



**CIRCULAR  
CREATIVES**

**VODIČ ZA**

**STVARANJE  
TRŽNICE NULTE  
STOPE OTPADA**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# SADRŽAJ

01	Uvod.....	3
02	Svrha i prednosti Vodiča.....	5
03	Razumijevanje kružnog gospodarstva i zero waste-a.....	8
04	Važnost tržišta bez otpada.....	10
05	Koraci za stvaranje kružne tržišta bez otpada.....	12
06	Najbolji primjeri iz prakse za kružno gospodarstvo i zero waste događaje .....	28

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein.

## Prihvatanje održive budućnosti – kružna tržnica bez otpada

*Dobrodošli u **Vodič za stvaranje kružne tržnice bez otpada**, testirani putokaz dizajniran za usmjeravanje kreativnih poduzetnika i vođa zajednice prema stvaranju tržnica koje ne samo da ekonomski napreduju, već također poštuju i obogaćuju naše okruženje.*

*Ovaj nam vodič daje uvid u to gdje se spajaju trgovina i održivost u kreativnom sektoru, gdje otpad nije naknadna misao, već svrhovitost, a njegovo smanjenje stalna obveza.*

Dok se naš svijet suočava s najvećim izazovima klimatskih promjena, lokalne zajednice suočavaju se s potrebom da se ujedine, inoviraju i podržavaju jedna drugu kako bi postale otpornije i održivije. Došlo je do opipljive promjene u svijesti, prepoznajući da kreativna iskra naših zajednica treba nove platforme i poslovne modele. Naše kreativne tvrtke i poduzetnici u središtu su ove transformacije, zahtijevajući nove puteve za prikazivanje, povezivanje i prodaju unutar svojih lokalnih područja i šire. I opet, postavlja se pitanje kako to učiniti na najodrživiji mogući način.

Kružna tržnica nulte stope otpada jedno je takvo rješenje. Rješenje za obrtnike i dizajnere, zajednice, kreatore politike i edukatore da slijede ekocentrični poslovni etos na tržištu koje slavi načela kružnog gospodarstva.

Kroz ovaj vodič pružit ćemo vam znanje za stvaranje živahne tržnice bez otpada, tržnice koje zagovara inovativnu upotrebu materijala, cijeni umijeće, gdje su proizvodi dizajnirani i konzumirani na način koji minimalizira otpad, gdje se materijali koriste što je dulje moguće i gdje okoliš nije cijena koju plaćamo za gospodarsku aktivnost, već njezin sastavni dio.

Naši Circular Creative partneri iz Irske, Grčke, Hrvatske, Njemačke i Danske, uz potporu programa ERASMUS+prikupili su svoje kolektivno znanje u ovaj Vodič, osiguravajući da svako poglavlje bude jedan korak bliže održivijim tržištima.

01

### Svrha i koristi

Namjeravamo vas opremiti učenjem kako voditi stvaranje tržnice koja napreduje na principima nultog otpada i cirkularnosti. Iskoristite mnoštvo prednosti, od uštede troškova do očuvanja okoliša i društvene kohezije, koje ovaj održivi poslovni model može pružiti.

02

### Razumijevanje kružnog gospodarstva i nula otpada

Istraživanje etosa kružnog gospodarstva, ucrtavanje njegovih temeljnih načela i načina na koji se mogu integrirati u poslovne modele. Zaronite u filozofiju nultog otpada, raspravljajući o tome kako ona može biti katalizator za inovacije i očuvanje. Naučit ćete kako ova dva koncepta međusobno povezuju i stvaraju čvrst okvir za održivost.

03

### Važnost kružne tržnice bez otpada

Otkrijte kako zero waste tržnice mogu potaknuti lokalna gospodarstva i otvoriti nove izvore prihoda za kreativce u zajednici. Saznajte više o pozitivnim utjecajima na okoliš, od smanjenja otpada na odlagalištima do očuvanja prirodnih resursa. Dijelimo kako takve tržnice mogu ojačati zajednice i potaknuti zajednički osjećaj odgovornosti za održivost.

04

### Koraci za stvaranje kružne tržnice bez otpada

Detaljan pregled od vizije do izvedbe, svaki korak ocrtava ključne radnje, razmatranja i strategije potrebne da bi se oživjela kružna tržnica bez otpada. Od početne predanosti i osiguravanja dionika do provođenja istraživanja, izgradnje vašeg tima i upravljanja operacijama, pokrivamo sve osnove, što kulminira kontinuiranim ciklusom evaluacije i poboljšanja.

05

### Najbolji primjeri iz prakse za kružno gospodarstvo i događaje bez otpada

Savjeti i taktike usmjereni na kritična područja kao što su upravljanje otpadom, energetska učinkovitost i održiva nabava, osiguravajući da vaše tržište bude primjer najbolje prakse.

+

### Studije slučaja i intervjui

Primjeri i priče iz stvarnog svijeta koji pružaju vrijedan uvid u uspjehe i izazove s kojima se suočavaju oni koji su već krenuli na ovo putovanje.

Bilo da želite ugostiti događaj bez otpada, u nadi da ćete bolje razumjeti kružne poslovne modele ili jednostavno želite integrirati održivost u kulturno tkivo svoje zajednice, ovaj Vodič je vaš pratilac. Dobro došli u pokret prema nultom otpadu. Dobrodošli u budućnost tržišta.



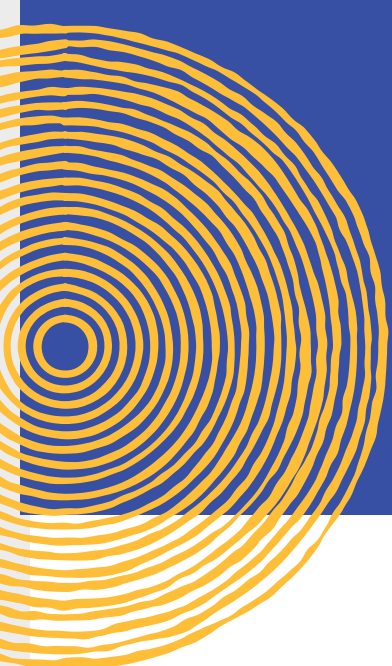
Ovaj Vodič ima za cilj biti **bitan instrument za raznolik niz dionika koji su ujedinjeni zajedničkim ciljem:**

**za izgradnju održive budućnosti za zajednice u kojima kreativna ekonomija cvjeta u granicama načela kružne ekonomije i nultog otpada.**



Cilj mu je poslužiti kao nacrt, obrazovni alat i izvor inspiracije za:

- **Ambiciozne i etablirane kreativne poduzetnike** koji se snalaze u izazovima i prilikama integriranja prakse nultog otpada u svoje poslovne modele.
- **Kreatore politika i službenika lokalne uprave** koji igraju ključnu ulogu u oblikovanju gospodarskog krajolika kako bi podržali inicijative kružnog gospodarstva u svojim regijama.
- **Edukatore i trenere u području kreativnog i kružnog poduzetništva** koji su izvor dijeljenja znanja i razvoja vještina.
- **Liderie zajednice i aktiviste** koji su na čelu zagovaranja održivih praksi zajednice.
- **Potrošače i širu javnost** čija svijest i izbori pokreću potražnju za održivim proizvodima i uslugama.





# Kako vam Vodič za tržnicu nulte točke otpada može poslužiti?

Kao **obrazovni resurs**, pruža sveobuhvatno razumijevanje konceptata kružnog gospodarstva i zero waste-a. Objašnjavanjem ovih načela, vodič osnažuje pojedince i organizacije da donose informirane odluke koje su u skladu s upravljanjem okolišem.

Kao **praktični okvir**. Uz upute korak po korak, daje praktičan plan za stvaranje kružnog tržišta bez otpada. Ovaj okvir je prilagodljiv i može se prilagoditi jedinstvenim potrebama i okolnostima različitih zajednica i poduzeća.

Kao **alat za umrežavanje**, vodič potiče stvaranje mreža između kreativnih poduzetnika, potrošača i kreatora politika. Te su veze ključne za razmjenu najboljih praksi i resursa te za poticanje duha suradnje koji je neophodan za uspjeh inicijativa bez otpada.

Kao **aspirativni katalog**. Prikazujući studije slučaja i intervjue, vodič služi kao spremište inspirativnih priča koje ističu stvarne primjene i prednosti kružnih tržišta bez otpada. Ovi narativi prikazuju domišljatost i ustrajnost pojedinaca koji prednjače u održivim tržišnim praksama.

Kao **pomoć za razvoj politike** djeluje kao referenca kreatorima politika za razvoj okvira podrške koji potiču i olakšavaju usvajanje načela kružnog gospodarstva od strane lokalnih tvrtki i poduzetnika.

Kao **alat za ocjenjivanje** Vodič opisuje metriku i metode za procjenu učinka kružnih tržišta bez otpada, pomažući dionicima da prate napredak, identificiraju područja za poboljšanje i slave uspjehe.



## Kako vam Vodič može poslužiti?

**Vodič za stvaranje kružne tržnice bez otpada** donosi dobrobit kreativnim poduzetnicima, kreatorima politika, edukatorima, vođama zajednice i široj javnosti. Da vidimo kako.....

- Za kreativnog poduzetnika, rad na Zero waste-u može pružiti **konkurentnost i smanjene troškove** kroz inovativno i učinkovito gospodarenje otpadom i nabavu materijala, te može uskladiti svoj rad s **ciljevima održivog razvoja**, s posebnim naglaskom na ciljeve 11, 12 i 13 -**Održivi gradovi i zajednice, Održiva potrošnja i proizvodnja i Klimatska akcija**.
- Edukatori i treneri mogu koristiti Vodič za **unapređenje nastavnog plana i programa**, osiguravajući strukovno obrazovanje za kreativne tvrtke koje će biti opremljene za zelenu ekonomiju, uz istovremeno dijeljenje **inovacija** u održivoj poslovnoj praksi.
- Vođe zajednice i aktivisti mogu iskoristiti Vodič za olakšavanje **angažmana zajednice i osnažiti** tržišta

koja ostvaruju upravljanje okolišem u zajednicama.

- Kao pokretači tržišta (omogućavanjem prostora za trgovanje u zajednici), lokalne vlasti mogu učiti iz vodiča, podržati kreativni sektor i imati koristi od **javnog imidža** i
- Potrošači i šira javnost imat će mogućnost donositi više **informirane odluke**, izravno doprinoseći potražnji za održivim proizvodima i potičući **kvalitetu života** koji je u skladu s njihovim vrijednostima očuvanja okoliša.

Među svim našim korisnicima, ovaj Vodič zagovara i pruža učenje potrebno za **pomicanje** prema održivosti i doprinosi **ublažavanju klimatskih promjena**.

Ovaj Vodič spaja obrazovni sadržaj i praktičnu primjenu, postavljajući pozornicu za povećani ekonomski, okolišni i društveni učinak kreativne ekonomije.

# Razumijevanje kružnog gospodarstva i Zero Waste-a

# 03

01

Definicija i načela kružnog gospodarstva



02

Zero Waste koncept



03

Odnos između kružnog gospodarstva i Zero Waste-a



Naš je prvi korak vrlo jasno razumijevanje ključnih pojmova i načela na kojima se temelji ovaj Vodič.

Kružno gospodarstvo je ekonomski model osmišljen kako bi smanjio otpad i povećao dugovječnost proizvoda i resursa.

Cilj mu je zadržati proizvode, materijale i resurse u uporabi što je dulje moguće.

## Kružne aktivnosti temelje se na tri glavna principa:

### SMANJITI (REDUCE)

Minimizirati unos primarne energije, sirovine i otpad kroz poboljšanje učinkovitosti procesa proizvodnje i potrošnje.

