

Ko tu zini par precēm un to ražotājiem

PATĒRĒ
MAZĀK,
PATĒRĒ
SAPRĀTĪGĀK

ZAĻĀ BRĪVĪBA

Tel. 7613806: zeme@latnet.lv

www.zb-zeme.lv



Lai izvēle būtu atbildīga, Ir jāpazīst ražotājs

Reklāmā popularizētais preces tēls ir tikai vizuāla mirāža. Izvēloties preces reklāmas ietekmē, tu netiec atbrīvots no patērētāja atbildības – tāpat kā noziedznieks netiek atbrīvots no atbildības, ja bijis alkohola reibumā. Izmanto savas tiesības pieprasīt informāciju par preces sastāvdaļām, ražošanas procesu, ražotāja vides un cilvēktiesību politiku.

Izvēlies, ko pirkt par savu naudu, vadoties pēc šādiem kritērijiem:

- preces kvalitāte un sastāvdaļu ietekme uz veselību,
- preces iepakojums (mazs un videi mazāk kaitīgs),
- ražotāja vides politika,
- ražotāja dzīvnieku tiesību politika,
- kompānijas attieksme pret strādnieku tiesībām,
- kompānijas ietekme uz mazo valstu ekonomiku.

Tu un ikviens cits patērētājs ietekmē savas valsts un planētas ilgtspējību un labklājību!

Neatkarīgi no maka biezuma.



Saki nē negodīgai tirdzniecībai! Lielveikalu tīkliem, kas saņem nodokļu atlaides, pārdod svešu valstu preces par mākslīgi pazeminātām cenām un gremdē vietējos ražotājus. Kompānijām, kuras, izmantojot trešās pasaules resursus, ražo lētas preces, atņemot cilvēkiem iespēju uz darbu un peļņu, un iztiku.

Atbalsti savējos un par patiesām izmaksām ražotas preces! Pērkot nedaudz dārgāku kafiju no Nikaragvas ar *FAIR TRADE* uzlīmi (godīga tirdzniecība), tu atbalstīsi šīs valsts un visas trešās pasaules attīstību. Pērkot kafiju, kas audzēta Nikaragvā, bet ražota ASV piederošā kompānijā, tu veicini bezdarbu, postu un nabadzību šajā pasaules daļā.

Neatbalsti vergu darbu! Pasaulē ir kompānijas, kurām ir vārds, bet nav rūpniecība. Teorētiski. Praktiski tās izdara pasūtījumus nabadzīgo valstu rūpniecības, kļūstot par to vienīgo pircēju, tās nosaka cenu un pasūtījuma termiņus, nemaksā ražošanas nodokļus, iegūstot 400% peļņu. Strādnieki dažreiz strādā 48 stundu darbadienu, saņemot devu amfetamīna un 0,5–2 dolārus dienā.

Neatbalsti dzīvnieku spīdzināšanu! Jaunu ķīmisko savienojumu testi uz dzīvniekiem ir sākotnēji lētākais un nežēlīgākais veids, kā atklāt alergiskās pretreakcijas sliekšni parfimērijai. Kompānijas, kas uztur dzīvnieku laboratorijas, gadā līdz nāvei nomoka miljoniem dzīvnieku. Produktu testos un medicīniskos eksperimentos ik gadu miljoniem trušu, kaķu, jūras cūciņu, sunu un citu dzīvnieku tiek sakropļoti, dedzināti, padarīti akli un noindēti.

Iepērkoties pārliecinies, vai uz produkta, ko vēlies iegādāties, ir zaķiša emblēma, uzraksts «Not tested on animals» vai «Animal-friendly», kā arī to, vai kompānijas, kas lieto šos simbolus nepasūta testus uz dzīvniekiem citur. Neiepircies lielveikalos, kur nepiemērota izmēra akvārijos tiek spīdzināti vēži un zivis.

Nākamreiz, kad tev acīs nokļūst kāda ķīmiski kodīga viela, padomā, kā tu justos, ja savu ikdienu pavadītu, ieslodzīts šaurā būrī, nekad neredzot sauli, nejūtot zemi zem kājām un allaž gaidot nākamo, iespējams, letālo produktu testu. Atbalsti produkciju, kas nav testēta uz dzīvniekiem! Informāciju par kompāniju dzīvniektiesību politiku vari iegūt: www.leapingbunny.com

Situācijas uzlabošana ir pircēju rokās

Daudzas sabiedriskās organizācijas bieži vien aicina patērētājus boikotēt (nepirkt) kādu produktu vai kādas kompānijas preces un pakalpojumus ar mērķi uz šo kompāniju izdarīt spiedienu. Tas parasti tiek darīts, lai kompānija mainītu savu politiku – nodrošinātu normālus darba apstākļus saviem darbiniekiem, nepiesārņotu vidi, neatbalstītu militāros režīmus, nemoctu dzīvniekus u.tml.

