

Врз основа на член 41 став (б) од Законот за проширена одговорност на производителот за управување со посебните текови на отпад (*) („Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 215/2021) министерот за животна средина и просторно планирање донесе

УПАТСТВО

за видот на активностите за информирање на јавноста и подигање на јавната свест за управување со посебните текови на отпад, кои можат да бидат спроведени од колективниот односно самостојниот постапувач и кои можат да бидат прикажани како трошок во годишниот извештај

Член 1

Со ова Упатство се определува видот на активностите за информирање на јавноста и подигање на јавната свест за управување со посебните текови на отпад, кои можат да бидат спроведени од колективниот, односно самостојниот постапувач и кои можат да бидат прикажани како трошок за активности за информирање на јавноста и подигнување на јавната свест во годишниот извештај.

Член 2

Колективниот постапувач со цел информирање на јавноста и подигнување на јавната свест за управување со посебните текови на отпад, може да потроши најмногу 10% од вкупно остварениот приход од претходната година на активности за информирање на јавноста и подигнување на јавната свест со цел поттикнување на интересот за управување со отпад, одделно собирање и рециклирање на посебните текови на отпад и постигнување повисоки стапки на исполнување на националните цели.

Самостојниот постапувач за активностите за информирање на јавноста и подигнување на јавната свест за управување со посебните текови на отпад, може да потроши најмногу 10% од вкупниот износ на надоместокот што би го платил во претходната година, кој е утврден во прописот за посебниот тек на отпад, сразмерно на количината на тек на отпад со кој управува.

Член 3

Активностите за информирање и подигнување на јавната свест не смеат да се употребуваат како реклами за колективниот постапувач со цел придобивање на дополнителни договорни производители, ниту како реклама за самостојниот постапувач.

Сите активности за информирање и подигнување на јавната свест треба да содржат едукативни пораки за заштита на животната средина и/или едукативни пораки за потребите за соодветно управување и начинот на селектирање на посебниот тек на отпад за кој е одговорен колективниот односно самостојниот постапувач.

Информирањето и подигнувањето на јавната свест се врши преку:

- печатени материјали (флаери, налепници, постери, весници, списанија, брошури и друго),
- мултимедијални содржини (за емитување на мас медиуми, веб – страници или други социјални мрежи),

- електронски записи (информативни материјали наменети за споделување по електронски пат преку е-пошта или која било друга електронска форма за информирање и комуникација),
- директна комуникација (промотивни активности на терен за подигање на јавната свест) и
- производи на кои што има еколошка порака (облека, беџови, торби, шишиња и прибори за повеќекратна употреба, друштвени игри, школки и канцелариски прибор и слично).

Член 4

Активностите за кои се признава трошокот како трошок за активност за информирање или подигнување на јавната свест во областа на заштита на животната средина и управување со отпадот се:

- организација и/или поддршка на акции за собирање на отпад од јавни површини (со население, чистење во соработка со државни органи, општини или приватни компании, невладини организации и образовни институции),
- организација и/или поддршка на акции за едукација на населението преку организирање на јавни настани како маратони, концерти, конкурси, театар, фестивали, саеми, еко автобус и слично, при што колективниот, односно самостојниот постапувач треба да учествува со своја содржина или да го организира целокупниот настан,
- спроведување и/или поддршка на тематски обуки и предавања за деца и возрасни,
- организација и/или поддршка на јавни дебати, конференции и работилници,
- креирање и емитување на ТВ и радио емисии во кои се пренесуваат релевантни едукативни пораки,
- снимање на едукативни спотови и филмови,
- креирање на тематска мултимедијална содржина,
- креирање на соопштенија до јавноста со едукативна содржина,
- креирање на дигитални кампањи за електронски медиуми и социјални мрежи,
- закуп на простор на социјални медиуми и други електронски платформи (You Tube и слично) на кои се емитуваат видео записи/банери,
- информативни табли и/или билборди на јавни површини, возила и автобуси, монитори со пораки за селектирање, намалување на отпадот и слично, кои не се реклами за колективниот постапувач со цел придобивање на дополнителни договорни производители, ниту реклама за самостојниот постапувач,
- организација или поддршка на спортски настани и акции, кои промовираат одржливи практики и со кои се пренесуваат еколошки пораки,
- истражувања за навиките на граѓаните за селекција на отпадот и нивото на еколошка свет и нивните навики,
- одбележување на деновите на животна средина и
- ангажман за маркетинг и/или ПР агенција, продукција и/или трошоци за дигитален маркетинг.

Член 5

Ова упатство влегува во сила со денот на објавувањето на веб-страницата на Министерството за животна средина и просторно планирање.

Бр. 02-6606
Скопје, _____.2023 година
17-11-2023



Министер за животна средина
и просторно планирање,
Каја Шукова, с.р.