



GAMTOS ATEITIS

PAKUOČIŲ ATLIEKŲ TVARKYMAS

Gamintojų ir importuotojų asociacija „Gamtos ateitis“

2023 M. VISUOMENĖS ŠVIETIMO BEI INFORMAVIMO PAKUOČIŲ ATLIEKŲ TVARKYMO KLAUSIMAIS PROGRAMA



GAMINTOJŲ IR IMPORTUOTOJŲ ASOCIACIJOS „GAMTOS ATEITIS“ 2023 M. VISUOMENĖS ŠVIETIMO BEI INFORMAVIMO PAKUOČIŲ ATLIEKŲ TVARKYMO KLAUSIMAIS PROGRAMA

BENDROSIOS NUOSTATOS

Gamintojų ir importuotojų asociacija „GAMTOS ATEITIS“ – licencijuota pakuočių atliekų tvarkymo organizacija, koordinuojanti Lietuvos gamintojų ir importuotojų tiekiamų į Lietuvos Respublikos vidaus rinką pakuočių atliekų tvarkymą.

Asociacijos „GAMTOS ATEITIS“ (toliau – Asociacija) tikslas – atstovaujant Lietuvos gamintojams ir importuotojams, vystyti skaidrią ir efektyvią pakuočių atliekų tvarkymo veiklą bei įgyvendinti visuomenės švietimo, edukacijos priemones, siekiant didinti gyventojų, savivaldos, verslo atsakomybę ir sąmoningumą aplinkos taršos pakuočių atliekomis bei jų rūšiavimo klausimais.

Asociacijaparengė 2023 m. Visuomenės švietimo bei informavimo pakuočių atliekų tvarkymo klausimais programą, siekdama įgyvendinti priimtus įsipareigojimus ir atsižvelgdama į suplanuotus resursus.

Šioje programoje numatomos prioritetinės švietimo kryptys, siektini tikslai, finansavimo schema bei planuojamos įgyvendinti priemonės, apimtys ir terminai bei aptariama esama padėtis pakuočių atliekų tvarkymo srityje.

SITUACIJOS APŽVALGA IR PRIORITETINĖS KRYPTYS

Ekologija, tvarumas, atsakingas vartojimas – tai ne tik skambios sąvokos. Tai ir apgalvotas žaliavų vartojimas, protingas energijos šaltinių pasirinkimas, technologijų taikymas, išmetamų teršalų ir pramoninių atliekų tvarkymas bei komunikacijos sprendimai. Pastaruoju metu tai tampa vis svarbiau ir organizacijoms, ir vartotojams, besinaudojantiems tų organizacijų paslaugomis.

Griežtėjantis politinis reguliavimas atliekų tvarkymo srityje, tiekimo grandinių trikdžiai, geopolitinė situacija, Europos Sąjungos reglamentai ir keliama vis griežtesni tikslai pereiti prie žiedinės ekonomikos, milžiniška konkurencija verslo pasaulyje, augančios energijos kainos bei globalus žaliavų trūkumas verslo ir pramonės atstovams diktuoja naujas žaidimo taisykles rinkoje bei kartu verčia ieškoti tvarių sprendimų ir savo pakuotėms. Lietuvos gamintojai yra tos pačios globalios rinkos žaidėjai, todėl norėdami išlikti konkurencinėje kovoje, atliepiant į vis labiau besikeičiantį vartotojų požiūrį, turi taip pat neišvengiamai ieškoti pokyčius skatinančių sprendimų, padedančių išlaikyti pranašumą ilgalaikėje perspektyvoje.

Jei iki šiol tolerancija kombinuotoms, neperdirbamoms pakuotėms buvo labai didelė, tai Lietuvoje jau įsigaliojęs mokestinis pakuočių diferencijavimas į perdirbamas ir neperdirbamas pakuotes tapo dar vienu stimulu pokyčiams – įmonės ir organizacijos, išleidžiančios į rinką neperdirbamą pakuotę, turi mokėti žymiai didesnius pakuočių atliekų tvarkymo mokesčius už sąvartynus ir atliekų deginimą nei tos, kurių pakuotės perdirbamos, pakartotinai panaudojamos ar bent biologiškai skaidomos, kompostuojamos.