Pircēju uzstājība panākusi, ka daudzas kompānijas ir aizstājušas testus uz dzīvniekiem ar ētiskākām metodēm, atteikušās no biznesa valstis, kas neievēro cilvēktiesības, samazinājušas vides piesārņojumu u.tml.

Firmas parasti ir diezgan jūtīgas pret šādiem boikotiem, jo tie var radīt firmai sliktu tēlu sabiedrībā un samazināt akciju vērtību, radot finansiālus zaudējumus vai pat novest līdz bankrotam. Ir daudzi gadījumi, kad boikoti tiešām izmaina firmu politiku.

Pasaulē vispopulārāk ir boikotēt lielveikalus, firmas, kuras pārkāpj dzīvnieku un cilvēku tiesības, multinacionālās kompānijas un firmas, kuras piesārņo apkārtni vidi un izmanto ģenētiski modificētus organismus pārtikas rūpniecībā.

Eiropā visatbalstītākais boikots attiecas uz firmu **Nestle**. Kā apgalvo *Baby Milk Action*, *Nestle*, kas ir pasaulē lielākais zīdaiņu pārtikas produktu ražotājs, pelna, reklamējot mātes piena aizvietotājus, pārkāpjot Pasaules pārtikas organizācijas noteikumus. *Nestle* zina – ja māte sāk izmantot piena aizstājējus, tad, visticamāk, mātei dabiskais piens zudīs un *Nestle* būs sev ieguvusi jaunu klientu. Tādējādi *Nestle* parāda savu bezatbildību pret zīdaiņiem un Pasaules veselības organizāciju. Pēc UNICEF aprēķiniem, katru gadu pasaulē mirst 1,5 miljoni zīdaiņu, jo viņi netiek baroti ar krūti.

www.babymilkaction.org/pages/boycott.html

Esso (ASV pazīstams kā *ExxonMobil*) ir spēcīgs Džordža Buša pirmsvēlēšanu kampaņas finansētājs – lai atbalstītu naftas rūpniecību un neparakstītu Kioto protokolu par klimata izmaiņām. 2000. gadā *Esso* guva lielāko peļņu savā vēsturē – 17,7 miljardus dolāru, nevienu centu neizmantojot atjaunojamās enerģijas projektus.

www.stopesso.com, www.boycottamerica.org,
www.campaignagainstclimatechange.net/

Shell tiek boikotēts firmas bezatbildīgās politikas dēļ, atbalstot Nigērijas asiņaino režīmu un pārkāpjot Ogoni cilvēku tiesības uz savu zemi un tīru vidi. Arī *Shell* ir kompānija, kas cīnās pret Kioto protokola ieviešanu.

www.kemptown.org/shell

Nike tiek boikotēts firmas darba tiesību pārkāpumu dēļ tās rūpniecības Austrumāzijā. *Nike* reklamē sportisku un veselīgu dzīvesveidu, taču strādnieki, kuri ražo *Nike* produkciju tiek pakļauti pastāvīgām virsstundām un dzīvo drausmīgā nabadzībā un stresā.

www.nikeworkers.org, www.caa.org.au/campaigns/nike,
www.nosweat.org.uk un www.corpwatch.org/trac/nike

Šie ir tikai daži piemēri, bet pasaulē ir izsludināti daudzi un dažādi boikoti.