### PONOVNO KORISTI (REUSE)

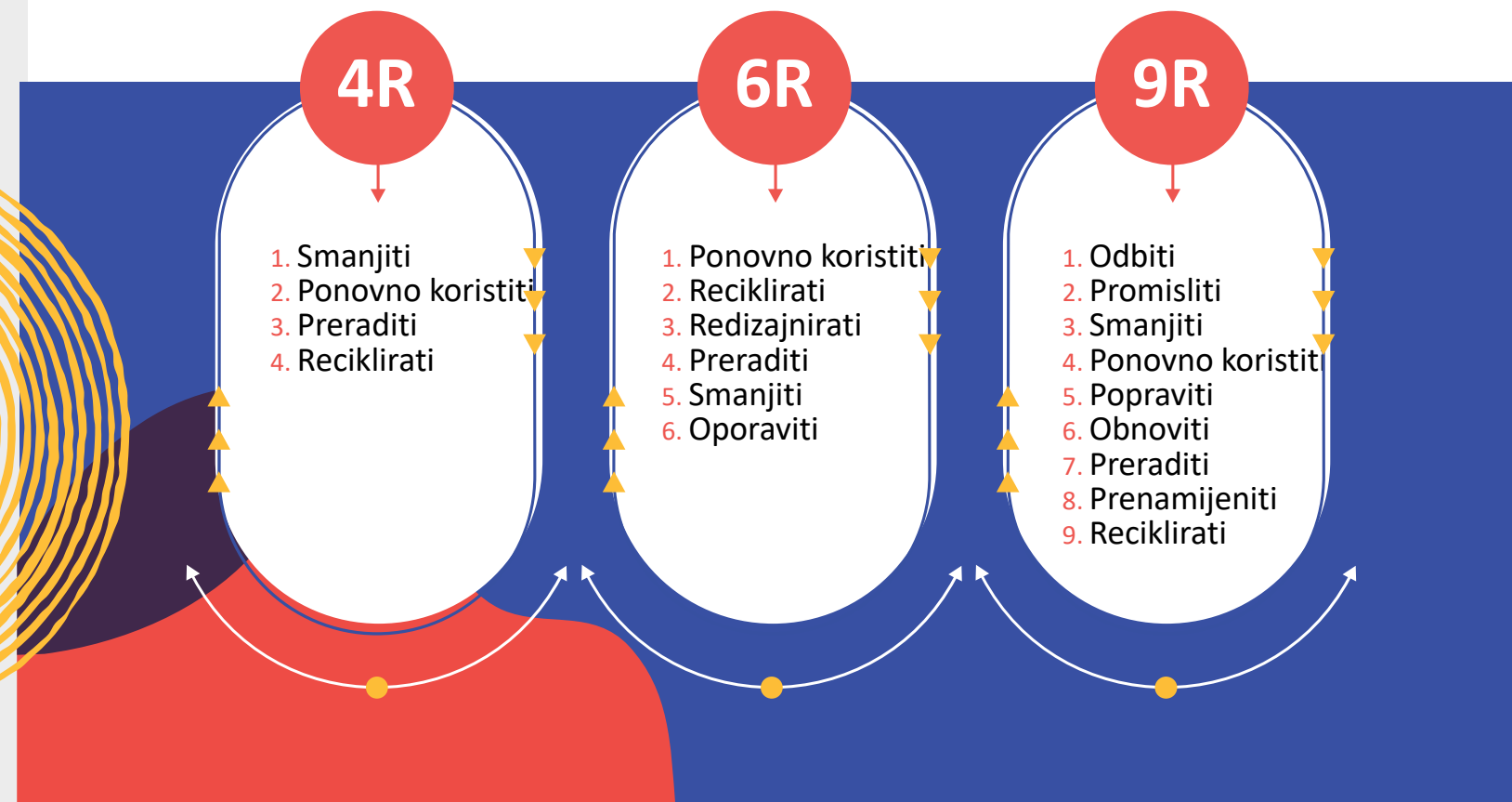
Svaki postupak kojim se proizvodi ili komponente koje nisu odbačene ponovno koriste za istu svrhu za koju su zamišljeni.

### RECIKLIRATI (RECYCLE)

Svaki postupak oporabe kojim se otpadni materijali ponovno prerađuju u proizvode, materijale ili tvari, bilo za izvorne ili druge svrhe. Uključuje ponovnu preradu organskog materijala, ali ne uključuje uporabu energije i ponovnu preradu u materijale koji će se koristiti kao goriva.



U novije vrijeme ta su načela proširena dodatnim aktivnostima koje su od velike važnosti za kreativnu ekonomiju. Na primjer:



Koncept o kojem se često raspravlja u skladu s kružnim gospodarstvom je zero waste. Zero-waste odnosi se na načela smanjenja proizvodnje otpada što je više moguće.

Ovaj koncept ide dalje od recikliranja kako bi se prvo usredotočio na izbjegavanje i smanjenje otpada inovativnim dizajnom proizvoda, a zatim na recikliranje i kompostiranje ostatka. Nudi specifične strategije za smanjenje otpada koje pridonose postizanju cirkularnosti u upravljanju materijalima i resursima.

Stoga je gospodarenje otpadom ključna komponenta provedbe kružnog gospodarstva, budući da se bavi fazom na kraju životnog vijeka proizvoda i materijala, osiguravajući da se njima upravlja na način koji je u

skladu s kružnim načelima, smanjujući otpad i promičući učinkovitost resursa.

Dakle, kružno gospodarstvo je širi koncept koji nastoji transformirati cijeli sustav iz "uzmi-iskoristi-odloži" u kružno društvo, dok je zero-waste koncept specifičniji pristup prvenstveno usmjeren na smanjenje i preusmjeravanje otpada.

**Ovi koncepti dijele zajedničku viziju smanjenja otpada, očuvanja resursa i promicanja održivosti. Zajedno, oni predstavljaju holistički pristup rješavanju ekoloških izazova i poticanju održivije budućnosti. Kao što vidimo iz naše zbirke studija slučaja, oni su iznimno važni u kreativnom sektoru.**

# Važnost tržnice bez otpada

# 04

Koncept tržnice nulte stope otpada sastavni je dio kreativne ekonomije. Može se primijeniti na dva glavna načina:-

1. Prostor u kojem se kreativna roba i usluge bez otpada mogu prodavati na način koji također minimalizira otpad.
2. Proizvodi i usluge koji se prodaju na tržnici nulte stope otpada sami po sebi moraju biti Zero waste/cirkularni u svom dizajnu proizvoda i upotrebi materijala. Također se mogu dizajnirati za ponovnu upotrebu, popravak i recikliranje, čime se smanjuje količina otpada koji završava na odlagalištima. Ovaj pristup podupire održivost potičući proizvodnju, razmjenu i potrošnju proizvoda na ekološki prihvatljiv način.

Tržnica nulte stope otpada potiče proizvođače i potrošače da razmišljaju o cijelom životnom ciklusu proizvoda, od njegovog stvaranja do konačnog odlaganja ili ponovnog uključivanja u nove proizvode. To može dovesti do novih poslovnih modela i prilika za kreativne profesionalce koji mogu dizajnirati proizvode koji zadovoljavaju ove kriterije nultog otpada.

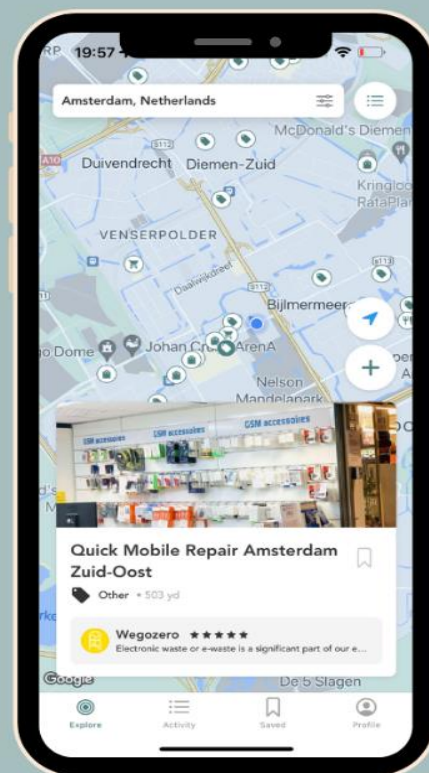
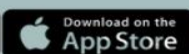
Štoviše, ove tržnice mogu stvoriti zajednicu oko održivih praksi, gdje se dijele znanje, vještine i resursi. To ne samo da koristi okolišu, već također podupire otporan i prilagodljiv gospodarski sektor koji može odgovoriti na promjenjive zahtjeve potrošača i globalne izazove održivosti.

Volimo primjer [Zero Waste Map aplikacija –Wegozero](#), zero waste map aplikaciju koja čini zero waste trgovine, second hand trgovine, tržnice, kafiće za popravke, stanice za kompostiranje i još mnogo toga vidljivima sa 1650 kreatora promjena u 9 europskih gradova, uključujući Lisabon, London, Amsterdam, Kopenhagen, Berlin, Minhen, Beč, Atenu i Budimpeštu.

## let's show the world that zero waste is doable

Download our app to become part of a network of change makers. Our zero waste map application makes zero waste store, second hand shops, markets, repair cafés, composting stations and much more visible in your city.

DOWNLOAD NOW



U kreativnom sektoru, neki se kolektivi ističu po pristupu zero waste/upcycling:-

**Upcycling Skandinavija:** Ova inicijativa usmjerena je na proizvode izrađene od recikliranih materijala i ima za cilj pridonijeti ciljevima održivog razvoja. <https://upcyclingscandinavia.com/> poslovni model je vrlo zanimljiv

## How we serve



### UPCYCLING DESIGN

You have large amounts of valuable plastic waste that you need to somehow upcycle, but no idea what to use it for?

We have designers and business who would love to upcycle your waste through meaningful design that gives back.



### 100% UPCYCLED MATERIALS

You have an idea for a product made from upcycled materials, but you need access to materials for production?

We know partners who collect and recycle a vast range of materials and search for people like you!



### GREEN PRODUCTION

You want to update your production facilities and find effective ways to "Go Green", but need inspiration?

Think outside the box! - Our partners have created amazing turnovers when it comes to sustainable production.



### GREEN STRATEGY

You need a strategy for how to sustainably dispose of your plastic waste and develop a business model that is sustainable in of itself?

We have the experience and know-how you need, to get off to a good start! Let us know what is holding you back.

**BENU COUTURE** u Luksemburgu je primjer vrijedan pažnje. Usvojili su UpCycling pristup u stvaranju novih modnih kolekcija koristeći visokokvalitetne tkanine isključivo iz postojeće odjeće. Ova inicijativa ne samo da promiče održivost, već također integrira eko-selo u Luksemburškoj široj regiji, pružajući prilike za zapošljavanje osobama u nepovoljnom položaju na tržištu rada. Više informacija možete pronaći na stranici Europske komisije o okolišu [UpCyclingFashion - European commission \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/commission/europa.eu).

BENU COUTURE dio je BENU univerzuma koji uključuje:

- **BENU VILLAGE ESCH ASBL:** Prvo ekoselo u Velikoj regiji Luksemburga koje grupira sve aktivnosti BENU (restoran, trgovina, umjetnost). Organiziraju participativne, kreativne i edukativne aktivnosti oko tema povezanih sa socio-ekološkom kružnom ekonomijom.
- **BENU VILLAGE SIS:** Društvo s ograničenom odgovornošću koje odgovara načelima socijalnog i solidarnog gospodarstva. BENU Village SIS predstavlja BENU na privatnom tržištu i potiče privatne poslodavce da implementiraju socio-ekološke aspekte u svojim tvrtkama.
- **BENU REUSE:** Platforma koja pojednostavljuje doniranje rabljenog namještaja i predmeta diljem Luksemburga.
- **BENU SLOW:** Prvi "Rescued Food" restoran na širem području nudi organska, originalna i prije svega održiva jela.