Požiūris į vartojimą kasmet vis labiau keičiasi: vartotojai renkasi atsakingiau, saikingiau, vertina produkto kilmę, kokybę, pakuotę, ar ji yra tvari, vis dažniau skaito etiketes, domisi gamintojo patikimumu.

Vyksta cikliška komunikacija, kai prekės ženklas nori kuo pigesnių sprendimų, rinkodaros skyrius nori turėti skambius šūkius, dizaino skyrius nori išsiskirti lentynoje, pakuočių gamintojai nori standartinių sprendimų. Iš kitos pusės, rinkoje vyksta lūžio momentas – vartotojai vis atidesni tvarumui, ieško tvaresnių, žalesnių sprendimų – tokiu būdu renkasi patikimus gamintojus ir iš dalies motyvuoja, skatina gamintojus ieškoti, kaip tobulinti savo gamybą, užtikrinant mažesnę poveikį aplinkai. Šiame cikle tampa svarbu rasti kompromisą – kaip suderinti visų lūkesčius ir tuo pačiu gauti geriausią rezultatą. Geriausią visiems – ne tik pačiam gamintojui, vartotojui, bet ir savo paliekamu pėdsaku – gamtai.

Prekės ženklai vis aktyviau tobulina savo pakuotes: keičia medžiagas, edukuoja vartotojus, dalyvauja perdirbimo programose, mažina sunaudojamų žaliavų ir energijos kiekį, testuoja daugkartinius modelius ar net visiškai atsisako pakuočių. Ir pokyčiai jau matomi. Senasis linijinis ekonomikos modelis „pagaminti – panaudoti – išmesti“ iš lėto pradeda nykti, užleisdamas vietą atsakingesniems sprendimams. Žiedinės ekonomikos koncepcija apima ne tik vartojimo, bet ir žaliavų parinkimo, produkto projektavimo ir gamybos, transportavimo bei perdirbimo etapus. Tvarus požiūris į gaminamas, produktų pakavimui naudojamas pakuotes neapsibrėžia vien tuo, Lietuvos verslas į tvarumą vis labiau koncentruojasi, kuriant bendrą tvarumo paveikslą:

- įsipareigodami svarbiausias kritines žaliavas (labiausiai sietinas su aplinkos ir socialinėmis rizikomis, pvz. palmių aliejų, žuvį, kavą, kakavą, celiuliozę, medvilnę ir kt.) įsigyti tik iš tvarių šaltinių;

- diegdami įvairius aplinkosaugos / tvarumo standartus įmonių veiklai, gaminant oficialiai sertifikuotus ekologiškus produktus;
- diegdami modernios vadybos ir kokybės kontrolės sistemas, kurių pagalba sekama, kad produkcija būtų gaminama kokybiškai, su kuo mažiau atliekų, kad kasdieninėje veikloje nebūtų naudojama perteklinių medžiagų, bereikalingos energijos, panaudojant veikloje ir įvairius nekondicinius gaminius;
- stengdamiesi maksimaliai perdirbti rinkoje esančias mechaniškai perdirbamas medžiagas bei mažinti iškastinio kuro kiekius naujų pakuočių gamybai, didinant biologinės kilmės žaliavų panaudojimą;
- pereidami prie grynesnės, vienalytės pakuotės, atsisakant mišrių pakavimo žaliavų, investuojant į inovatyvius pakavimo, gaminių pakuočių uždarymo sprendimus;
- biuro šildymui naudodami surenkamą perteklinę šilumos energiją, kuri išskiriama vykdant pagrindinę veiklą, gaminant savo produkciją; diegiant įmonėse modernius dujas ir vandenį tausojančius įrenginius;
- kurdami plastiko strategijas, kuriomis siekiama, kad plastiko kiekis parduodamų produktų pakuotėse mažėtų, kad pakuotės būtų perdirbamos ir kad pakuotėse būtų naudojama kuo daugiau perdirbto plastiko;
- statydami saulės elektrines;
- vengdami neperdirbamų medžiagų ir jas keisdami perdirbamomis (mechaniškai ar/ir biologiškai);
- remdami vietinius žemės ūkius, gaminant vis daugiau produktų iš to, kas užauga Lietuvos laukuose.
- skatindami aktyvų darbuotojų įsitraukimą į tvarumo veiklas ir iniciatyvas;
- mažindami žaliavų naudojimą pakavimui (ypač – keičiant pakuotes į plonesnes, modernesnes, bet išlaikant tas pačias produkto saugumą ir transportavimą užtikrinančias fizines ir kokybines savybes);
- netgi kiemuose įkurdami savo nuosavus bitynus;
- nuolat keldami klausimus apie produkto pakavimą – ar galima atsisakyti kažko, ar galima minimizuoti, o jei minimizuojama, iš ko turi būti pagaminta pakuotė, kad atliktų savo pagrindinę funkciją ir t.t.

