

bet arī iepakojumam. Ilgstoši uz degvielas uzpildes stacijām vedām kafiju mazajos iepakojumos, jo tādējādi tiek saglabāts kafijas īpašais aromāts, bet, tā kā šī produkta patēriņš bija stabils, tad secinājām, ka šim nolūkam varam izmantot 7 kg daudzkārt izmantojamus traukus,” skaidro A. Tukulis. Viņš norāda, ka tieši daudzkārt izmantojamo trauku lietošana samazina iepakojuma patēriņu. “Degvielas uzpildes stacijās kafiju var liet savās krūzītēs un par to saņemt atlaidi, var arī izmantot vienreiz lietojamās kartona kafijas krūzītes, un bija arī iespēja kafiju ieliet ēdamajās krūzītēs, kas garšo kā cepums,” skaidro A. Tukulis. Viņš norāda, ka ir testēta cepuma garšas kafijas krūzītes noturība. “Atkritumi ir jāuztver kā izejviela kādam citam produktam,” tā A. Tukulis.

### Mazāk plastmasas

“Mums gan pašlaik iepakojums nav ēdams, bet ilgtspējas jautājumu kontekstā strādājam jau kopš 2014. gada,” uzsver gaļas izstrādājumu ražošanas AS *Maag Latvija* pārdošanas vadītājs Heino Lapiņš. Viņš norāda, ka tieši ilgtspējas kontekstā jau ir veikti daudzi pasākumi, savukārt 2025. gadā tiks pabeigta ražotne, kura no kūtsmēsliem ražos apmēram 8 miljonus m<sup>3</sup> biometāna. “Samazinām plastmasas daudzumu, bet ēdams tas nav, jo ir jānodrošina pārtikas drošības un uzglabāšanas termiņa nosacījumi, šobrīd lepojamies ar šī gada investīcijām maltas gaļas iepakojumā, kur ir par 75% mazāk plastmasas, un tas ir pārstrādājams, tādējādi šogad tiks ietaupītas apmēram 20 tonnas plastmasas,” uzsver H. Lapiņš. Viņš arī vērs uzmanību uz tā dēvēto šķēlīšu produkciju, kur tiek samazināts gan pārtikas atkritumu apjoms, jo cilvēks var patērēt tik, cik vēlas, gan arī izmantots apmēram par 7 tonnām mazāk plastmasas.

### Ietaupījums jāpierāda

“Ilgspējas kontekstā var īstenot vairākus pasākumus, piemēram, samazināt CO<sub>2</sub> pēdu lauku apstrādē, tāpat lauksaimnieki uzstāda saules paneļus un izmanto atjaunojamo elektroenerģiju, bez tam vienu un to pašu autotransportu (vilcējus), ko lieto graudu pārvadāšanai vēlā vasarā un rudenī, ziemā var izmantot šķeldas pārvadāšanai, tādējādi panākot augstāku darba efektivitāti un mazāku ietekmi uz vidi,” situāciju raksturo Latvijas Lauksaimniecības kooperatīvu asociācijas ģenerāldirektors Rolands Feldmanis. Viņaprāt, zemniekus būt zaļākiem motivētu CO<sub>2</sub> emisiju kvotu tirdzniecība, kuras ieviešanai ir vajadzīgi gan aprēķini, gan

aprobācijas laiks, jo, sākot meklēt datus, ir jāzina to avoti, iespējams, piemērošanas koeficienti, un savs ietaupījums ir jāpierāda ar sertificētu ekspertu atzinumu. “Par katru saražoto biometāna tonnu būs iespēja saņemt attiecīgus sertifikātus, taču būtiskākais ir tas, kāda būs Latvijas valsts politika – vai šo izmantos Latvijas klimata neitralitātes mērķa sasniegšanai, vai arī būs brīvais tirgus un varēs to realizēt uz jebkuru pasaules valsti,” norāda T. Auškāps. Viņaprāt, pašlaik ir ļoti daudz neskaidrību.

“Zaļā domāšana nāks visiem par labu, jo īpaši, ja Latvijā pieredzam lielgraudu krusu, ziņās redzam plūdus Slovēnijā, un tai pievērs arvien lielāku uzmanību visur, taču ilgtspējā ir arī pelēkā puse, piemēram, saistībā ar CO<sub>2</sub> uzskaiti, jo ir vairākas metodoloģijas, kā to darīt, jo tikai pateikt, cik daudz izmešu ir samazinājis konkrēts uzņēmums, nebūs gana produkcijas pircējam ārvalstīs, un kā apliecinājumu tas prasīs sertifikātu, kas atkal nozīmēs konsultantus, kuri atkal prasīs uzskaites mehānismus, un kopumā tas prasa uzņēmumam gana jaudīgas investīcijas, papildu uzskaiti, kas ilgtermiņā var būt liels drauds Latvijas uzņēmumiem, kuri vēlas eksportēt,” tā H. Lapiņš. Viņš uzsver, ka jābūt kompleksam skatījumam – kā varam būt ilgtspējīgi un vienlaikus nezaudējam konkurētspēju eksporta tirgos, pretējā gadījumā ekonomiskā attīstība Latvijā būs apdraudēta.