# Koraci za stvaranje kružne tržnice bez otpada

# 05



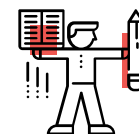
**KORAK  
01**

**Predanost  
& Vizija**



**KORAK  
02**

**Uključivanje  
dionika**



**Izrada  
tima**

**KORAK  
04**



**Istraživanje tržišta  
i studija  
izvodljivosti**

**KORAK  
03**



**KORAK  
05**

**Izrada  
poslovnog  
plana**



**KORAK  
06**

**Regulatorni  
zahtjevi**



**Položaj i  
infrastruktura**

**KORAK  
08**



**Prikupljanje  
sredstava  
& Financije**

**KORAK  
07**



**KORAK  
09**

**Odabir trgovca i  
upravljanje**



**KORAK  
10**

**Marketing i  
promocija**



**Operacije &  
Upravljanje  
otpadom**

**KORAK  
11**





## Uspostavljanje kružne tržnice bez otpada počinje predanošću

**Znamo da je to prava stvar, ali gdje da počnemo u stvaranju kreativne tržnice bez otpada?**

**Postavite jasne ciljeve:** Stvaranje tržnice bez otpada posebno u kreativnim industrijama uključuje postavljanje ciljeva koji potiču održivost u svim fazama proizvodnje, predstavljanja i prodaje kreativnih proizvoda. Definirajte što „zero waste“ znači za vaš kontekst i postavite ciljeve u skladu s tim:

- **Odabir proizvoda/kreatora:** Vodite računa o kreatorima koji proizvode održivu ili prerađenu kreativnu robu. To može uključivati umjetnike koji koriste reciklirane materijale ili dizajnere koji su usredotočeni na dugovječnost i mogućnost popravka u svojim proizvodima.
- **Održivi prikaz i pakiranje:** Potaknite i odaberite kreatore da predstave svoje proizvode bez stvaranja otpada, koristeći materijale koji se mogu ponovno koristiti ili reciklirati za pakiranje i izlaganje.
- **Radnje bez otpada:** Obvezujte se upravljati samim tržištem s nula otpada implementacijom sustava za recikliranje, kompostiranje i razvrstavanje otpada.
- **Izgradite obrazovanje:** Omogućite informacije i radionice na tržištu kako biste educirali i kreativce i kupce o važnosti praksi bez otpada.
- **Održiva logistika:** Postavite sustav za dostavu i otpremu koji smanjuje otpadnu ambalažu i ugljični otisak, kao što je korištenje električnih vozila ili kurira na biciklima za lokalne dostave.
- **Angažman zajednice:** Potaknite zajednicu oko tržišta koje cijeni održivost, možda kroz događaje ili programe koji korisnicima omogućuju da se uključe u praksu bez otpada.
- **Očuvanje resursa:** Koristite digitalne platforme za promociju kako biste uštedjeli papir i osigurali da su svi fizički marketinški materijali izrađeni od recikliranog sadržaja i da se mogu reciklirati.

U praktičnom smislu, uključiti različite dionike, uključujući dobavljače, kupce, zaposlenike i lokalne zajednice za njihov doprinos i izgradite podršku za promicanje zajedničke predanosti nultom otpadu.

Educirajte i osvijestite!

Podignite svijest o utjecaju otpada na okoliš i

prednostima kružnog gospodarstva. Provedite radionice, treninge i kampanje podizanja svijesti kako biste educirali dionike. Morate razmotriti strategije smanjenja otpada, prakse recikliranja i važnost održive potrošnje. Osmislite strategije za prevenciju otpada i razmislite o korištenju načela ekološkog dizajna, kao što je proširena odgovornost proizvođača, kako bi se smanjila proizvodnja otpada i promovirao kružni pristup.

Promovirajte ponovnu upotrebu i recikliranje poticanjem ponovne upotrebe proizvoda ili materijala putem inicijativa. Implementirajte sveobuhvatne sustave recikliranja na tržištu, osiguravajući da se različiti materijali odvajaju i učinkovito recikliraju.

Blisko surađujte s dobavljačima kako biste usvojili održive prakse, kao što je smanjenje ambalažnog otpada, primjena ekološki prihvatljivih proizvodnih tehnika i nabava materijala iz recikliranih ili obnovljivih izvora. Uspostavite dugoročna partnerstva temeljena na zajedničkim ekološkim ciljevima.

Morate razmisliti o suradnji s lokalnim vlastima i agencijama za gospodarenje otpadom kako biste osigurali učinkovito prikupljanje, obradu i odlaganje otpada. Redovito nadzirite i ocjenjujte napredak prema ciljevima nultog otpada. Uspostavite ključne pokazatelje učinka (KPU) za mjerenje smanjenja otpada, učinkovitosti resursa i cirkularnosti. Transparentno podijelite rezultate kako biste održali odgovornost i identificirali područja za poboljšanje. Potaknite inovacije i kontinuirano poboljšanje poticanjem kulture održivosti unutar tržišta. Redovito preispitivajte i razvijajte strategije gospodarenja otpadom kako bi se uskladile s novim najboljim praksama i tehnološkim napretkom. Korištenjem svih ovih strategija možete usmjeriti organizacije prema tržištu bez otpada i biti održiviji u gospodarstvu.

Ciljevi bi trebali biti ostvarivi u prirodi. Slijedite razvoj strategije gospodarenja otpadom koja uključuje smanjenje otpada na izvoru, provedbu učinkovitog recikliranja i promicanje promjene u ponašanju u kreativnim tvrtkama i potrošačima.



## KORAK 01

# Predanost i vizija

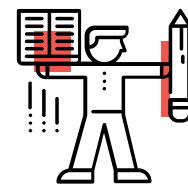
## Kako potičemo viziju?

Kao pokretači tržišta, imamo priliku potaknuti dizajn proizvoda koji su napravljeni da traju, lako se popravljaju i izrađeni su od materijala koji se mogu reciklirati ili su biorazgradivi. Možemo

- Promicati načela ekološkog dizajna i podržavati inovacije koje olakšavaju kružno gospodarstvo.
- Podržati razvoj opskrbnog lanca koji daje prioritet nabavi materijala iz recikliranih ili obnovljivih izvora, možemo potaknuti proizvođače da uspostave programe povrata, omogućujući povrat i prenamjenu rabljenih proizvoda.
- Surađivati s tvrtkama za gospodarenje otpadom kako bismo osigurali učinkovitu infrastrukturu za prikupljanje i recikliranje.
- Kao kreatori politike, ponudite poticaje ili bespovratna sredstva kreativcima koji usvajaju održive prakse, kao što je smanjenje ambalažnog otpada, provedba programa recikliranja ili dijeljenje resursa s drugim tvrtkama.
- Stvorite platforme za razmjenu znanja, zajedničko istraživanje i inovacije kako biste zajednički unaprijedili viziju kružnog tržišta bez otpada.
- Gledajte na uključivanje zajednice organiziranjem lokalnih inicijativa, kao što su kafići za popravak.

## KORAK 02

# Uključivanje dionika



## Angažman dionika za tržišta bez otpada.

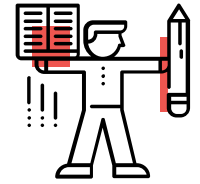
Razumijevanje uloge angažmana dionika ključno je za stvaranje robusnog tržišta bez otpada. Riječ je o izgradnji odnosa sa svim stranama koje su zainteresirane za uspjeh tržišta. To znači uključivanje kreativaca, kupaca, lokalnih zajednica, lokalnih vlasti i eventualno subjekata za gospodarenje otpadom. Proces angažmana trebao bi uključivati:

**Aktivni dijalog:** Istražite i konzultirajte se s dionicima kako biste razumjeli njihove potrebe, očekivanja i sve nedoumice koje bi mogli imati u vezi s praksama bez otpada.

**Obrazovanje i dijeljenje informacija:** Pružite zainteresiranim stranama informacije o važnosti ciljeva koji promoviraju zero waste i kako mogu doprinijeti tim ciljevima.

**Suradničke inicijative:** Uključite dionike u planiranje zajedničkih inicijativa od samog početka, npr. edukativne radionice, kako biste potaknuli osjećaj vlasništva i sudjelovanja u ciljevima održivosti tržišta.

Svaki dionik ima svoju ulogu i njihova je uključenost ključna kako bi tržište doista utjelovilo načela nultog otpada.



## Važnost angažmana dionika

Angažiranje dionika nudi nekoliko prednosti koje mogu značajno poboljšati potencijal za poticatelje kreativnih tržišta i njegov utjecaj na druge:

1. **Oснаžite donošenje odluka:** Uključivanje dionika u donošenje odluka može dovesti do sveobuhvatnijih i održivijih rješenja.
2. **Poticanje održive promjene:** Angažirani dionici mogu pružiti dugoročnu podršku koja vam je potrebna za održivi rast tržišta
3. **Ojačajte odnose:** Angažman olakšava rast novih odnosa i produblivanje postojećih.
4. **Povećajte stope uspjeha:** Pretvaranje potencijalnih klevetnika u pristaše može znatno povećati vaš uspjeh.
5. **Dijeljenje znanja:** Dionici nude spremnik vrijednih informacija i mogu imati koristi od vaših uvida.

## Relevantnost za kreativne poduzetnike

Za poduzetnike u kreativnom sektoru, ovaj angažman je još kritičniji jer je priroda vašeg tržišta često inovativna, otvara nove temelje ili mijenja tradicionalne načine rada. **To stvara jedinstven skup izazova i prilika koje zahtijevaju aktivno uključivanje različitih dionika.**

1. **Validacija za inovacije:** Kreativni poduzetnici mogu potvrditi svoje nove ideje i prikupiti prve korisnike.
2. **Dostupnost resursa:** Dionici vam mogu pružiti ili vam pomoći pronaći bitne resurse.
3. **Lokalna stručnost:** Dionici mogu ponuditi neprocjenjive lokalne uvide, pomažući u većoj usmjerenosti zajednice na rješenja bez otpada.
4. **Izgradnja ugleda:** Rano uključivanje dionika pomaže u izgradnji solidne reputacije i zajednice koja pruža podršku.
5. **Financijska podrška:** Dionici poput lokalnih vlasti i investitora mogu biti ključni u pružanju potrebne financijske potpore.

## Izazovi i prilike u kružnom gospodarstvu

Kružno gospodarstvo postavlja jedinstvene izazove za angažman dionika, kao što je složeno međudjelovanje ekoloških, društvenih i ekonomskih ciljeva. Ako planirate fizičku tržnicu, postoje operativna razmatranja koja se moraju uzeti u obzir pri planiranju. U srži je potreba da se jasno artikuliraju prednosti kružnog gospodarstva dionicima koji su možda bolje upoznati s tradicionalnim, linearnim modelima.

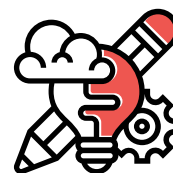
Kružno gospodarstvo također nudi uzbudljive mogućnosti. Omogućuje zajedničko stvaranje, inovacije i kulturu kontinuiranog učenja i poboljšanja. Uključivanje dionika ovdje može dovesti do bolje usklađenosti, povjerenja i dijeljenja resursa, dodajući značajnu vrijednost vašim inicijativama.

## Praktični koraci za angažman

- **Identificirajte zainteresirane strane:** Sastavite popis svih relevantnih dionika.
- **Određivanje prioriteta dionicima:** Rangirajte ih na temelju njihove relevantnosti i utjecaja.
- **Plan komunikacije:** Razvijte sustavni pristup za redovita ažuriranja.
- **Početni sastanci:** Održavajte sastanke kako biste uskladili interese dionika s vašim ciljevima.
- **Mehanizmi povratne informacije:** Stvorite puteve za zainteresirane strane za pružanje stalnih povratnih informacija.
- **Zajedničko odlučivanje:** Aktivno uključite dionike u važne izbore.
- **Redovita ažuriranja:** Dosljedno informirajte dionike o ključnim razvojem.
- **Priznanje:** Proslavite doprinose dionika odgovarajućim priznanjem.

# Istraživanje tržišta & Studija izvodljivosti

KORAK  
03



## Ciljano tržište

- Kreativni poduzetnici koji žele smanjiti otpad i početi primjenjivati 5 Rs
- Zajednice koje žele pokazati vodstvo u kružnim pristupima organiziranjem tržnica bez otpada
- Lokalne vlasti koje imaju široku sliku cilja kružnih zajednica

## Ciljana publika – primjer

- Kreativni poduzetnici sa sjedištem u i oko Co. Roscommona koji stvaraju i prodaju predmete koji promiču održivost i Zero Waste (npr. Upcycling)
- Pojedinci i obitelji iz Co. Roscommona i okolnih područja koji žele kupiti značajne kreativne proizvode usmjerene na održivost i motivirani su da se aktivno uključe i nauče više o Zero Waste principima.

## Natjecatelji

Prilikom uspostavljanja tržišta bez otpada, ključno je istražiti i razumjeti konkurentsko okruženje. Istražite postojeća tržišta kako biste procijenili njihove modele održivosti, ponudu proizvoda i strategije angažmana kupaca. Ovo znanje može otkriti tržišne praznine i prilike za diferencijaciju.