Deja, dalis gamintojų dar bando ieškoti išeičių, kurios išgelbėtų nuo permainų be didesnių investicijų vietoj to griebiantis žaliojo smegenų plovimo, bandymo formaliai imituoti, kad kažkur kažkas naudojamą kombinuotą pakuotę gali perdirbti, nors toks perdirbimas nesprendžia didžiulio susidarančių atliekų kiekio problemos. Visoje šioje transformacijoje vis dar daroma ir nemažai klaidų, kurios, priešingai nei tikėtasi, kartais net padidina taršą, iškreipia teisingą tvarumo supratimą vartotojų akyse ir, tuo pačiu, apsunkina darbą tiems, kurie išties kuria ir naudoja tvarius sprendimus.

Įtampa yra suprantama. Gamintojai turi laikytis daugybės griežtų maisto saugos reikalavimų, higienos normų ir kitų taisyklių, kurios įpareigoja rinktis tvirtą ir saugią pakuotę. Jie privalo užtikrinti, kad gaminyje savo kelią iki vartotojo nukeliautų optimaliai saugiai, to gaminio pakuotei naudojant kuo mažiau ir, dar pageidautina, tvarių, perdirbamų ar bioskaidžių medžiagų. Naujos tvarios medžiagos dar tik kuriamos, jų pritaikymas įrenginiams nėra trumpas ar pigus procesas. Tačiau nedaryti nieko ar bandyti išsisukti – nėra geriausia išeitis. Vėluoti, kaip rodo praktika, visada apsimoka mažiau nei daryti kažką, žvelgiant į priekį, proaktyviai.

Akivaizdu yra tai, kad pakuočių ir atliekų tvarkymo tvarka ir ateityje tik griežtės, produkto pakuotė yra ir bus neatsiejama to produkto dalimi, todėl semtis patirties iš greta veikiančių verslų, galvoti apie pokyčius dabar ir investuoti į tai šiandien, tikėtina, ilgalaikėje perspektyvoje kainuos pigiau nei nieko nedarant ir imantis būtinų pokyčių tik įsigaliojus dar daugiau reglamentų – rytoj.

Europos Komisijos duomenimis, vienas europietis per metus vidutiniškai išmeta apie 177 kg įvairiausių pakuočių. Tad itin svarbu, kad šios būtų gaminamos kuo tvariau, iš perdirbamų žaliavų, galinčių pakuotę vėl sugrąžinti į žiedinės ekonomikos ratą.

Tvarios pakuotės sąvoką gamintojai ir vartotojai supranta skirtingai:

- Gamintojai tvaria pakuote laiko tokią, kurios aplinkai daromas poveikis yra sąlyginai žemas ar žemesnis nei standartinės pakuotės.
- Vartotojai – tokią, kurios dizainas tiesiogiai ar netiesiogiai perteikia jos ekologiškumą. Rinkoje galutinis teisėjas yra vartotojas, aplinkosaugoje – gamintojas.

Kaip apjungti šiuos požūrius, jog gamintojas būtų užtikrintas, jog išlaiko norimą aplinkosaugos kartelę ir atitinka vartotojų lūkesčius?

