

MAŁE PROJEKTY

ZAKRES TEMATYCZNY: Działania promocyjne nakierowane muszą być na kształtowanie świadomości i nawyków w zakresie ważności i celowości gospodarki odpadami, w szczególności dotyczące:

- ograniczenia ilości wytwarzanych odpadów,
- zwiększenia ilości odpadów poddawanych odzyskowi, w tym recyklingowi,
- zmniejszenia ilości odpadów kierowanych na składowiska.

Działania promocyjne realizowane będą np. poprzez festyny, pikniki ekologiczne, których tematem muszą być innowacyjne rozwiązania produktowe bądź technologiczne w zakresie gospodarki odpadami np. piknik ekologiczny dotyczący innowacyjnej technologii w zakresie biogazowni czy przetwarzania odpadów z tworzyw sztucznych.

W ramach tych działań promowane muszą być technologie wykazujące innowacyjność równocześnie w skali LGD i w skali województwa łódzkiego.

Przykładowo

Beneficjenci, będą musieli wykazać, że tematyka ich projektów, jest innowacją równocześnie w skali LGD i w skali województwa łódzkiego np. poprzez opinię o innowacyjności lub inny równorzędny dokument.

Działania promocyjne muszą być skierowane w szczególności do 3 grup docelowych:

- kobiet,
- osób poniżej 26. roku życia,
- osób powyżej 50-tego roku życia.

Celem ma być podnoszenie świadomości i poziomu wiedzy w zakresie właściwego gospodarowania odpadami oraz wykształcenie właściwych nawyków i zachowań, dotyczących:

- segregowanie odpadów w gospodarstwie domowym,
- wyodrębnianie rodzajów odpadów, które nie powinny trafić na składowisko (przeterminowane leki, sprzęt elektryczny i elektroniczny, inne odpady niebezpieczne),
- minimalizowanie odpadów poprzez wybieranie produktów w opakowaniach wielokrotnego użytku lub nadających się do recyklingu
- kompostowania odpadów organicznych przez mieszkańców posiadających do tego warunki.

Przedsięwzięcia mają uświadomić społeczności lokalnej wpływ indywidualnych, codziennych decyzji konsumenckich na stan środowiska naturalnego.

Każdy człowiek wie, że środowisko trzeba chronić, ale często nie jest świadomy, w jak ogromnym stopniu jego codzienne zachowanie i decyzje mają wpływ na stan środowiska. I odwrotnie, jak bardzo przyczynia się do zachowania dobrego stanu środowiska, świadomie

kupując produkty najmniej uciążliwe na etapie produkcji, użytkowania i utylizacji lub recyklingu.

Przedsięwzięcia mają pobudzać do osobistej odpowiedzialności zmniejszania wytwarzanych w domu i szkole odpadów, większej świadomości konsumenckiej.

Skierowanie działań promocyjnych do osób poniżej 26 r. ż ma ogromne znaczenie, gdyż dzieci i młodzież to grupa docelowa o największym potencjale w zakresie budowania nawyków ekologicznych i ekologicznego stylu życia.

Wybór kobiet jako grupy docelowej jest też w pełni uzasadniony. To kobiety mają ogromny wpływ na to co dzieje się z odpadami w gospodarstwach domowych. To one kształtują nawyki domowników. Dlatego skierowanie przedsięwzięć do nich jest uzasadnione.

Wybór osób powyższej 50 r. ż jako grupy docelowej jest uzasadniony, gdyż osoby te jako autorytety ze względu na wiek i pozycję kształtują nawyki w swoim środowisku.

Taki wybór grupy docelowej jest działaniem celowym, gdyż zmiany postaw i nawyków dotyczących gospodarki odpadami u tych osób da największy efekt ekologiczny.