## Izvedivost - PESTLE analiza, irski primjer

<b>Politička</b>	Godine 2020. Odjel za komunikacije, klimatske akcije i okoliš izradio je akcijski plan za kružno gospodarstvo, Akcijski plan za otpad za kružno gospodarstvo, Irsku nacionalnu politiku otpada 2020. – 2025., koji ističe mogućnosti i primjenu praksi kružnog gospodarstva u više područja. Uzimanjem ovih koraka u obzir pri planiranju Zero waste tržnice, vjerojatnost smanjenja otpada može biti veća.
<b>Ekonomska</b>	Ako se kružno gospodarstvo implementira kroz kreativna poduzeća i više ljudi bude uključeno u zero waste, to može dovesti do više radnih mjesta što dugoročno može pomoći u donošenju više novca u lokalno gospodarstvo.
<b>Društvena</b>	Implementacija Zero waste tržnice može naučiti ljude više o prednostima Zero Wastea i o tome kako kružno gospodarstvo može smanjiti emisije ugljika i količinu otpada koji odlazi na odlagališta. Ako čak i jedna osoba prihvati ponašanje bez otpada, to bi dugoročno moglo imati velike koristi.
<b>Tehnološka</b>	Kakav je potencijal za korištenje najnovije održive tehnologije za upravljanje otpadom, poput aplikacija za dijeljenje ostataka materijala među kreativnim tvrtkama.
<b>Pravna</b>	Pobrinite se da tržište poštuje sve propise koji se odnose na odlaganje otpada, mandate za recikliranje i sve zakone o odgovornosti proizvođača.
<b>Ekološka</b>	Naglasite korištenje obnovljivih izvora i materijala koji imaju minimalan utjecaj na okoliš, jačajući predanost tržišta brizi za okoliš.





S obzirom na to da tržište ima snažan fokus na događaje, dobar tim jedna je od najvažnijih stvari potrebnih za uspješno vođenje tržišta. Trebat će vam raznolik skup vještina, iskustava i stručnosti kako biste pokrili sve aspekte vašeg događaja. U idealnom slučaju želite posvećenu i strastvenu grupu koja je uključena u filozofiju nultog otpada, jer na taj način možete jamčiti da će dati sve od sebe kako bi krenuli prema vašoj misiji.

Jedan od najboljih načina da izgradite svoj tim je korištenje lokalne zajednice. Velike su šanse da ćete pronaći pojedince koji su željni i voljni volontirati i pomoći u organizaciji događaja. Volonteri mogu biti od ključne važnosti za uspješan događaj, oni nude puno u smislu stručnosti, pomoći sudionicima, podizanja svijesti i općenito imaju više ruku kako bi događaj bio uspješan.

Angažiranje volontera također služi kao izvrsna prilika za uključivanje zajednice i podršku lokalnim grupama, jer možete dobiti volontere iz lokalnih studentskih grupa ili sportskih timova, lokalnih tvrtki i organizacija istomišljenika. Sve su to sjajni načini za pronalaženje lokalnih ljudi koji imaju slične interese i žele pomoći.

Da biste odredili broj volontera, morate pogledati svoje mjesto i svoje ambicije za svoj događaj te uzeti u obzir lokacije i vremenske okvire. Ako vaš događaj traje nekoliko sati, razmislite o raspoređivanju smjena volontera jer bi vama i njima bilo korisnije da se kreću po događaju i da ne

budu predugo zaglavljani na jednom mjestu. Unaprijed dodijelite volonterima uloge i termine. Neki mogu pomoći pri postavljanju, dok drugi mogu pomoći tijekom događaja. Imajte na umu da članovi vašeg tima budu smješteni na potencijalnim točkama pritiska vašeg događaja, to bi moglo biti na raskrižju koje daje smjernice, na nekim štandovima/radionicama za upravljanje brojevima, uglavnom tamo gdje se okupljaju ljudi i želite člana tima tamo da pomogne u svakom slučaju.

Uz vaš tim volontera, dobra je ideja imati koordinatora volontera, nekoga tko ima nešto više stručnosti, tko vam može pomoći u postavljanju, upravljanju volonterima i općenito biti vaš zamjenik. Ta je osoba obično dio vašeg tima za događaje, a ne volonter i općenito bi imala sve informacije o vašem događaju pri ruci, spremne da ih može prenijeti drugom članu tima ili pomoći članu javnosti kada je to potrebno. Ovaj skup informacija trebao bi uključivati kartu događaja, pregled svih izložbi ili radionica ili štandova na događaju, popis volontera, sve informacije o WIFI-u ako je potrebno i neke teme za razgovor bez otpada.

Izgradnja tima za Zero-Waste Marketplace zahtijeva predanost održivosti i obrazovanju te sposobnost zajedničkog rada prema zajedničkom cilju. Uz pravi tim na mjestu, možete stvoriti nezaboravan i dojmljiv događaj koji koristi obiteljima, zajednicama i okolišu.



### Izvršni sažetak

Navedite sažeti pregled svog modela tržišta nulte stope otpada, uključujući njegovu svrhu, datum, lokaciju i očekivane rezultate.

### Poslovni model tržišta

- **Koncept:** Objasnite prirodu svoje tržišta bez otpada – fizička, online itd.
- **Ciljevi:** Objasnite što namjeravate postići ovom tržištem.
- **Mjesto:** Navedite lokaciju i mjesto događaja (fizički ili online)
- **Vlasništvo i osnivači:** Navedite podatke o osnivačima.
- **Detaljno opišite pravnu strukturu događaja i registraciju.**
- **Kako se ostvaruje prihod i kako se može ostvariti profit**

### Istraživanje tržišta

#### Analiza industrije

Kružna ekonomija i industrija održivog tržišta predstavljaju promjenu paradigme u načinu na koji proizvodimo, trošimo i upravljamo resursima, s primarnim fokusom na održivost okoliša i dugoročnu održivost. Ovu industriju karakteriziraju prakse i načela kojima je cilj minimizirati otpad, smanjiti utjecaj na okoliš i stvoriti regenerativni i zatvoreni gospodarski sustav.

Kružno gospodarstvo i industrija održivog tržišta odgovor su na izazove prekomjerne potrošnje, iscrpljivanja resursa i degradacije okoliša. Cilj mu je pružiti održivu, regenerativnu i etičku alternativu koja koristi i okolišu i društvu dok istodobno potiče gospodarski rast i inovacije. Očekuje se da će ova industrija nastaviti rasti i igrati značajnu ulogu u oblikovanju budućnosti trgovine i upravljanja resursima. Možete dalje razraditi i opisati kružno gospodarstvo i održivu tržišnu industriju u vašem specifičnom kontekstu.

#### Natjecateljski krajolik

Opišite tržište i ciljanu publiku za svoje tržište. Identificirajte slična tržišta (ako postoje) i njihove snage/slabosti. Ovdje je fokus identificirati ponudu vrijednosti koja nedostaje sa stajališta kružne ekonomije. U mnogim slučajevima takva tržišta nisu po svojoj prirodi konkurentna. Naš fokus je samo popuniti prazninu vrijednosti koja možda nedostaje iz perspektive održivosti.

#### Segmentacija kupaca

Opišite tržište i ciljanu publiku za svoje tržište. Poznavanje ciljane publike ključno je za vašu ekološki osviještenu marketinšku, promotivnu i komunikacijsku strategiju.

#### Analiza tržišnih trendova i prilika.

Analiziranje trendova za tržište ključno je za razumijevanje tržišne dinamike, preferencija potrošača i konkurentskog okruženja. Pomaže vam u donošenju informiranih odluka, prilagođavanju promjenjivim uvjetima i stvaranju uspješnog događaja. Trendovi se mogu brzo mijenjati, stoga su kontinuirano praćenje i prilagodljivost ključni da ostanete relevantni i konkurentni.



## Poslovni model

### Model prihoda: Objasnite kako planirate ostvariti prihod.

Model prihoda je strateški okvir koji ocrtava kako tvrtka bilo koje vrste stvara prihod ili dohodak od svojih proizvoda, usluga ili operacija. Definira način na koji projekt unovčava svoje ponude i može uvelike varirati ovisno o industriji, poslovnom modelu i specifičnim strategijama. Modeli prihoda temeljni su aspekt poslovnog plana i ključni su za održavanje i rast projekta.

### Strategija određivanja cijena: Detaljno odredite strukturu određivanja cijena.

Strategija određivanja cijena je dobro definiran plan ili pristup koji tržište ili kreativna tvrtka koja sudjeluje koristi za određivanje cijene koju će naplaćivati za svoje proizvode ili usluge. Strategije određivanja cijena presudne su za postizanje ravnoteže između profitabilnosti, konkurentnosti i ispunjavanja očekivanja kupaca. One igraju temeljnu ulogu u cjelokupnoj marketinškoj i poslovnoj strategiji projekta. Mogu se koristiti različite strategije određivanja cijena ovisno o specifičnim ciljevima poslovanja. Odabir strategije cijena ovisi o različitim čimbenicima, uključujući prirodu proizvoda ili usluge, ciljno tržište, konkurenciju i sveukupne ciljeve projekta. Vaše tržište mora biti održivo ili neće preživjeti.

### Lanac opskrbe: Opišite kako će se proizvodi ili usluge nabaviti i distribuirati.

Lanac opskrbe za model tržišta bez otpada je složena mreža aktivnosti i procesa koja osigurava nesmetan tijek dobara bez otpada, usluge i resurse potrebne za planiranje, organiziranje i izvođenje događaja. Obuhvaća različite faze, dionike i logistiku, a sve je usmjereno na postizanje uspješno prijedloga bez otpada.

### Ključna partnerstva: Identificirajte potencijalna partnerstva.

## Marketing i promocija

- Napravite marketinški plan koji uključuje ekološki osviještene strategije promocije na mreži i izvan nje bez otpada.
- Nacrtajte proračun za marketing i promociju.
- Definirajte svoju ciljanu publiku i kako ćete do nje doći.
- Možete dalje razraditi ono što je identificirano u odjeljku 3.3.
- Objasnite kako ćete izgraditi svijest i uzbuđenje za tržište.

## Održivost i pristup kružnog gospodarstva

Fokus ovog odjeljka ne bi trebao biti samo na tome kako vaša određena tržišta uključuje pristupe kružnog gospodarstva

- **Misija i vrijednosti:** Izrazite svoju predanost održivosti i kružnom gospodarstvu
- **Kružne prakse:** Opišite kako vaša tržišta promiče smanjenje otpada, recikliranje i ponovnu upotrebu.
- **Utjecaj na okoliš:** Procijenite potencijalne prednosti vašeg poslovanja za okoliš.
- **Certifikati:** Navedite sve relevantne certifikate

## Operativni plan (operacije i logistika)

- Detaljno opišite logističke aspekte tržišta, uključujući postavljanje, izgled i dizajn.
- Razgovarajte o dozvolama, licencama, osiguranju i usklađenosti s propisima.
- Obratite pažnju na odabir kreativnih operatera, ugovore i upravljanje.
- Objasnite kako ćete upravljati proizvodnjom, rasporedom i koordinacijom.



### Tim i upravljanje

- **Ključni članovi tima:** Navedite članove svog tima uključujući volontere, njihove uloge i njihovu stručnost
- **Savjetodavni odbor:** Ako je primjenjivo, navedite savjetnike i njihove uloge
- **Vještine i stručnost:** Objasnite zašto je vaš tim dobro opremljen.

### Proračun i financijske projekcije

- Razvijte sveobuhvatan proračun koji uključuje sve projekcije troškova i prihoda.
- Identificirajte potencijalne izvore financiranja ili prihoda, kao što su naknade za sudjelovanje, sponzorstva i partnerstva.
- Napravite financijski plan.

### Analiza rizika

- **Tržišni rizici:** Identificirajte potencijalne tržišne rizike
- **Operativni rizici:** Identificirajte potencijalne prepreke u poslovnim operacijama povezanim s događajem, poput vremena, sigurnosti ili otkazivanja.
- **Regulatorni rizici:** Problemi usklađenosti i pravni izazovi.
- **Financijski rizici:** Ekonomski čimbenici koji utječu na tržište. Pružite informacije o osiguranju.
- **Planovi za smanjenje rizika:** Navedite strategije za smanjenje rizika i planove za nepredviđene situacije. Razgovarajte o planovima za hitne slučajeve.

### Prilozi

Uključite sve dodatne dokumente ili informacije.

### Reference

Uključite reference na izvore ili istraživanje korišteno u analizi tržišta i strategijama održivosti.





Koncept kružne tržnice bez otpada ambiciozan je pothvat koji nastoji transformirati tradicionalne linearne ekonomske modele u kružne, održive sustave. Takve tržnice imaju za cilj eliminirati otpad promičući prenamjenu, ponovnu upotrebu i recikliranje proizvoda i materijala. Međutim, postizanje ovog cilja nije samo stvar inovativnosti i odlučnosti; moglo bi uključivati snalaženje u složenom pejzažu regulatornih zahtjeva i usklađenosti. U ovom odjeljku istražujemo regulatorni okvir neophodan za uspostavu uspješne kružne tržnice bez otpada.

