



Sustainable Cycles (SCYCLE) Programme



BASEL CONVENTION



Последующее партнерство с рабочей группой ПАСЕ

Проект «Улучшение экологически безопасного обращения с компьютерным оборудованием и мобильными телефонами в Молдове и Беларуси»

Руководство по принципам организации кампаний по повышению осведомленности для мотивации общественности и других заинтересованных сторон к их участию в системах приема отработанного компьютерного оборудования, отработанных мобильных телефонов и другого отработанного электрического и электронного оборудования

Июнь 2023

Подготовлено Региональным центром Базельской конвенции в Словакии

Содержание

Содержание.....	2
1 Введение	4
2 Расширенная ответственность производителя – общие положения.....	5
3 Сбор, повышение осведомленности и информационные кампании	7
4 Галерея примеров успешных практик.....	11
4.1 Австрия.....	11
4.2 Беларусь.....	13
4.3 Чешская Республика.....	17
4.4 Европейский Союз.....	19
4.5 Дания, Швеция, Норвегия	20
4.6 Франция	21
4.7 Индия.....	23
4.8 Индонезия.....	25
4.9 Малайзия	27
4.10 Молдова.....	29
4.11 Португалия.....	35
4.12 Румыния	39
4.13 Словакия	40
4.14 Словения.....	45
4.15 Объединенные Арабские Эмираты	47
5 Заключение	48
6 Рекомендации по повышению осведомленности и образованию.....	49
Ссылки на использованные источники.....	51

Список сокращений

РЦБК	Региональный центр Базельской конвенции
ЭЭО	Электрическое и электронное оборудование
РОП	Расширенная ответственность производителя
ЭБУ	Экологически безопасное управление
ЕС	Европейский союз
ИОП	Индивидуальная ответственность производителя
НГО	Неправительственная организация
ООП	Организация ответственности производителя
ЮНИТАР	Учебный и научно-исследовательский институт ООН
ОЭЭО	Отходы электрического и электронного оборудования

1 Введение

Проект «Улучшение экологически безопасного обращения с компьютерным оборудованием и мобильными телефонами в Молдове и Беларуси» является одним из пилотных проектов программы «Последующее Партнерство в целях Партнерства по принятию мер в отношении компьютерного оборудования», созданного по решению Сторон на четырнадцатом совещании Конференция Сторон Базельской конвенции (Решение ВС-14/19).

Целью данного проекта является совершенствование экологически безопасного управления (ЭОР) вычислительного оборудования и мобильных телефонов в Молдове и Беларуси на основе принципов партнерства в рамках ПАСЕ.

Одной из целей проекта является поддержка реализации схемы расширенной ответственности производителя (РОП), которая должна способствовать достижению целей проекта и способствовать более эффективному управлению электроникой с истекшим сроком службы, в том числе путем тестирования и оценки управления отходами компьютерного оборудования в соответствии с принципами, изложенными в руководстве, разработанном ПАСЕ, а также путем улучшения сбора и переработки отходов компьютерного оборудования вместе с другими электронными отходами экологически безопасным способом. Другим аспектом является наращивание потенциала природоохранных и таможенных органов для обеспечения соблюдения и контроля ЭБУ электронными отходами и вычислительным оборудованием в обеих странах путем проведения тренингов по основам РОП, а также подготовки учебных материалов и обмена опытом и лучшими экологическими практиками реализации в других странах страны.

Проект состоит из двух компонентов и связанных с ними мероприятий:

Компонент 1 – Улучшение ЭБУ компьютерным оборудованием и ОЭЭО в Молдове и Беларуси путем обеспечения выполнения и контроля законодательства на основе руководящих документов БК