Komunikuoti. Atsakingi vartotojai jau skundžiasi nežinantys, ką daryti su pakuotėmis, ant kurių drąsiai giriamasi, kad tai „perdirbama ir/ar kompostuojama pakuotė“, bet nėra nurodyta, kaip ją reikia rūšiuoti po panaudojimo. Kartais tokios pakuotės medžiaga atrodo natūraliai ir minkštai, kaip popieriaus plaušo gaminys, bet ji išlaiko šlapius riebius produktus lyg plastikas. O nuo maisto pakuotė dar ir susitepa taip, kad kyla natūrali abejonė, kur – į popierių, plastiką ar bendras atliekas – reikia ją mesti ir, apskritai, ar įmanoma ją perdirbti. Todėl pakuotėje turi būti nurodyti aiškūs aplinkątausojantys teiginiai ir aplinkosauginiai ženklai. Jie turėtų būti suprantami iš pirmo žvilgsnio. Geriau, jei teiginius sustiprina vizualūs simboliai: tyrimai rodo, jog jei aplinkosauginiai teiginiai nėra sustiprinti ženklais ir sertifikatais, vartotojai produkto ir jo pakuotės kokybę vertina prasčiau.

Nemažinti per daug. Pakuotės minimalizmas neturi būti kuriamas logistikos patikimumo sąskaita. Pernelyg išploninta pakuotė gali būti neatspari gaminio logistikai, neatlaikyti gaminio svorio ar jo savybių. Tuomet tenka įvesti papildomą pakuotę, kuri atlaikytų gaminio svorį ar jo savybes. Siekdami geresnio rezultato, pasiekiame prastesnio: dviguba pakuotė tam pačiam gaminiui. Vartotojai tai mato ir vertina.

Nedidinti be reikalo. Rafinuotas pakuotės minimalizmas neturi kompensuoti gaminio kokybės. Gamintojai, siekdami sukurti prabangos ar išskirtinės kokybės efektą, mažą (bet brangų) gaminį yra linkę pakuoti į didelę minimalaus dizaino pakuotę. Net jei pakuotės dizainas minimalus, kurdami neproporcingai didelę pakuotę tolstame nuo tvarių principų ir aplinkosauginės naudos. Tyrimai rodo, kad 92 proc. vartotojų rūpi, iš ko ir kaip yra pagaminta pakuotė.

Pradėti nuo savęs, prisiimant verslui keliamus įsipareigojimus;

Edukuoti kitus ir nesustoti mokytis patiems;

Skaičiuoti – visuose procesuose remtis faktais, skaičiais, duomenimis, siekiant priimti pamatuotus ir tvarius sprendimus. Vis dar gajus stereotipas, kad tvarios žaliavos ir pakuotės yra brangesnės, todėl didina produktų savikainą, gali atbaidyti vartotojus. Tačiau jei gamybos procesai yra gerai optimizuoti – tvarumas ilgalaikėje perspektyvoje atsiperka.

Įtraukti ir sudominti visuomenę – viena iš svarbiausių šiandienos užduočių, nes be visų įsitraukimo reikšmingų pokyčių pasiekti sunkiai įmanoma.

Ne tik **kalbėti**, bet ir **imtis** realių sprendimų veiklos tvarumui padidinti. Tvarumas verslo strategijoje šiandien – neišvengiamas, bet tai neturi būti tik deklaruojama madinga sąvoka. Standartinės tvarumo gairės turi atliepti ir tikrai tvarų pokytį, o šis nebus pasiekiamas be vartotojų sąmoningumo ugdymo.

Nusiteikti, jog nebūtinai pavyks iš pirmo karto. Kol bus atrastas organizacijai tinkantis tvarių darbo principų receptas, teks eksperimentuoti, klysti ir pradėti iš naujo;

Bendradarbiauti kartu su pramonės, verslo, mokslo bei politikos sričių atstovais, kartu ieškant tvaresnių praktinių sprendimų, kuriant aplinkai draugiškesnes pakuotes, mažinant energijos sunaudojimą, sukuriamus atliekų kiekius bei užtikrinant papildomus pajamų šaltinius verslui.