### 1. Razumijevanje zakona i propisa o zaštiti okoliša:

Jedan od temeljnih stupova kružne tržnice bez otpada je održivost okoliša. Kako bi stvorili takvu tržnicu, organizatori i kreativni poduzetnici koji sudjeluju moraju temeljito razumjeti zakone i propise o zaštiti okoliša koji reguliraju njihovu regiju. Ovi propisi mogu obuhvatiti širok spektar tema, od upravljanja otpadom i mandata za recikliranje do standarda emisija i izvješćivanja o održivosti. Pridržavanje ovih propisa nije samo pravni zahtjev, već i moralni imperativ zaštite planeta.

### 2. Zakoni o gospodarenju otpadom i recikliranju:

Zakoni o gospodarenju otpadom i recikliranju srž su svake inicijative za nulti otpad. Ovisno o jurisdikciji, mogu postojati posebni propisi koji se odnose na prikupljanje, sortiranje, odlaganje i recikliranje različitih vrsta otpada. Poduzeća koja posluju unutar kružne tržnice moraju se pridržavati ovih zakona i uključiti se u prakse odgovornog gospodarenja otpadom, što može uključivati uspostavljanje učinkovitih procesa recikliranja i suradnju s postrojenjima za gospodarenje otpadom.

### 3. Propisi o dizajnu i pakiranju proizvoda:

Kružne tržnice često zahtijevaju preispitivanje dizajna proizvoda i pakiranja. To uključuje razmatranje cijelog životnog ciklusa proizvoda, od njegovog stvaranja do konačnog odlaganja ili recikliranja. Propisi o eko-dizajnu i održivom pakiranju mogu utjecati na odluke koje tvrtke donose pri dizajniranju svojih proizvoda. Ovi propisi imaju za cilj minimizirati utjecaj proizvoda na okoliš, smanjiti potrošnju resursa i promovirati materijale koje je lakše reciklirati ili prenamijeniti.

### 4. Izvješćivanje o održivosti i transparentnost:

Neke jurisdikcije zahtijevaju od poduzeća da izvješćuju o svojim naporima u pogledu održivosti i utjecaju na okoliš. Kružne tržnice koje daju prioritet održivosti moraju biti spremne za praćenje i izvješćivanje o relevantnim mjernim podacima. Transparentnost je ključna za izgradnju povjerenja među potrošačima i dionicima. Ova razmjena informacija može obuhvatiti čimbenike poput smanjenja otpada, energetske učinkovitosti i upotrebe recikliranih materijala.

**KORAK  
06**

## Regulatorni zahtjevi



### 6. Suradnja s regulatornim tijelima:

Uspostava otvorenog i suradničkog odnosa s regulatornim tijelima ključna je za uspjeh kružne tržnice bez otpada. Poduzetnici i organizacije trebaju aktivno surađivati s tim tijelima, tražiti smjernice i osigurati poštivanje propisa koji se razvijaju. Zajednički naponi mogu dovesti do razvoja inovativnih rješenja i usklađivanja regulatornih okvira s ciljevima kružnog gospodarstva.

### 7. Poticanje regulatornih inovacija:

Kružne tržnice bi trebale zagovarati regulatorne inovacije koje podržavaju njihove ciljeve održivosti. To bi moglo uključivati rad s kreatorima politika na razvoju novih zakona i poticaja koji potiču kružne prakse. Regulatorne inovacije mogu uključivati porezne olakšice za tvrtke koje usvajaju kružne modele, subvencije za održive tehnologije i uspostavljanje politika zelene nabave od strane vladinih agencija. Uspostava kružne tržnice bez otpada je pohvalna, ali složena. Usklađenost s propisima kritična je komponenta koja se ne može zanemariti. Poduzetnici i organizacije koje kreću na ovo putovanje trebaju temeljito razumjeti i pridržavati se relevantnih zakona i propisa o zaštiti okoliša. Čineći to, ne samo da mogu izbjeći pravne zamke, već i pridonijeti održivijoj i ekološki odgovornijoj budućnosti za sve nas.

**KORAK  
07**

## Financije



Pomak kružnog gospodarstva prema održivosti predstavlja golem krajolik mogućnosti za kreativni sektor. Odgovornost povećanja kružnog gospodarstva višestruk je napor koji zahtijeva aktivno sudjelovanje različitih dionika. Osim društvenih i ekoloških koristi, kružno gospodarstvo nudi različite ekonomske prednosti tvrtkama. Ove prednosti obuhvaćaju poboljšanu profitabilnost, povećanu tržišnu vrijednost, smanjene kapitalne troškove, povećani povrat ulaganja i niže troškove proizvodnje. Primjetno je da je financijski aspekt kružnog gospodarstva dobio manje pažnje nego njegov ekološki pandan. Ovaj jaz u znanju naglašava hitnost sveobuhvatnog istraživanja financijskih implikacija praksi kružnog gospodarstva, koje služe kao pokretačka snaga za njihovo usvajanje u poslovnoj sferi.

Potražite koje se mogućnosti financiranja odnose na vaše tržište u vašem području. Neke ideje: -

- **Državne potpore:** Potražite bespovratna sredstva lokalnih ili nacionalnih vlasti koja podupiru ekološke inicijative, posebno one koje promiču prakse kružnog gospodarstva.
- **Održivi investicijski fondovi:** Istražite postoje li fondovi za zelena ulaganja ili ulagači s društvenim utjecajem zainteresirani za podupiranje projekata koji pridonose održivosti.
- **Skupno financiranje:** Razmislite o pokretanju kampanje grupnog financiranja, ističući utjecaj tržišta na okoliš kako biste privukli podršku zajednice i financiranje.
- **Partnerstva:** Potražite partnerstvo s ekološkim organizacijama ili tvrtkama koje bi mogle biti zainteresirane za sufinanciranje ili sponzoriranje tržišta.
- **Programi financiranja EU:** Za projekte u Europi, pogledajte programe financiranja EU-a koji podržavaju kružno gospodarstvo.



Odabir idealne lokacije za tržnicu bez otpada podrazumijeva pažljivo razmatranje različitih čimbenika:

- **Pristupačnost:** Odaberite lokaciju koja je lako dostupna javnim prijevozom, vožnjom bicikla i hodanjem kako biste smanjili ugljični otisak povezan s putovanjem.
- **Vidljivost:** Vrlo vidljiva područja mogu povećati spontane posjete i svijest.
- **Angažman zajednice:** Lokacije s jakim osjećajem zajednice i interesom za održivost vjerojatnije će podržati tržište bez otpada.
- **Propisi i zoniranje:** Osigurajte da je područje zonirano za komercijalnu upotrebu i da ne postoje restriktivni podzakonski akti koji bi mogli utjecati na rad tržnice.
- **Blizina dobavljača:** Blizina dobavljačima može smanjiti troškove prijevoza i emisije.
- **Tržišna potražnja:** Istražite lokalnu potražnju za robom bez otpada kako biste osigurali da postoji baza kupaca.
- **Cijena:** Pristupačnost lokacije može biti odlučujući čimbenik, posebno za start-up inicijativu.

## Kako bismo bili sigurni da je mjesto prikladno, potrebno je uzeti u obzir mnogo čimbenika.

### Veličina mjesta/područja:

Veličina mjesta je važna jer mora biti dovoljno prostora za sve kreativne poslovne sudionike.

Također, prostor mora biti odgovarajuće veličine za broj gostiju koji će biti prisutni. Bit će važno znati koliko će ljudi prisustvovati događaju jer ako je mjesto premalo, moglo bi predstavljati opasnost za zdravlje i sigurnost ako mjesto postane prenatrpano. Međutim, ako je mjesto preveliko, to može biti gubitak novca jer se može koristiti samo mala količina prostora. Mjesto također mora biti prilagođeno osobama s invaliditetom (liftovi, ravan teren, kupaonice za osobe s invaliditetom).

### Ambijent mjesta:

Ambijent mjesta značajno doprinosi ukupnom doživljaju događaja, posebno na tržnici gdje atmosfera može utjecati na ponašanje i užitak potrošača.

Privlačan ambijent može potaknuti posjetitelje da ostanu dulje i dublje se uključe u ponudu, dok bi loše promišljeno okruženje moglo odvratiti potencijalne kupce. Ključno je stvoriti okruženje koje je u skladu s vrijednostima i estetikom tržišta bez otpada, često uključujući elemente poput prirodnog osvjetljenja, biljaka, prenamijenjenih materijala za uređenje i

laka navigacija koja olakšava interakciju i otkrivanje.

Atmosfera bi trebala odražavati predanost tržnice održivosti i zajednici, po mogućnosti sadržavajući obrazovne zaslone koji pojačavaju poruku o nultom otpadu.

### Infrastruktura:

Za tržnicu bez otpada ključna je infrastruktura. Mora podržati planirane aktivnosti, a istovremeno biti usklađen s ciljevima održivosti. Potreban je odgovarajući prostor kako bi trgovci mogli izložiti svoje proizvode i kako bi se kupci mogli udobno kretati. Infrastrukturna razmatranja uključuju:

- **Sustavi gospodarenja otpadom:** Postrojenja za recikliranje, kompostiranje i razvrstavanje otpada moraju biti integrirana.
- **Energetska učinkovitost:** Koristite obnovljive izvore energije i energetske učinkovite uređaje i rasvjetu.
- **Korištenje vode:** Uključite uređaje za uštedu vode i, ako je moguće, sustave za prikupljanje kišnice.
- **Održivi materijali:** Koristite reciklirane, obnovljene ili materijale iz održivih izvora za izgradnju i uređenje.

Prava infrastruktura omogućit će nesmetano poslovanje i pokazati predanost tržnice održivosti.

# Kreativni odabir trgovca & Upravljanje

KORAK  
09



Stvaranje kružne tržnice bez otpada inovativan je korak prema održivosti, s odabirom trgovca kao ključem uspjeha. Ovaj proces uključuje odabir kreativnih dobavljača koji se obvezuju na smanjenje otpada, učinkovitost resursa i podršku načelima kružnog gospodarstva. Učinkovito upravljanje trgovcima osigurava da se ovi dobavljači pridržavaju tržišnih standarda zaštite okoliša, održavaju kvalitetu i uključeni su u kontinuirano poboljšanje prema ciljevima održivosti. To je suradnja koja potiče zajedničku viziju budućnosti bez otpada.

## 1. Odabir trgovca kao strateška odluka:

Odabir najprikladnijih kreativnih trgovaca strateška je odluka koja može značajno utjecati na uspjeh kružne tržnice bez otpada. Trgovci su dobavljači, partneri i suradnici koji osiguravaju robu, usluge i materijale potrebne za rad tržišta. Odabir trgovaca koji se pridržavaju načela kružnog gospodarstva nije predmet pregovaranja.

## 2. Usklađivanje s načelima kružnog gospodarstva:

Jedan od primarnih kriterija za odabir trgovaca je njihova usklađenost s načelima kružnog gospodarstva. Trgovci bi trebali pokazati predanost održivosti, smanjenju otpada i odgovornom upravljanju resursima. Trebali bi biti spremni prihvatiti kružni dizajn, mogućnost recikliranja i materijale s produljenim životnim ciklusom. Ova su načela temeljna u postizanju ciljeva tržnice bez otpada.

## 3. Revizija i procjena trgovaca:

Prije uključivanja trgovaca potreban je rigorozan postupak revizije i procjene. To uključuje procjenu trgovčeve prakse zaštite okoliša, procesa upravljanja otpadom i životnog ciklusa proizvoda. Procjene bi trebale uzeti u obzir čimbenike kao što su strategije smanjenja otpada, napor za recikliranje, održivi izvori i dizajn proizvoda za dugovječnost. Temeljita procjena pomaže identificirati trgovce koji su istinski predani kružnom gospodarstvu.

## 4. Suradnja za inovacije:

Učinkovit odabir trgovca nadilazi usklađenost; uključuje suradnju za inovacije. Trgovce treba promatrati kao partnere u misiji tržišta za smanjenje otpada i promicanje kružnih praksi. Suradnja može dovesti do razvoja inovativnih rješenja, kao što su proizvodi s produljenim životnim ciklusom, materijali koji se lako recikliraju i strategije za smanjenje otpada.