- 1.1 Оценка существующей нормативно-правовой базы, касающейся отходов компьютерного оборудования и электронных отходов, а также статуса ее реализации и обеспечения соблюдения государственными природоохранными органами: она рассмотрит разрешения, отчетность и оценку данных, постановку целей по сбору и переработке и текущую эффективность в достижении целей, контроль бизнеса (проведение аудитов); и таможенные данные об импорте/экспорте ОЭЭО, трансграничном перемещении. Оценка будет отражена в отчете, включая выводы и рекомендации.
- 1.2 Тестирование Руководства по шагам по созданию и внедрению экологически безопасного обращения с бывшим в употреблении и отработанным компьютерным оборудованием (в частности, 5 шагов к ЭБУ для правительств). Оценка результатов и итогов тестирования, анализ пробелов, определение рекомендаций для дальнейших действий.
- 1.3 Разработка и распространение практических учебных материалов и руководств для органов власти улучшают: 1) процесс получения разрешения и 2) таможенные процедуры в отношении импорта/экспорта и контрольных мероприятий, связанных с компьютерным оборудованием, в соответствии с принципами ЭБУ (например, набор практических руководств, раздаточные материалы, онлайн встречи).

Компонент 2 - Поддержка внедрения принципа РОП для ОЭЭО WEEE и компьютерного оборудования с истекшим сроком службы

- 2.1. Нарастивание потенциала посредством тренингов по основам РОП и обмена опытом и лучшими практиками внедрения РОП в других странах (схемы, пункты сбора, разработка оперативного плана, особенности объединения, работа с общественностью), вопросы и ответы, обсуждение.
- 2.2. Разработка набора рекомендаций, предлагаемых для следующих шагов по внедрению РОП (будут приведены примеры практики других стран, тематические исследования по внедрению РОП).
- 2.3. Разработка инструментария для схем РОП в отношении принципов организации кампании по повышению осведомленности для мотивации общественности к участию в доступных системах приема электронных отходов и информирования о возможностях сбора электронных отходов (сборник примеров передовой практики проведения кампаний в различных странах для увеличения сбора компьютерного оборудования, мобильных телефонов и других электронных отходов и примеры стимулов для более активного участия общественности).

Настоящий документ является результатом мероприятия 2.3 проекта. Основная цель этого руководства — оказать поддержку в реализации схем РОП, особенно всем заинтересованным сторонам, участвующим в процессе сбора компьютерного оборудования, мобильных телефонов и других ОЭЭО, в качестве важного шага и входа в ЭБУ растущими потоками отходов данного вида. Оно призвано служить галереей передового опыта проведения кампаний в разных странах для повышения осведомленности потребителей по теме, ведущей к увеличению сбора отработанного компьютерного оборудования, отработанных мобильных телефонов и других ОЭЭО, а также для представления различных примеров стимулов для более активного участия общественности и бизнеса.

2 Расширенная ответственность производителя – общие положения

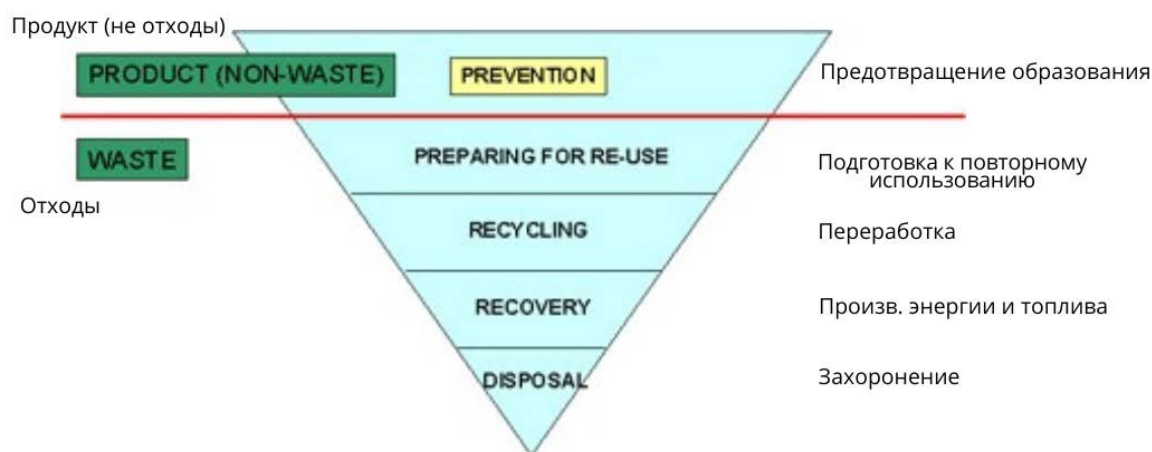
Расширенная ответственность производителя (РОП) — это подход к экологической политике, при котором ответственность производителя за продукт распространяется на стадию отходов жизненного цикла этого продукта. Он направлен на то, чтобы переложить бремя управления определенными отходами с муниципалитетов и налогоплательщиков на производителей в соответствии с принципом «загрязнитель платит».