Gamta kasmet atiduoda mums savo natūraliuosius išteklius. Jie netrūkusi priartės prie išsiejikvojimo. Mums metas į atliekas **pradėti** žiūrėti kaip į vertingas žaliavas, o ne į šiukšles. Nes gamtos ištekliai nebeatsikurs. Tą matome iš gamtos reiškinių, kurie kasmet pasiekia naujus rekordus – pastarasis dešimtmetis pasižymėjo karščiausiu klimatu, kylančia sezonine temperatūra visame pasaulyje, ledynų tirpimu, gaisrų niokojamais žemynais – nuo Australijos iki Pietų Europos, miškingų plotų nykimu. Taip pat – tiesioginės šių reiškinių įtakos žmonėms: gausėja skurstančiųjų, vyksta emigracija iš gamtos katastrofų paliestų vietovių, žmonės netenka pragyvenimo šaltinio, neproporcingai auga atliekų salos vandenynuose.

Ką galime padaryti dabar? Keisti požiūrį, rūšiuoti, perdirbti, vartoti mažiau. Mūsų užduotis šiame kelyje – ir toliau skatinti visuomenę tikėti, kad tik mūsų visų pastangų dėka gamta turi ateitį. Todėl svarbu nesustoti keisti ir keistis, keliauti su pokyčiais, ieškoti tolimesnių efektyvių bei paveikių informacijos sklaidos būdų, formų ar priemonių pasiekti skirtingas auditorijas, ir toliau aktyviai edukuoti visuomenę (verslą, savivaldos atstovus ir gyventojus) apie būtinybę, prieinamumą ir pasirinkimus rūšiuoti, tvaraus verslo ir tvarios aplinkos kūrimą. Taip pat – įtraukti

visuomenę į pokyčius, kurių dalimi, dalyvaudama įvairiuose tarptautiniuose įsipareigojimuose, iniciatyvose, yra Lietuva.

Kiekvienam verslui, pakuojančiam produktus į pakuotę, turi rūpėti, koku būdu – mechaniniu, biologiniu ar cheminiu – pakuotė bus perdirbta ir ar galės būti perdirbta apskritai – tuo tarpu vartotojui svarbiausia suprasti, iš ko pagaminta pakuotė ir kaip pasirūpinti pakuočių atliekas sutvarkyti taip, kad jos atsidurtų ne gamtoje, o joms skirtuose rūšiavimo kontaineriuose. Ir svarbiausia – **ne priversti, bet kviesti, skatinti, motyvuoti.**

Švietimo ir komunikacijos 2023 m. programa bus įgyvendinama pasitelkus priemones, pritaikytas kiekvienai tikslinei grupei ir skirtas siekti optimaliam rezultatui (žr. Lentelė Nr. 1). Programoje suplanuotos tęstinės bei netęstinės komunikacijos priemonės, jų vykdymo terminai, finansavimo dydis bei finansavimo šaltiniai.

2023 M. PROGRAMOS TIKSLAI IR UŽDAVINIAI:

- didinti visuomenės (verslo, kaip gamintojų, ir gyventojų, kaip galutinių vartotojų) sąmoningumą, siekiant gilinti visuomenės žinias apie atliekų tvarkymą Lietuvoje, mokyti atsakingo požiūrio į pakuočių atliekų tvarkymą, didinti visuomenės įsitraukimą į aplinkosaugos ir atliekų tvarkymo problemų sprendimą;
- informuoti gamintojus bei importuotojus apie naujausius pasikeitimus, organizacijos vykdomą veiklą, pakuočių sektoriaus aktualijas;
- bendradarbiaujant su savivaldybėmis, atliekų tvarkytojais, RATC'ais ir pasitelkiant viešinimo priemones bei kanalus, šviesti ir informuoti savivaldybių gyventojus pakuočių atliekų tvarkymo klausimais;
- vykdyti sklaidą pakuočių sektoriaus dalyviams apie jų įsipareigojimus, skatinti inovatyvius sprendimus, pažangą pakuočių tvarkymo sektoriuje;
- skatinti suinteresuotųjų pusių – gamintojų ir importuotojų, atliekų tvarkytojų, valstybės ir savivaldos institucijų, visuomenės ir pakuočių atliekų tvarkymo organizacijų bendradarbiavimą, vystant diskusiją bei planuojant pokyčius ekonominio modelio transformacijos procese;
- stiprinti pakuočių atliekų tvarkymo sektoriaus įvaizdį ir patikimumą;
- skatinti vartojimo mažinimą bei didinti sąmoningumą apie tinkamą pakuočių atliekų tvarkymą;
- tinkamai įgyvendinti patvirtintą švietimo programą.