## 5. Upravljanje trgovaca održivošću:

Nakon što su trgovci odabrani, učinkovito upravljanje je ključno kako bi se osiguralo daljnje pridržavanje načela kružnog gospodarstva. To uključuje postavljanje jasnih očekivanja održivosti, praćenje učinka trgovaca i pružanje povratnih informacija i smjernica kako bi se trgovcima pomoglo da poboljšaju svoje napore u pogledu održivosti.

## 6. Sukladnost s kružnim dizajnom:

Trgovci se moraju pridržavati načela kružnog dizajna, što podrazumijeva dizajniranje proizvoda i materijala koji se mogu prenamijeniti, ponovno upotrijebiti ili reciklirati. Tržište bi trebalo uspostaviti smjernice za dizajn i standarde koji se od trgovaca očekuju da slijede. To ne samo da smanjuje otpad, već također osigurava da su proizvodi na tržištu u skladu s ciljevima kružnog gospodarstva.

# Odabir trgovca & Upravljanje

KORAK  
09



## 7. Transparentnost lanca opskrbe:

Rukovodstvo trgovaca također bi trebalo dati prioritet transparentnosti opskrbnog lanca. Trgovci bi trebali pružiti informacije o podrijetlu materijala, praksama nabave i utjecaju lanca opskrbe na okoliš. Transparentnost je ključna za provjeru održivosti proizvoda i osigurava da trgovci ne sudjeluju u praksama koje su u suprotnosti s ciljevima kružnog gospodarstva.

## 8. Kontinuirano poboljšanje:

Rukovodstvo trgovaca trebao bi promovirati kulturu stalnog poboljšanja. Trgovce treba poticati da redovito procjenjuju i poboljšavaju svoje prakse održivosti. To može uključivati usvajanje novih tehnologija, materijala ili strategija za smanjenje otpada kako se kružno gospodarstvo razvija.

## 9. Fleksibilnost i prilagodba:

Kružna tržišta bez otpada trebala bi biti fleksibilna i prilagodljiva u pristupu upravljanja trgovcima. Kako se pojavljuju nove inovacije i tehnologije, tržišta bi trebala biti otvorena za prilagodbu svojih strategija odabira trgovaca i upravljanja kako bi prihvatila ta poboljšanja.

## 10. Prepoznavanje trgovaca i poticaji:

Odavanje priznanja i nagrađivanje trgovaca za njihovu predanost kružnom gospodarstvu može biti snažan poticaj za trajnu usklađenost. Prepoznavanje i objavljivanje napora trgovaca u održivosti i smanjenju otpada ne samo da motivira postojeće trgovce, već i privlači nove koji dijele viziju tržišta. Odabir trgovca i upravljanje vitalne su komponente u stvaranju kružnog tržišta bez otpada. Pažljivim odabirom trgovaca koji se pridržavaju načela kružnog gospodarstva, revizijom i procjenom njihovih praksi održivosti te poticanjem suradnje za inovacije, tržišta može osigurati da se njegovi proizvodi i materijali pridržavaju načela smanjenja otpada i odgovornog upravljanja resursima. Učinkovito upravljanje trgovcima, koje karakteriziraju transparentnost opskrbnog lanca, kontinuirano poboljšanje, fleksibilnost i prepoznavanje trgovaca, ključno je za održavanje ciljeva održivosti kružnog tržišta.





Marketing igra važnu ulogu u promicanju pristupa kružnom gospodarstvu. Brendovi bi trebali promicati načela kružnog gospodarstva i njihov fokus trebao bi biti na demonstriranju dokaza življenja tih vrijednosti. Stoga marketing može pomoći u širenju prihvaćanja tržišta. Štoviše, marketing se može koristiti kao alat za istraživanje mogućnosti cirkularnosti među ciljanom publikom i za razumijevanje koje cirkularne prilike postoje i otkrivanje tih prilika.

Važno je uzeti u obzir i kupce. Globalno, 45% potrošača traži robne marke posvećene kružnoj održivosti, ali izgradnja povjerenja je izazovna usred optužbi za zelenaštvo. Marketinški stručnjaci moraju koristiti uvjerljivo i kreativno pripovijedanje robne marke. Prelazak s konzumerizma na održiv život uključuje:

- Razvijanje ekološki prihvatljivih proizvoda i usluga koje su dostupne i pristupačne.
- Stvaranje jedinstvenih korisničkih iskustava tijekom životnog ciklusa proizvoda, razlikujući se od standardiziranih ponuda.

Ovaj pristup rješava brige potrošača o praktičnosti i usklađuje se s njihovim interesom za recikliranje (64%), preprodaju rabljenih proizvoda (62%) i prenamjenu starih predmeta (54%).

Međutim, marketing u kružnom gospodarstvu više je od pukog promoviranja održivih proizvoda; to je holistički pristup koji obuhvaća održivost i društvenu odgovornost poduzeća. U digitalnom dobu, uvjerljiva strategija zelenog digitalnog marketinga igra ključnu ulogu u prenošenju vrijednosti održivih ponuda. Ovaj pristup informira, nadahnjuje, integrira, gradi svijest o marki, poboljšava reputaciju marke i stvara ekonomsku vrijednost.

**Da biste krenuli na održivo digitalno marketinško putovanje, potrebno je uzeti u obzir nekoliko bitnih čimbenika:**

- **Identificiranje ciljne publike:** Presudno je razumijevanje publike zainteresirane za održive proizvode i usluge. To uključuje provođenje istraživanja tržišta kako bi se odredili potencijalni kupci.
- **Stvaranje persona kupaca:** Razvijte detaljne persone kupaca kako biste marketinške napore i sadržaj prilagodili specifičnim potrebama i preferencijama vaše ciljne publike.
- **Definiranje sadržaja i komunikacijskih kanala:** Odredite najučinkovitije kanale za doseganje svoje publike. To može uključivati SEO za vidljivost u tražilicama, plaćeno oglašavanje, društvene medije i još mnogo toga.
- **Korištenje društvenih medija:** Platforme društvenih medija nezamjenjive su za održivi marketing. Prilagodite svoj pristup svakoj platformi; Instagram za vizualni sadržaj, Facebook za izgradnju zajednica, LinkedIn i Twitter za profesionalni angažman i YouTube za video zapise.

Uspješna marketinška strategija kružnog gospodarstva informira potrošače o održivosti, potiče odgovornu potrošnju, integrira održive proizvode u svakodnevni život, gradi svijest o robnoj marki, unapređuje reputaciju marke i u konačnici stvara ekonomsku vrijednost. Prihvaćanjem ovih načela i učinkovitim upotrebom digitalnih marketinških alata, tvrtke mogu doprinijeti održivijoj budućnosti dok istovremeno zadovoljavaju potražnju potrošača za etičkim i ekološki prihvatljivim proizvodima i uslugama.

**Izvor:**

<https://www.fastcompany.com/90914456/the-circular-economy-how-marketing-teams-can-help-broaden-its-adoption>  
<https://intheloopgame.com/transcript/what-is-the-role-of-marketing-in-a-circular-economy-with-alena-kuzniatsova-2/>  
<https://www.lesrencontreseconomiques.fr/en/debats-idees/marketing-as-the-catalyst-of-the-circular-economy-transition/>  
<https://www.xplore.marketing/post/digitalni-marketing-in-the-circular-economy>

# Operacije & Upravljanje otpadom

KORAK  
11



U središtu kružne tržnice bez otpada nalazi se predanost održivom poslovanju i oporavku resursa. To uključuje postupke osmišljene za učinkovito upravljanje resursima, prenamjenu otpada kao vrijednog inputa i konačno smanjenje utjecaja otpada na okoliš.

Obnova resursa nadilazi tradicionalno gospodarenje otpadom naglašavajući ponovnu upotrebu, obnovu i recikliranje materijala. Ključno je za zdravlje našeg planeta i za kretanje prema kružnom gospodarstvu gdje otpad nije krajnja točka, već novi početak.

Ponovno zamišljajući otpad kao resurs, tržište ne samo da podupire održivu budućnost, već se usklađuje i sa suvremenim politikama zaštite okoliša i očekivanjima potrošača za odgovornu

potrošnju.

## Što je gospodarenje otpadom i zašto je važno?

Cilj gospodarenja otpadom je produljenje životnog ciklusa proizvoda te ponovna uporaba i obnova materijala gdje je to moguće, kako bi se smanjila ukupna količina otpada koji odlazi na odlagališta i minimiziralo opterećenje okoliša. Konačni cilj kojem se teži ovom praksom stoga je odgovornim zbrinjavanjem smeća ponovno stvoriti vrijedan resurs, zbog čega gospodarenje otpadom ima ključnu ulogu u podršci održivom razvoju i prijelazu na kružno gospodarstvo.

## Zaštita okoliša i smanjenje onečišćenja

Jedna od primarnih prednosti gospodarenja otpadom leži u njegovoj sposobnosti da minimalizira utjecaj ljudskih aktivnosti na okoliš. Pravilnim zbrinjavanjem i recikliranjem otpada smanjuje se količina otpada koji završava na odlagalištima ili u spalionicama, čime se smanjuju emisije stakleničkih plinova i onečišćenje zraka. Preusmjeravanjem otpada s odlagališta čuvamo vrijedan prostor i smanjujemo rizik od istjecanja štetnih tvari u tlo i onečišćenja izvora vode, čime štitimo zdravlje ljudi i ekosustave.

## Očuvanje resursa

Gospodarenje otpadom potiče očuvanje resursa kroz recikliranje i ponovnu upotrebu materijala, smanjujući ukupnu količinu materijala koji dolazi do konačnog odlaganja. Recikliranje nam omogućuje povrat vrijednih resursa iz odbačenih predmeta i na taj način minimiziramo potrebu za vađenjem sirovina, čime čuvamo prirodne resurse i ublažavamo utjecaje na okoliš povezane s vađenjem i preradom sirovina.

## Ekonomске koristi

Mnogo je ekonomskih koristi koje proizlaze iz gospodarenja otpadom: ne samo da se ovom praksom smanjuju ukupni troškovi zbrinjavanja otpada, već se potiče i otvaranje radnih mjesta. Konačno, ulaganje u procese gospodarenja otpadom podiže ugled tvrtki, privlači kupce i investitore.

## Omogućavanje kružnog gospodarstva

Gospodarenje otpadom ključni je pokretač kružnog gospodarstva, modela usmjerenog na smanjenje otpada i optimizaciju korištenja resursa. U kružnom gospodarstvu proizvodi i materijali dizajnirani su za dugovječnost, ponovnu upotrebu i mogućnost recikliranja. Ovaj prijelaz s linearnog modela "uzmi-napravi-odloži" na kružni je temeljan u postizanju održive i zelenije budućnosti, a evidentno je kako gospodarenje otpadom igra veliku ulogu u tome.

# Najbolji primjeri iz prakse za kružno gospodarstvo i događaje bez otpada

# 06

## Upravljanje otpadom

Cirkularna ekonomija i događaji bez otpada postaju sve popularniji jer organizacije i pojedinci nastoje smanjiti svoj utjecaj na okoliš. Gospodarenje otpadom igra ključnu ulogu u postizanju ovih ciljeva. Evo pregleda najboljih praksi za kružno gospodarstvo i događaje bez otpada s naglaskom na gospodarenje otpadom:

### 1. Planiranje i dizajn događaja:

**Postavite jasne ciljeve:** Definirajte specifične ciljeve smanjenja otpada i preusmjeravanja za svoj događaj. Pobrinite se da svi dionici budu svjesni i predani tim ciljevima.

**Odaberite održive materijale:** Izaberite materijale koji se mogu ponovno koristiti, reciklirati ili kompostirati za natpise događaja, bannere i promotivne materijale. Izbjegavajte plastiku za jednokratnu upotrebu i predmete koji se ne mogu reciklirati.

**Revizija otpada:** Provedite reviziju otpada iz prethodnih događaja kako biste razumjeli vrste i količine proizvedenog otpada. Upotrijebite ove podatke za svoju strategiju gospodarenja otpadom.

### 2. Smanjenje otpada:

**Smanjenje izvora:** Potaknite izlagače i trgovce da pakiranje svedu na minimum i koriste spremnike za rasuti teret kada je to moguće. Provedite politiku koja obeshrabruje distribuciju besplatnih promotivnih artikala koji često završe kao otpad.

**Digitalni izvori:** Osigurajte materijale događaja digitalno, kao što su rasporedi, karte i vodiči, kako biste smanjili potrebu za tiskanim materijalima.

