāzītēs.

"Viens no zaļā mārketinga ieguvumiem neapšaubāmi ir sabiedrības atzīmība. Jo sabiedrība — darbinieki, pircēji, likumdevēji, partneri un citi — kļūst aizvien prasīgāki, mazāk tic vārdiem un vairāk vēlas redzēt un izvērtēt uzņēmuma darbus, lai patstāvīgi pieņemtu lēmumu par to, kurš zīmols ir labs un kurš — vēl labāks. Tādējādi veidojas reputācija, kas neapšaubāmi stiprina uzņēmuma pozīcijas tirgū," norāda Ilze Rassa.

Izeļas konkurentu vidū

"Zaļās mārketinga aktivitātes ir pluss, kas padara mūs konkurētspējīgākus. No līdzšinējām *Topo centrs* aktivitātēm zaļa pieskāni ir bijusi akcija, kurā mūsu veikalos varēja nodot baterijas un nolietotus mobilo telefonu, kā arī sadzīves tehnikas utilizācijas piedāvājumam. Sākotnēji iecerētā akcija, tomēr nu tas kļuvis par standarta pakalpojumu," stāsta uzņēmuma mārketinga direktors Kasparis Tupiņš.

Patlaban *Topo centrs* ir vienīgais no sadzīves tehnikas un elektronikas mazumtirgotājiem Latvijā, kas apmaina pret jauniegādātu precī klientiem piedāvā atbrīvoties no jau nolietotās tehnikas. "Mūsu klienti šo pakalpojumu sāk novērtēt arvien atzinīgāk," vērtē K. Tupiņš, piebilstot, ka vienlaikus ar šiem ieguvumiem uzņēmumam gandarījumu sniedz arī piedalīšanās zaļās domašanas vairošanā.

Reputācija svarīgāka par peļņu

Janvāra beigās mazumtirgotājs *Narvesen* sadarbībā ar vējstiklu mazgāšanas šķidruma *Pitstop* ražotāju *Getz Bros & Co* sāka pilotprojektu par izlietoto kanniņu atkārtotu uzpildīšanu. "Ziemas periodā vējstiklu šķidrums un tukšā tara ir ļoti aktuāli. Tagad to ir iespējams nodot pie trim *Narvesen* veikaliem *Nestes* degvielas uzpildes stacijās K. Ulmana gatvē 84 un *Lucavsalas ielā* 1 Rīgā, kā arī *Upesgrīvas ielā* 1 Mārupē," saka *Narvesen Baltija* mārketinga projektu vadītājs Pēteris Balodis.

Speciālos konteineros pie *Narvesen* veikaliem šoferi var atstāt izlietotās vējstiklu šķidruma kanniņas, kuras *Getz Bros & Co* pēcāk atkārtoti uzpilda. Somijā šāda prakse ir ierasta un autovadītājiem nav iebildumu iegādāties vējstiklu šķidrumu vienreiz jau lietotās kanniņās.

Kā akcijai sākoties uzsēra *Getz Bros & Co* valdes loceklis Simons Kozlinskis, uzņēmums ik gadus Latvijā leved vairāk nekā 150 tonnu plastmasas. "Protams, katrs šāda veida projekts vēl ilgi ir *stumjams*. Salīdzinājumam, atkritumu šķirošanas koncepcija pēc vairāku gadu intensīva izglītojoša darba tikai tagad sāk kļūt skaidra un pašsaprotama. Līdzīgi ir arī ar kannu apmaiņu — rezultāti nav gaidāmi ātri, bet katra apmainītā kanniņa ir solītis uz priekšu". Lai gan projektam ar atkārtotu kanniņu uzpildīšanu vajadzējis papildu ieguldījumus, uzņēmums tomēr izšķirās par, jo "arī biznesā ne visas lietas mērāmās naudā," stāsta S. Kozlinskis.