TIKSLINĖS GRUPĖS:

Švietimo bei komunikacijos programa orientuota į:

- plačiąją visuomenę bei sąmoningumo didinimą nacionaliniu lygmeniu;
- regionų gyventojus, komunikuojant aktualiomis temomis pritaikius paveikiausias priemones atskirose savivaldybėse;
- atskiras visuomenės grupes (moksleiviai, pedagogai ir ugdymo įstaigos ir t.t.)
- sektoriaus dalyvius;
- gamintojus ir importuotojus (verslas).

PROGRAMOS FINANSAVIMAS

Vadovaujantis LR atliekų tvarkymo įstatymo 3422 str. 10 d. Asociacija ne mažiau kaip 3 procentus gautų pajamų turi skirti visuomenės švietimui ir informavimui atliekų tvarkymo klausimais. Organizacija visuomenės švietimo bei informavimo pakuočių atliekų tvarkymo klausimais programos įgyvendinimą numatė vykdyti tiek bendradarbiaujant su atskiromis savivaldybėmis, tiek nacionaliniu mastu.

Lentelė Nr. 1

Gamintojų ir importuotojų asociacijos „Gamtos ateitis“ visuomenės švietimo programa 2023m.												
Eil. nr.	Priemonės pavadinimas	Aprašymas	Tikslas	Tikslinė grupė	Matuojamas dydis	Įgyvendinimo terminai ir apimtys (metų ketvirčiais, skaitinė reikšmė)					Finansavimo šaltinis	Planuojama skirti lėšų, Eur
						I ketv.	II ketv.	III ketv.	IV ketv.	Viso		
1.	Interneto svetainė www.gamtosateitis.lt . <i>Tęstinė priemonė</i>	Interneto svetainėje talpinama informacija apie rūšiavimo svarbą, atliekų tvarkymą Lietuvoje ir pasaulyje, nuolat pildoma aktualia tekstone ir vizualine informacija, naujienomis pakuočių atliekų tvarkymo temomis.	Aplinkosaugos ir pakuočių atliekų tvarkymo tematikos sklaida, siekiant gilinti visuomenės žinias apie atliekų tvarkymą Lietuvoje.	Interneto vartotojai	Atnaujinimų skaičius	5	5	5	5	20	Asociacijos dalyvių įnašai	14400
2.	Komunikacija socialiniuose tinkluose (Facebook, Instagram, LinkedIn)/ pranešimai spaudai <i>Tęstinė priemonė</i> .	Įrašai, edukuojantys socialinių tinklų vartotojus pakuočių atliekų rūšiavimo, atliekų tvarkymo sektoriaus, aplinkosauginiais bei kitais aplinkai draugiško ir tvaraus gyvenimo būdo klausimais.	Didinti vartotojų sąmoningumą ir įsitraukimą į aplinkosaugos ir atliekų tvarkymo problemų sprendimą.	Socialinių tinklų vartotojai – visuomenė.	Įrašai socialiniuose tinkluose	20	20	20	20	80	Asociacijos dalyvių įnašai	20700
3.	Suderintų priemonių su konkrečia savivaldybe įgyvendinimas. <i>Netęstinė priemonė</i> .	Viešinio priemonės ir kanalai, skatinantys pirminį atliekų rūšiavimą Lietuvos regionuose.	Bendradarbiaujant su savivaldybėmis, atliekų tvarkytojais, RATC'ais ir pasitelkiant viešinio priemonės bei kanalus, šviesti ir informuoti savivaldybių gyventojus pakuočių atliekų tvarkymo klausimais.	Visuomenė	Įgyvendintos priemonės	1	1	1	1	4	Asociacijos dalyvių įnašai	170000
4.	Švietimo kampanija visuomenei vaizdinės / garsinės medijos formomis (outdoor / lauko reklama, TV reklama / radijas) <i>Netęstinė priemonė</i> .	Viešinio priemonės ir kanalai, skatinantys pirminį atliekų rūšiavimą, atsakingą vartojimą, vartotojiškumo mažinimą, pasirinkus vaizdinę ir garsinę komunikacijos formą - radijo laidos, lauko reklamos formas.	Didinti vartotojų sąmoningumą ir įsitraukimą į aplinkosaugos ir atliekų tvarkymo problemų sprendimą.	Visuomenė	Aktyvųjų skaičius	1	1	1	1	4	Asociacijos dalyvių įnašai	188000
5.	Komunikacija media kanaluose (spausdinti žiniasklaidos leidiniai / e-žiniasklaidos priemonės) <i>Tęstinė priemonė</i> .	Informacijos rinkimas, analizė ir pateikimas visuomenei aktualiuose straipsniuose, pranešimuose, viešuose komentuose pakuočių atliekų tvarkymo klausimais.	Teikti tikslinei auditorijai teisingą, aktualią ir išsamią informaciją apie skirtingus atliekų sektoriaus aspektus.	Atliekų tvarkymo sektoriaus dalyviai, gamintojai ir importuotojai	Publikacijos, pranešimai	1	1	1	1	4	Asociacijos dalyvių įnašai	29500