**Stanice za vodu:** Instalirajte stanice za punjenje vode kako biste smanjili upotrebu plastičnih boca za jednokratnu upotrebu.

### 3. Skupljanje i razvrstavanje otpada:

**Ispravne kante i oznake:** Postavite jasno označene kante za recikliranje, kompost i odlagalište otpada u cijelom području događanja. Osigurajte da sudionici mogu lako prepoznati i koristiti ispravne kante.

**Edukativne kampanje:** Provedite kampanje podizanja svijesti prije i tijekom događaja kako biste educirali posjetitelje, izlagače i trgovce o procesu razvrstavanja otpada.

**Volonterska podrška:** Angažirajte i obučite volontere koji će pomagati polaznicima pri razvrstavanju otpada i odgovarati na pitanja o procesu gospodarenja otpadom.

### 4. Preusmjeravanje otpada:

**Kompostiranje:** Provedite sustav kompostiranja za organski otpad, uključujući ostatke hrane i biorazgradive proizvode. Ako je potrebno, udružite se s lokalnim postrojenjima za kompostiranje.

**Recikliranje:** Radite s lokalnim reciklažnim središtima kako bi se osiguralo prikupljanje i pravilna obrada materijala koji se mogu reciklirati.

**Donacijski programi:** Potaknite izlagače i trgovce da doniraju neprodane artikle ili višak hrane lokalnim dobrotvornim društvima ili organizacijama.

### 5. Praćenje i evaluacija:

**Pratite napredak:** Kontinuirano pratite stope preusmjeravanja otpada i prikupljajte podatke o vrstama i količinama nastalog otpada. Koristite ove informacije kako biste prilagodili svoje strategije gospodarenja otpadom za buduće događaje.

**Petlje povratnih informacija:** Zatražite povratne informacije od sudionika, izlagača i trgovaca kako biste identificirali područja za poboljšanje i riješili sve izazove u procesu gospodarenja otpadom.

## 6. Izvještavanje nakon događaja:

**Transparentnost:** Podijelite rezultate svojih napora u gospodarenju otpadom, uključujući količinu otpada preusmjerenog s odlagališta i sve naučene lekcije, putem izvješća nakon događaja i komunikacijskih kanala.

Događaji na tržnici igraju ključnu ulogu u poticanju gospodarskog rasta, povezivanju poduzeća s potrošačima i stvaranju platforme za inovacije i poduzetništvo. Međutim, dok se svijet bori s ekološkim problemima i potrebom za održivošću, imperativ je da se događaji na tržnici prilagode i integriraju energetske učinkovite prakse u svoje poslovanje. Ovo izvješće istražuje najbolje prakse za organiziranje tržišnih događaja na energetske učinkovite načine, ističući strategije i primjere iz stvarnog života koji minimaliziraju utjecaj na okoliš uz maksimalnu učinkovitost.

## 7. Kontinuirano poboljšanje:

**Postavite ciljeve:** Uspostavite ciljeve smanjenja otpada i preusmjerenja za buduće događaje, s ciljem stalnog poboljšanja napora za održivost.

**Inovacija:** Ostanite u tijeku s novim tehnologijama za smanjenje otpada i održivim praksama koje možete uključiti u buduće događaje.

Organiziranje tržišnih događaja na energetske učinkovite načine ključno je za smanjenje utjecaja na okoliš, smanjenje troškova i poboljšanje iskustva sudionika. Primjenom najboljih praksi kao što su odabir održivih mjesta, korištenje energetske učinkovite rasvjete, promicanje održivog prijevoza, korištenje digitalnih rješenja i usvajanje održivih praksi, organizatori događaja mogu postaviti pozitivan primjer i doprinijeti održivijoj budućnosti. Primjeri iz stvarnog života s događaja u Njemačkoj i Irskoj pokazuju uspješnu implementaciju ovih praksi, pokazujući izvedivost i prednosti energetske učinkovitog planiranja događaja. Kako globalna svijest o problemima zaštite okoliša raste, sve je važnije da događaji na tržištu daju prednost energetske učinkovitosti i održivosti.

## Važnost

## energetske učinkovitosti

Energetska učinkovitost kritična je komponenta održivog planiranja događaja. Ne samo da smanjuje utjecaj na okoliš, već nudi i ekonomske koristi. Organiziranje tržišnih događaja na energetske učinkovit način može dovesti do uštede troškova, poboljšanog ugleda i pozitivnog utjecaja na posjetitelje i sudionike

### Ključni razlozi za davanje prioriteta energetske učinkovitosti u događajima na tržnici uključuje:

- 1. Odgovornost prema okolišu:** Događaji mogu imati značajan ugljični otisak zbog potrošnje energije. Smanjenje tog utjecaja ključno je za ublažavanje klimatskih promjena i očuvanje prirodnih resursa.
- 2. Ušteda troškova:** Energetske učinkovite prakse mogu smanjiti račune za energiju, smanjujući ukupne troškove organizacije događaja.
- 3. Iskustvo polaznika:** Održivi događaji često privlače ekološki osviještene sudionike i stvaraju pozitivnu i odgovornu sliku javnosti.
- 4. Usklađenost s propisima:** Mnoge regije i općine imaju stroge ekološke propise. Energetske učinkovite prakse mogu pomoći u osiguravanju usklađenosti.

## 1. Odabir održivog mjesta

Odabir održivog mjesta prvi je korak prema energetske učinkovitom planiranju događaja. Ključna razmatranja za odabir mjesta uključuju:

- **Energetske učinkovita infrastruktura:** Odaberite prostore s energetske učinkovitim sustavima rasvjete, grijanja i hlađenja. Moderni sustavi klimatizacije, LED rasvjeta te sustavi grijanja i hlađenja s pametnim sensorima mogu značajno smanjiti potrošnju energije.
- **Nabava obnovljive energije:** Raspitajte se koristi li prostor obnovljive izvore energije ili postoji li mogućnost nabave zelene električne energije. Mnoga mjesta nude izbor izvora energije iz obnovljivih izvora.
- **Pristupačnost:** Odaberite mjesta koja su dobro povezana javnim prijevozom kako biste potaknuli sudionike da koriste ekološke mogućnosti prijevoza.

## 2. Energetske učinkovita rasvjeta

Učinkovita rasvjeta može znatno smanjiti potrošnju energije. Najbolje prakse za rasvjetu uključuju:

- **LED osvjetljenje:** Koristite energetske učinkovitu LED rasvjetu koja troši znatno manje električne energije i ima dulji životni vijek od klasične rasvjete.
- **Senzori pokreta:** Implementirajte senzore kretanja za kontrolu rasvjete u područjima s različitim popunjenošću, osiguravajući da su svjetla aktivna samo kada je to potrebno.
- **Iskorištenje dnevne svjetlosti:** Povećajte korištenje prirodnog dnevnog svjetla kako biste smanjili oslanjanje na umjetnu rasvjetu tijekom dnevnih događaja.

## 3. Održivi prijevoz

Promicanje održivih mogućnosti prijevoza za sudionike i posjetitelje bitan je element energetske učinkovitog planiranja događaja:

- **Javni prijevoz:** Potaknite sudionike da koriste javni prijevoz, kao što su autobusi, tramvaji i vlakovi, kako bi smanjili ugljični otisak putovanja.
- **Usluge zajedničkog prijevoza:** Omogućite opcije zajedničkog putovanja ili usluge prijevoza za posjetitelje događaja, smanjujući broj pojedinačnih vozila na cesti.
- **Punjenje električnih vozila:** Postavite stanice za punjenje električnih vozila za sudionike koji koriste električne automobile.



## 4. Digitalna rješenja

Smanjenje upotrebe papira putem digitalnih rješenja ne samo da štedi resurse, već i povećava dostupnost i praktičnost za posjetitelje događaja:

- **Mobilne aplikacije:** Razvijte mobilne aplikacije specifične za događaj koje uključuju rasporede, karte i informacije, smanjujući potrebu za papirnatim materijalima.
- **Elektronička komunikacija:** Koristite e-poštu i metode digitalne komunikacije za registracije, potvrde i širenje informacija.
- **Online ankete:** Prikupite povratne informacije i podatke putem online anketa umjesto papirnatih obrazaca.

### PRIMJER

*Festival Svetog Patrika u Dublinu naglašava korištenje digitalne i online komunikacije za smanjenje otpada od papira.*



## 5. Smanjenje otpada i održive prakse

Provedba smanjenja otpada i održivih praksi sastavni su dio energetski učinkovitog planiranja događaja:

- **Odvajanje i recikliranje otpada:** Omogućite jasno označene stanice za odvajanje i recikliranje otpada na događaju kako biste potaknuli sudionike da razvrstavaju svoj otpad u različite kategorije, kao što su papir, plastika i organski otpad.
- **Višekratno posuđe za posluživanje:** Koristite posuđe, pribor i čaše za višekratnu upotrebu umjesto plastike za jednokratnu upotrebu. Udružite se s trgovcima koji nude održivo pakiranje.
- **Izložbe kružnog gospodarstva:** Napravite izložbe i demonstracije koje ilustriraju načela kružnog gospodarstva, kao što su recikliranje i upcycling.
- **Kriteriji održivosti trgovca:** Uspostavite kriterije za odabir trgovaca koji daju prioritet održivim praksama.
- **Lokalna i sezonska hrana:** Surađujte s lokalnim, održivim trgovcima hranom koji nabavljaju lokalne sastojke i nude sezonske jelovnike.
- **Javni prijevoz i parkiralište za bicikle:** Potaknite sudionike da koriste javni prijevoz ili da se voze biciklima na događaj.
- **Zero-Waste radionice:** Organizirajte radionice koje educiraju polaznike o tome kako smanjiti otpad i usvojiti prakse kružnog gospodarstva u svakodnevnom životu.
- **Ekološki promotivni materijali:** Izradite promotivne materijale i natpise koristeći održive materijale i tinte.
- **Ekološki prijevoz:** Potaknite sudionike i trgovce na zajedničko korištenje ili korištenje električnih vozila.
- **Kružne modne revije:** Uključite modne revije koje prikazuju odjeću i dodatke izrađene od recikliranih materijala.
- **Kompostiranje i upravljanje organskim otpadom:** Provedite kompostiranje organskog otpada koji nastane tijekom događaja.
- **Revizija otpada nakon događaja:** Provedite temeljitu reviziju otpada nakon događaja kako biste procijenili stope preusmjerenja otpada i identificirali područja za poboljšanje.
- **Zero-Waste izazovi:** Organizirajte zero-waste izazove ili natjecanja kako biste uključili sudionike u napore za smanjenje otpada.
- **Suradnja s organizacijama za održivost:** Udružite se s lokalnim ekološkim organizacijama i organizacijama za održivost kako biste zajedno promovirali događaj i podijelili najbolje prakse.
- **Inicijative za kompenzaciju ugljika:** Izračunajte ugljični otisak događaja i uložite u programe kompenzacije ugljika za neutralizaciju emisija.

- ▶▶▶ Održiva nabava kamen je temeljac kružnog gospodarstva i događanja bez otpada. Uključuje donošenje informiranih izbora pri odabiru proizvoda i usluga kako bi se smanjio njihov utjecaj na okoliš i društvo tijekom njihova životnog ciklusa.

## Najbolji primjeri iz prakse: davanje prioriteta lokalnim i ekološki prihvatljivim dobavljačima

Jedna od najučinkovitijih praksi u održivoj nabavi za kružno gospodarstvo i događaje bez otpada je davanje prioriteta lokalnim i ekološki prihvatljivim dobavljačima. Ovaj pristup se vrti oko nabave robe i usluga od obližnjih tvrtki i onih koje podržavaju ekološki osviještene prakse. To se može postići na sljedeći način:

### 1. Procjena trgovca:

Započnite provođenjem temeljite procjene potencijalnih dobavljača. Ocijenite njihovu predanost održivosti, uključujući njihove strategije za smanjenje otpada, inicijative za recikliranje i poštivanje načela kružnog dizajna. Potražite dobavljače koji su usklađeni s konceptom kružnog gospodarstva i mogu pružiti proizvode ili usluge s produljenim životnim ciklusom.

### 2. Lokalni izvori:

Koristite lokalne dobavljače kad god je to moguće. Lokalni izvori ne samo da smanjuju ugljični otisak povezan s prijevozom, već također potiču razvoj zajednice. Potpora lokalnim poduzećima unapređuje regionalno gospodarstvo i pomaže u stvaranju mreže partnera istomišljenika posvećenih održivosti.