www.ethicalconsumer.org/boycotts.htm

Statistika, kas joprojām neiespaido

- Pašreiz cilvēki patērē 40% no visas fotosintēzes ceļā iegūtās enerģijas, bet ar esošo patēriņa pieaugumu ātrumu 2050. gadā šis rādītājs sasniegs 80%.
- Cilvēki bagātākajās pasaules valstīs patērē 30–40% vairāk kaloriju, nekā viņiem būtu nepieciešams.
- Cilvēku skaits pasaulē palielinās, un paplašinās arī plaša starp bagātājiem un nabadzīgajiem iedzīvotājiem un valstīm.
- Bagātāko pasaules iedzīvotāju piektdaļa (1,2 miljardi) patērē 64% no ienākumiem, kamēr nabadzīgākā piektdaļa tikai 2%.
- Apvienoto Nāciju organizācija ir aprēķinājusi – lai nodrošinātu visus pasaules iedzīvotājus ar dzeramo ūdeni, pamatizglītību, pajumti un primāro medicīnisko aprūpi, būtu nepieciešami 13 miljardi latu. Tas ir nedaudz mazāk, nekā uz pasaules tiek tērēts golfa spēlei.
- Pieaug starptautisko korporāciju ietekme sabiedrībā, kas nenozīmē to atbildības palielināšanos.
- Ar papīru un malku, ko ASV katru gadu izsviēz atkritumos, pietiktu, lai 200 gadus apsildītu piecus miljonus māju. Attīstītājās valstīs vidēji uz vienu iedzīvotāju tiek patērēta enerģija, kas līdzvērtīga 2 000 kg ogļu, kamēr jaunattīstības valstīs šis skaitlis ir 400 kg gadā.
- Ziemeļamerikā katru gadu izmet 183 miljonus žilešu, 2,7 miljardus bateriju, 140 miljonus m² putuplasta iepakojuma, 350 miljonus krāsu aerosola un tik daudz papīra un plastmasas trauku, ar ko pietiktu pasaules piknikam katru otro mēnesi.
- Japāņi izlieto 30 miljonus vienreizējās lietošanas fotokameru katru gadu.

Marķējumi

Ir daudz veidu, kā darīt labu videi. Viens no tiem ir izvēlēties preces ar vismazāko ietekmi uz vidi un tādējādi samazināt slodzi videi. Bet kā zināt, kurām precēm ir mazāka ietekme uz apkārtējo vidi? Lai atvieglotu šo patērētāju izvēli un sniegtu plašāku informāciju par precēm un ražotājiem, tiek izmantoti dažādi Eko marķējumi. Marķējums uz preces nozīmē, ka šī prece atbilst noteiktiem vides standartiem, kuri katram marķējumam ir atšķirīgi. Marķējumi efektīvi darbojas lielā daļā pasaules valstu, un arī Latvijā ir parādījušās preces, kas satur šādu marķējumu.

Latvijā pieejamie vides marķējumi



Latvijas ekoprodukts. Šī zīme pieder Latvijas Bioloģiskās lauksaimniecības organizāciju apvienībai un apliecina, ka noteiktais produkts ražots no ekoloģiski tīrām izejvielām. Lai šo zīmi iegūtu, ir jāsaņem sertifikāts, kuru izsniedz sabiedriskā organizācija «Vides kvalitāte».



Laba vides izvēle. Zviedrijas dabas biedrības izstrādāts marķējums, kurš ir izplatīts visā Skandināvijā un atrodas uz daudzām preču grupām. Tiek uzskatīts par stingru marķējumu, kurš visu laiku tiek pastiprināts.



Ziemeļu gulbis. Arī skandināvu marķējums, kuru izsniedz Ziemeļvalstu padomes. Taču ir daudz vājāks nekā *Laba vides izvēle*.



Zilais anģelis. Vācijas vides marķējums, kurš pastāv jau kopš 1977. gada un tiek uzskatīts par pasaulē visattīstītāko vides marķējumu. Atrodas uz vairāk nekā 3600 produktiem.



Eiropas savienības vides marķējums. Vēl nav līdz galam izstrādāts, bet pašlaik darbojas tikai kopējamajam papīram un dažiem citiem produktiem. Attiecībā uz papīru nosaka tikai kritērijus par energopatēriņu un mežsādīti. Nav noteiktas prasības ķīmikāliju, atkritumu un kvalitātes nodrošināšanai.

Lai arī pirt vidi draudzīgas preces noteikti ir atbildīga izvēle, tomēr dažreiz ir labāk nepirkt vispār, jo viss, ko mēs patērējam, negatīvi ietekmē apkārtējo vidi. Ja arī prece ir videi pielāgota – cik tas vispār iespējams –, tas tomēr nenozīmē, ka tai nav nekāda negatīva ietekme uz vidi, bet gan tikai to, ka tā ir mazāk bīstama un nodara mazāku ļaunumu salīdzinājumā ar citām precēm. Tāpēc labākais, ko mēs varam darīt, ir patērēt pēc iespējas mazāk, izvēloties kvalitatīvas preces, nevis mantas, kuras pēc īsa brīža būs jāizmet atkritumos.