"Sabiedrības prasība pēc zaļās rīcības nu jau kļuvusi tik pašsaprotama, ka uzņēmumi, ieviešot kādu jaunu risinājumu, ir gatavi iemaitēt savu peļņas daļu pret reputāciju," piekritis vērtē arī *Latvijas Zaļā punkta* valdes priekšsēdētājs M. Simanovičs.

Divi zaķi ar vienu šāvienu

"Zaļā mārketinga kontekstā ļoti aktuāla ir iepakojuma uzlabošana. Latvijā gan to ir grūtāk realizēt, jo esam importētāji, nevis ražotāji zeme. Tomēr ir vairākas nozares, kurās ir samana rīcība, piemēram, piena nozarē," vērtē Māris Simanovičs.

Pirms četriem gadiem, izvēloties jogurtu *Oga* pildīt iepakojumā, kura sastāvā ir 60 procentu krīta, *Tukuma piens* ieguva vairāk nekā tikai labu dizainu. "Kad sākam domāt par jogurta *Oga* iepakojumu, mūsu galvenais mērķis bija sameklēt tādu risinājumu, kas apmierinātu dizaina zinā. Tomēr rezultātā nosāvam divus zaķus ar vienu šāvienu, jo uz piedāvātā iepakojuma varēja gan labā kvalitātē nodrukāt visu nepieciešamo, gan arī vienlaikus tā sastāvā ir krīts, kas nozīmē, ka izlietotā jogurta paciņa daļēji sadalās pati. Tagad, kad patērētāji kļūst arvien prasīgāki vides jautājumos, mums ir svarīgi, ka viņi par šo iepakojumu zina," saka uzņēmuma mārketinga vadītājs Armands Arthovičs.

Uzieticams arī *Statoil*, kur degvielas uzpildes stacijās līdz ar šo gadu var iegādāties maizītes vidi

"Sabiedrība — darbinieki, pircēji, likumdevēji, partneri un citi — kļūst aizvien prasīgāki, mazāk tic vārdiem un vairāk vēlas redzēt uzņēmuma darbus, lai patstāvīgi pieņemtu lēmumu par to, kurš zīmols ir labs un kurš — vēl labāks." Latvija Statoil komunikācijas vadītāja Ilze Rassa.

draudzīgā bio iepakojumā, kas pēc izlietošanas aptuveni pusotra mēneša laikā pilnībā sadalās apkārtējā vidē.

Rūk iepakojuma apjoms

"Vienpadsmit gadu pēc kārtas organizēto konkursu par labāko iepakojumu Latvijā, asociācija ir pārliecinājies par aktivitāti un rosību. Uzņēmumi nāk klajā ar jaunām formām, materiāliem. Piemēram, sulu vai citu dzērienu iepakojumam tagad nepieciešams mazāk materiāla nekā pirms vairākiem gadiem," norāda *Latvijas iepakojuma asociācijas* valdes priekšsēdētāja Eleonora Brice.

"Uzņēmumam ir izdevīgi uzlabot iepakojumu, jo tas ir ne tikai vides aizsardzības, bet arī ekonomikas jautājums. Jo mazāks materiāla vajadzēs preces iepakojšanai, jo mazākas būs izmaksas. Pēdējo gadu laikā plānāks un vieglāks ir kļuvis gan dzērienu kartona iepakojums sulām un pienam, gan skār-



Statoil aicina lieki neizmantojot plastmasas maisiņus.

denes. Turklāt — jo mazāk sver iepakojums, jo vairāk preču var sakraut vienā mašīnā, tātad sarūķ arī loģistikas izmaksas. Tādējādi darbs iepakojuma uzlabošanā ir investīcijas, kas atmaksājas, un to Latvijā uzņēmumi ir sapratuši," norāda *Latvijas Zaļā punkta* padomes priekšsēdētāja Undīne Būde.