### 3. Ekološki prihvatljivi materijali:

Kada nabavljate materijale za događaje, dajte prednost onima koji su ekološki prihvatljivi i koji se mogu ponovno upotrijebiti ili reciklirati. Birajte proizvode izrađene od obnovljivih ili recikliranih izvora i izbjegavajte predmete za jednokratnu upotrebu ili one koji se ne mogu reciklirati. Na primjer, odlučite se za posuđe i ukrase za višekratnu upotrebu kako biste smanjili otpad.

### 4. Proizvodi kružnog dizajna:

Surađujte s dobavljačima koji nude proizvode dizajnirane imajući na umu kružna načela. To su predmeti namijenjeni dugotrajnoj uporabi, sa značajkama koje omogućuju popravak, obnovu ili recikliranje. Dajte prednost proizvodima koji se mogu prenamijeniti ili vratiti dobavljaču na obnovu.

### 5. Obveza smanjenja otpada:

Osigurajte da su dobavljači predani smanjenju otpada. Trebali bi imati uspostavljene sustave za smanjenje ambalažnog otpada i viška materijala. Surađujte s onima koji koriste ekološki prihvatljivu ambalažu i programe povrata za prikupljanje i recikliranje svojih proizvoda nakon upotrebe.

### 6. Zeleni certifikati:

Potražite dobavljače s priznatim zelenim certifikatima, kao što su ISO 14001 (upravljanje okolišem) ili certifikati Fair Trade. Ovi certifikati pokazuju predanost dobavljača ekološki odgovornim praksama i društvenoj održivosti.

### 7. Ugovorni sporazumi:

Uključite zahtjeve održivosti u ugovorne sporazume s dobavljačima. Jasno ocrtajte svoja očekivanja u pogledu smanjenja otpada, recikliranja i održivih praksi. Uspostavite ključne pokazatelje učinka (KPU) za mjerenje usklađenosti dobavljača s ovim zahtjevima.

### 8. Suradnja i povratne informacije:

Razvijte odnos suradnje s dobavljačima. Redovita komunikacija i mehanizmi povratnih informacija pomažu osigurati da obje strane ostanu usklađene s održivim ciljevima. Podijelite uvide i inovativne ideje za daljnje smanjenje otpada i promicanje kružnih praksi.

## Najbolji primjeri iz prakse: davanje prioriteta lokalnim i ekološki prihvatljivim dobavljačima

### ►►► Prednosti i rezultati:

Davanje prioriteta lokalnim i ekološki prihvatljivim dobavljačima u održivoj nabavi za kružno gospodarstvo i događaje bez otpada donosi brojne prednosti. Smanjuje utjecaj na okoliš, podržava lokalne tvrtke, potiče kružni dizajn i smanjuje otpad. Ova najbolja praksa ne samo da usklađuje događaje s načelima održivosti, već također postavlja pozitivan primjer za sudionike i dionike, nadahnjujući širu predanost kružnim inicijativama i inicijativama bez otpada.

### ►►► U zaključku:

Održiva nabava sastavni je dio organiziranja događanja kružnog gospodarstva nulte stope otpada. Odabirom lokalnih i ekološki prihvatljivih dobavljača i suradnjom s njima na smanjenju otpada i kružnom dizajnu, organizatori događanja mogu značajno pridonijeti uspjehu svojih događanja, a istovremeno ostaviti pozitivan utjecaj na okoliš i društvo.

## Prijevoz i putovanja

### ►►► Prilikom organiziranja prijevoza za velika događanja sljedeće stvari treba uzeti u obzir:

- Vrsta događaja
- Veličina događaja
- Učestalost događaja
- Trajanje događaja
- Vrijeme događaja
- Gdje se događaj održava

Kada se ti čimbenici uzmu u obzir, moramo razmišljati o učincima i prednostima prijevoza i putovanja na događaj. Moramo organizirati prijevoz na način koji smanjuje promet i gužve u već prometnim i izgrađenim područjima. Na primjer, ako se događaj održava u središtu grada, moramo se pobrinuti da svatko može prisustvovati događaju unutar vremenskog okvira bez kašnjenja. Također moramo uzeti u obzir pristupačnost. Osobe s invaliditetom možda će morati parkirati bliže događaju. Stoga bi trebala biti određena i rezervirana mjesta bliže ulazu događaja. Kako bi se smanjila gužva u gradu, moglo bi biti korisno imati nekoliko autobusa koji će pokupiti ljude u području izvan grada ili na mjestu gdje ima puno parkinga (npr. trgovački centar) i imati autobuse koji će dovoziti ljude na događaj kako bi se smanjio broj automobila koji putuju na događaj, pogotovo ako je parking u gradu oskudan.

Također će biti korisno imati jasno označene znakove koji govore putnicima gdje da parkiraju i koji ih obavještavaju da postoji prijevoz dostupan za događaj, tako da se smanjuje rizik od prometnih gužvi.

Također, bilo bi korisno reći lokalnim ljudima koji žive u gradu da pješake na događaj umjesto da idu prijevozom jer će to smanjiti količinu prometa u gradu. To bi zauzvrat moglo smanjiti ispuštanje stakleničkih plinova u atmosferu. Dobra organizacija i komunikacija od strane organizatora događaja i prijevoznih tvrtki može smanjiti prometne gužve te će omogućiti ljudima da uživaju u događaju bez stresa, znajući da je prijevoz dostupan.

*Robbins, D., Dickinson, J. i Calver, S., 2007. Planning transport for special events: A conceptual framework and future agenda for research. International Journal of Tourism Research, 9(5), str.303-314.*

Komunikacije i angažman ključni su u orkestraciji kružnog gospodarstva i događaja bez otpada. Ove najbolje prakse ne samo da šire temeljnu poruku, već također potiču interaktivnu platformu na kojoj dionici mogu surađivati, učiti i zagovarati održive prakse.

## Najbolji primjeri iz prakse za komunikaciju u događajima bez otpada

### ►►► Pričanje priče

Jedan od najmoćnijih alata u komunikaciji je pričanje priča. Narativ koji ilustrira putovanje proizvoda od stvaranja do ponovne upotrebe može očarati publiku i prenijeti poruku o izostanku otpada. Na primjer, Patagonijina kampanja "Worn Wear" učinkovito koristi pripovijedanje kako bi potaknula potrošače da kupuju rabljene stvari ili popravljaju svoju odjeću, odražavajući bit kružnog gospodarstva. Osmislite priču oko svog događaja koja prikazuje životni ciklus uključenih proizvoda i materijala.

**PRIMJER** Posjetite Patagonijin Worn Wear program da biste razumjeli njihov pristup pripovijedanju. <https://eu.patagonia.com/qb/en/wornwear/>

### ►►► Transparentnost

Transparentnost je vitalna. Stvara povjerenje i odgovornost. Događaj Zero Waste Scotland, na primjer, objavljuje detaljna izvješća o otpadu koji se stvara i izbjegava tijekom njihovih događaja. Ova razina transparentnosti educira i motivira sudionike da preuzmu vlasništvo nad svojim utjecajem na okoliš. Objavite izvješće nakon događaja s pojedinostima o naporima i rezultatima upravljanja otpadom.

**PRIMJER** Istražite Zero Waste Scotland Knowledge Hub za uvide u transparentnost na djelu. <https://www.zerowastescotland.org.uk/knowledge-hub>

### ►►► Vizualna komunikacija

Slika vrijedi tisuću riječi, posebno kada je u pitanju komuniciranje složenih koncepata poput kružnog gospodarstva. Infografike i vizualna pomagala mogu raščlaniti proces bez otpada na razumljive segmente. Zaklada Ellen MacArthur nudi mnoštvo izvora i vizualnih materijala koji učinkovito objašnjavaju koncepte kružnog gospodarstva. Upotrijebite infografiku i vizualne elemente za objašnjenje kružnih koncepata na vašem događaju.

**PRIMJER** Provjerite resurse Zaklade Ellen MacArthur za obrazovne vizualne materijale. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/resources/education-and-learning/teaching-resources/>

## Najbolji primjeri iz prakse za sudjelovanje u događajima bez otpada

### ►►► Interaktivne radionice

Angažman se povećava kada su sudionici aktivno uključeni. Radionice na kojima sudionici stječu praktično iskustvo, poput onih koje provodi The Restart Project, koji održava događaje na kojima ljudi uče popraviti svoju elektroniku, mogu biti posebno učinkovite. Organizirajte radionice na kojima sudionici mogu vježbati aktivnosti bez otpada.

**PRIMJER** Posjetite The Restart Project kako biste vidjeli model interaktivnog angažmana. <https://therestartproject.org/>

### ►►► Kampanje na društvenim mrežama

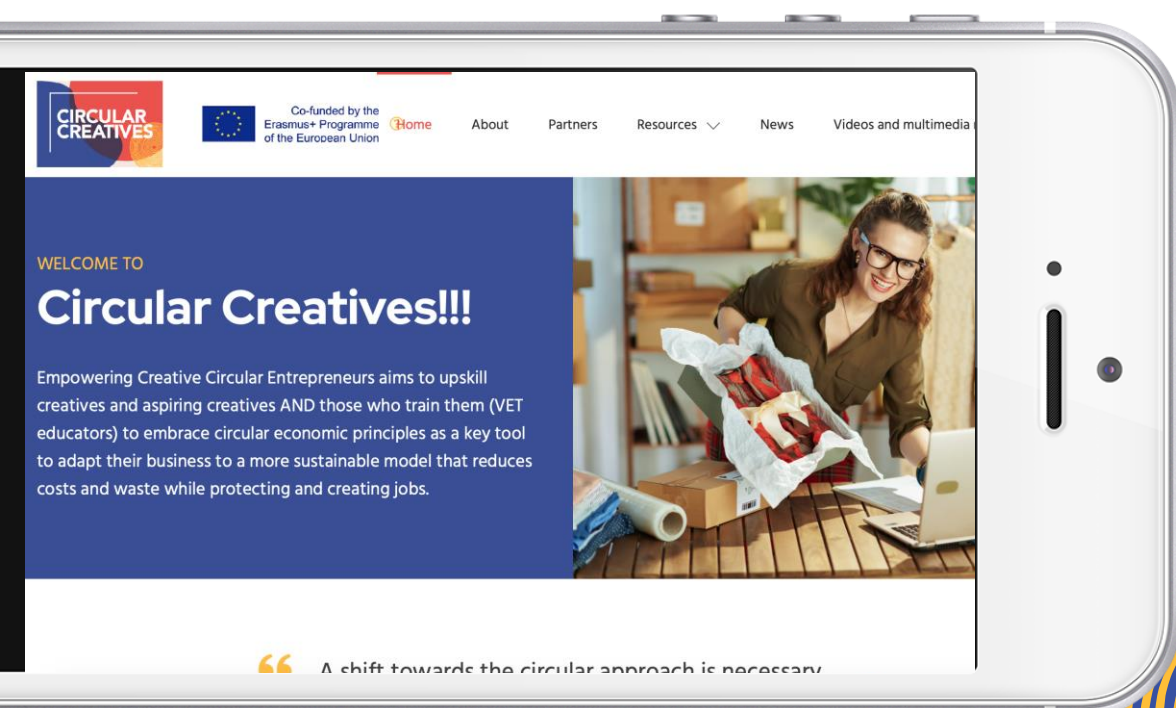
Iskorištavanje moći društvenih medija za angažiranje sudionika prije, tijekom i nakon događaja može povećati domet vaše poruke. Kampanja #ChooseToReuse Zero Waste Europe primjer je u kojem se sudionike potiče da dijele priče i savjete o smanjenju otpada u svakodnevnom životu. Napravite kampanju na društvenim mrežama kako biste potaknuli sudjelovanje i dijeljenje.

**PRIMJER** Pratite Zero Waste Europe kampanje za inspiraciju.

### ►►► Platforme za suradnju

Angažman nije samo emitiranje poruke, već i slušanje i suradnja. Platforme poput Slido mogu se koristiti tijekom događaja za poticanje interakcije u stvarnom vremenu i prikupljanje vrijednih povratnih informacija. Implementirajte alate za suradnju za prikupljanje povratnih informacija publike uživo tijekom događaja.

**PRIMJER** Primjer: Vidi kako Slido radi na uključivanju sudionika tijekom događaja.



Pratite naše putovanj