Lentelė Nr. 1

6.	Informaciniai leidiniai. <i>Tęstinė priemonė.</i>	Tikslinei auditorijai platinami ar interneto svetainėje talpinami elektroniniai leidiniai (naujienslaiškiai) / popieriniai leidiniai.	Informuoti gamintojus bei importuotojus apie naujausius pasikeitimus, asociacijos vykdomą veiklą, pakuočių sektoriaus aktualijas.	Atliekų tvarkymo sektoriaus dalyviai, gamintojai ir importuotojai	Informaciniai leidiniai	1	1	1	1	4	Asociacijos dalyvių įnašai	4000
7.	Diskusijos, seminarai, mokymai. Mokymų platformos gamintojams ir importuotojams <i>Netęstinė priemonė.</i>	Seminarai apie pakuočių atliekų tvarkymą.	Didinti informuotumą apie pakuočių atliekų tvarkymo sektorių.	Asociacijos dalyviai, partneriai	Seminarų skaičius	1	0	0	1	2	Asociacijos dalyvių įnašai	55000
8.	Dalyvavimas viešuosiuose renginiuose, socialinių projektų, akcijų rėmimas, bendradarbiavimas, komunikacija pasitelkiant nuomonės formuotojus. <i>Netęstinė priemonė.</i>	Įvairūs vieši renginiai, socialiniai ir visuomenei matomi renginiai, kuriuose didinamas visuomenės dėmesys į aplinkosaugos tematiką, sąmoningumo didinimą ir svarbą keisti savo įpročius, susijusius su vartojimu ir pakuočių atliekų kūrimu ir tvarkymu.	Dalyvauti, bendradarbiauti, prisidėti įgyvendinant įvairius socialinius projektus, renginius.	Visuomenė	Renginiai	1	1	1	1	4	Asociacijos dalyvių įnašai	161000
9.	Papildomos, kitos gamintojų ir importuotojų asociacijos „Gamtos ateitis“ akcijos ir iniciatyvos visuomenės švietimo tema metų eigoje. <i>Netęstinė priemonė.</i>	Papildomos nenumatytos priemonės	Didinti visuomenės informuotumą apie pakuočių atliekų tvarkymo sektorių ir pakuočių atliekų rūšiavimo klausimus.	Visuomenė	Akcijos ir kitos iniciatyvos	1	1	1	1	4	Asociacijos dalyvių įnašai	50426
BENDRAI:												693 026

*Procentinės lėšų dydžių paskirstymo proporcijos bei įgyvendinimo apimtis 2023m. Visuomenės švietimo bei informavimo programos priemonėms gali kisti, atsižvelgiant į Asociacijos finansines galimybes ir konkretaus projekto ar renginio turinį.

**Priemonių įgyvendinimui įskaičiuota ir su Visuomenės ir švietimo, informavimo, edukavimo pakuočių atliekų tvarkymo klausimais programos įgyvendinimo koordinavimu susijusios išlaidos.

Gamintojų ir importuotojų asociacijos „Gamtos ateitis“ įgaliotas asmuo

Karolis Šiaudkulis