Nākot klajā ar *Premium* jogurtiem plānā plastmasas glāzītē ar kartona iepakojumu apkārt, *Tukuma piens* ieguvums ir vērienīgi samazināts nepieciešamās plastmasas daudzums. "Pēc aptuvenām aplēsēm *Premium* vajag uz pusi mazāk

ierm ir 60 santimetri par kilogramu un 15 santimetri par biopolimēru kilogramu, savukārt *Latvijas Zaļā punkta* licences maksa par polimēriem ir 9,36 santimetri par kilogramu, kas ir aptuveni deviņas reizes augstāk nekā par dabiskajām šķiedrām (1,16 santimetri par kilogramu).

Vienlaikus gan *Statoil* pārstāve norāda, ka izšķirošā nozīme jautājumā būt vai nebūt zalam ir "nevis nodokļu atvieglojumiem sviestmaizī iepakojumam, bet gan tam, ka mēs jau kopš pirmsākumiem esam zaļi domājoši uzņēmumi".

Īsās ziņas

Izpildītas normatīvo aktu prasības

Kopš darbības pirmsākumiem LZP pārzinā esošā iepakojuma apjoms audzis gandrīz 42 reizes — no 4000 tonnu 2000. gadā līdz 167,6 tūkstošiem tonnu pērn. 2007. gadā pārstrādē LZP savāca 31 456 tūkstošus tonnu iepakojuma, pilnībā izpildot normatīvo aktos noteikto prasību nodrošināt 50 procentu pārstrādi no pārzinā esošā apjoma. 2007. gads bija pirmais pilnais elektrisko un elektronisko iekārtu, kā arī vidi kaitīgu preču atkritumu apsaimniekošanas gads. 2007. gadā LZP pārzinā bija 11 842 tonnu elektropreču 15 kategorijas, no kurām savākti un uz pārstrādi nodādāti normatīvo aktos noteiktie 15 procenti no apjoma (izņemot dzīvudrabu saturošas spuldzes, kuru pārstrādes apjoms ir 30 procenti). Sēkmīgi norisinājies arī vidi kaitīgu preču apsaimniekošana.

Pieaudzis LZP līgumpartneru skaits

Salīdzinājuma ar 2006. gadu LZP līgumpartneru skaits iepakojuma apsaimniekošanā audzis par 13%, nolietoto elektropreču savākšanā — par 25%, bet vidi kaitīgu preču savākšanā — par 40%, absolūtos skaitļos sasniedzot attiecīgi 1419, 403 un 105 uzņēmumus. Kopējais LZP līgumpartneru skaits, beidzot 2007. gadu, ir 1927 uzņēmumi.

www.zalais.lv ziņu listē 2300 adresātu

Aicinām pieteikties *Latvijas Zaļā punkta* jaunumu saņemšanai savā e-pastā! Reģistrācijas brīdī, norādot vienu vai vairākas interešu grupas, nodrošināsiet, ka nesāņemat mēstules, bet nodēņgu informāciju. Piemēram, grupai "uzņēmumi" sūtām informāciju un skaidrojumus par normatīvo aktu jaunajumiem, savukārt "sabiedrība" saņēma ziņas par *Latvijas Zaļā punkta* un sadarbība ar *Latvijas Zaļo punktu* rīkotām akcijām, izglītojošiem pasākumiem, kā arī jaunumiem ražotāju atbildības jomās un vides aizsardzība kopumā.

Jautājiet!

Jau ceturto gadu sadarbībā ar zūmālu *Bilance Latvijas Zaļais punkts* informē par dabas resursu nodokli un likumdošanas aktualitātem izlietotā iepakojuma, nolietoto elektropreču un vidi kaitīgu preču jomā. Aicinām rakstīt *Latvijas Zaļajam punktam* uz adresi info@zalais.lv, un ar zūmālu *Bilance* un interneta vortālā *Vidējais grāmatvežu klubs* (www.vgk.lv) stāpniecību mēs palīdzēsim rast atbildes uz jūsu jautājumiem un daudzām citām jautājumiem.

Latvijas Zaļais punkts
Kontaktārunis 67039810, www.zalais.lv



Savāktās loģu šķidruma kanniņas tiek uzpildītas atkārtoti.