### Anketas atšķiras no izvēles

T. Auškāps vērs uzmanību, ka patērētāju atieksme pret ilgtspējīgiem produktiem sakņojas ne tikai viņu noskaņojumā, bet arī pirktspējā. Viņš pieļauj, ka ir liela nobīde starp cilvēku atbildēm anketās salīdzinājumā ar viņu rīcību, stāvot pie produktu plaukta veikalā, jo īpaši, ieraugot oranžās vai dzeltenās cenu zīmītes. “To varēja redzēt, vērojot kara Ukrainā izraisītās inflācijas sekas Latvijā, kad būtiski saruka pieprasījums pēc brīvībā turēto vistu olām (kuras maksā dārgāk) veikalos,” norāda T. Auškāps. Savukārt gaļas produktiem to izvēles brīdī spiediens uz ilgtspējību pieauga līdz ar *Covid-19* pandēmiju un karu Ukrainā, kas šo tendenci samazināja, jo Baltijā ir ļoti izteikti jutīgums pret cenu līmeni. Nākotnē viss var mainīties, it īpaši, ja Eiropas Centrālās bankas noteiktās procentlikmes samazināsies un pirktspēja atgūsies.

### Jāmaina pieeja

SIA *Baltic Restaurants Latvia* valdes loceklis Guntis Bredovskis norāda, ka pārtikas atkritumu segmentā būtiskākais

jautājums ir par publisko finansējumu, kas nozīmē lielu darbu ar ministrijām, dažādiem noteikumiem, lai to prasības un nosacījumi būtu maksimāli tuvāki vajadzībām. “Igaunijā no pirmās līdz divpadsmitajai klasei ir subsidēta ēdināšana, tā ir pēctecība jau 20 gadu garumā, un ēdinātāji zina, ka tieši tā arī būs nākamos 30 gadus, kas ļauj ne tikai pilnveidoties un attīstīties ēdinātājiem, bet arī iegūt labus rezultātus tieši attiecībā uz ēdiena atkritumiem,” uzsver G. Bredovskis. Viņš norāda, ka ziemeļu kaimiņvalstu skolās ir pašapkalpošanās bufetes, kur skolēns uz sava šķīvja paņem to, ko vēlas, un tik daudz, cik grib, bet Latvijā nav pēctecības, ir dažādi apkalpošanas un finansēšanas modeļi (daudzus gadus samaksa neindeksē, tad vienā brīdī kādai daļai to atņem pavisam), un rezultātā neviens īsti nezina, kas un kā Latvijā būs nākotnē. “Pašlaik Igaunijā ir 2,5 reizes mazāk pārtikas atkritumu no skolēnu šķīvjiem nekā Latvijā, kas atkal ietekmē gala cenu, to padara augstāku, jo neesam tik efektīvi,” tā G. Bredovskis.

“Jau pirms kādiem gadiem pieciem ir ieviesta kafijas pirmdiena, kur, ierodoties ar savu krūzīti, pircēji iegūst 10% atlaidi. Liels izaicinājums ir pārtikas atkritumu samazināšana, ko neredz viesi, bet tas ietekmē ēdienu pašizmaksu. Stingri sekojam līdzī kalkulācijām, termiņiem, pasūtām tik, cik vajag, tik, cik prognozēts, ka izlietos, nevis par daudz, lai beigās nenākas kaut ko mest ārā,” skaidro ēdināšanas zīmola *Ezītis miglā* līdzīpašnieks Ernando Gamarra. Viņš atzīst, ka savā ziņā videi draudzīgs un ietaupīts iet roku rokā.

### Vienlīdzīgi konkurences nosacījumi

“Ilgspējas kontekstā lielākais izaicinājums ir vienlīdzīgi konkurences apstākļi, jo konkurējam globālā tirgū – 40% no savas produkcijas piegādājam uz Eiropu, kur vienlaikus ir atvērts tirgus trešo valstu olu ražotājiem, kuriem nav jāievēro tās prasības, kādas ir ražotājiem Eiropā, kā dēļ esam neapskaužamā situācijā,” skaidro SIA *Alūksnes putnu ferma* valdes priekšsēdētājs Hermanis Dovgijs. Viņš norāda uz vēl kādu būtisku faktoru, proti, valsts atbalsta saņemšanas laiks, ko pēc *Covid-19* pandēmijas Polijas un Lietuvas ražotāji saņēma pēc mēneša, bet *Alūksnes putnu ferma* – pēc pusotra gada. Protams, atbalstu pēc kara sākšanās Ukrainā kaimiņi saņēma pēc mēneša, Latvija – pēc pusgada. “Tas ir progress, taču tik un tā ilgi, jo būtiskākais ir vienlīdzīgi konkurences apstākļi,” uzsver H. Dovgijs. 