Эта политика впервые появилась в начале 1980-х годов в нескольких государствах-членах Европейского союза (ЕС), в частности, в отношении отходов упаковки. Он имеет большой потенциал для предотвращения образования отходов у источника, поддержки достижения целей по сбору, переработке и восстановлению, а также для снижения воздействия продукта на

окружающую среду. Это привело к широкой адаптации концепции РОП ко многим потокам отходов в Европе и за ее пределами.¹

Система РОП должна обеспечивать наилучшие методы обращения с отходами в соответствии с иерархией обращения с отходами с учетом концепции жизненного цикла и может устанавливать цели для подготовки к повторному использованию, переработке, извлечению энергии и окончательной утилизации (например, захоронение), включая требования по удалению опасных компонентов и деталей.²

Рисунок 1: Иерархия обращения с отходами



Источник: retrace-itn.eu

Инструменты РОП направлены на то, чтобы включить расходы по окончании срока службы в цену продукции и возложить на производителей ответственность за воздействие их продукции на окружающую среду на протяжении всего жизненного цикла продукции, от проектирования до этапа утилизации, и, следовательно, за увеличение, по приоритету: предотвращение, повторное использование и переработка. Наряду с другими ключевыми экономическими инструментами РОП может стимулировать изменение поведения всех участников цепочки создания стоимости продукта: производителей продукции, розничных продавцов, потребителей-граждан, местных органов власти, государственных и частных операторов по обращению с отходами, переработчиков и субъектов социальной экономики. РОП также определяется как ключевой инструмент в связи со стратегиями эффективности использования ресурсов и сырьевых ресурсов, продвигаемыми на уровне ЕС.³

Все расходы, связанные с отработанной продукцией, должны покрываться схемами РОП с учетом затрат не только на операции по раздельному сбору, сортировке и обработке, включая

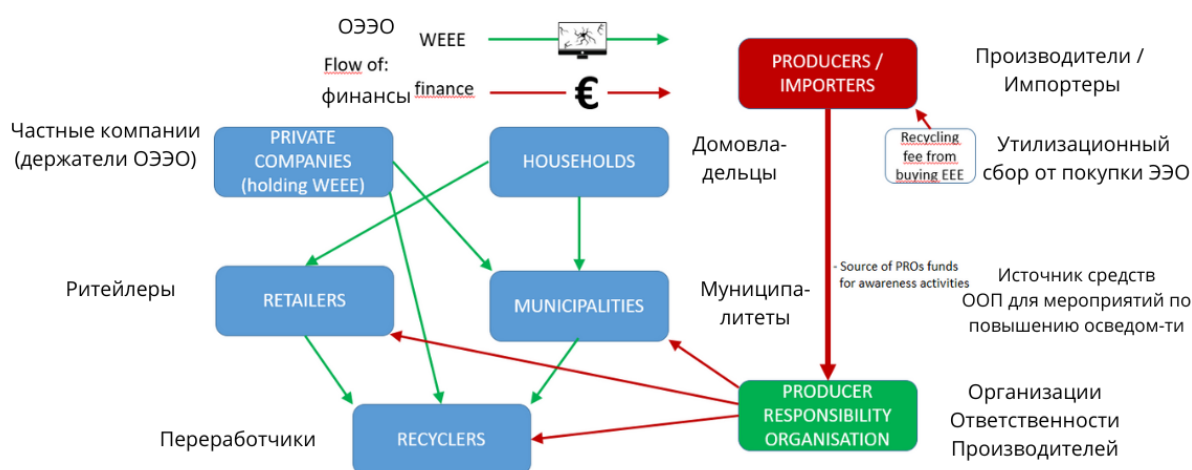
¹ ERA (2020) Конкретизация роли расширенной ответственности производителя в законодательстве и политике Европейского Союза по отходам через призму экономики замкнутого цикла, с. 5
<https://link.springer.com/article/10.1007/s12027-020-00596-9#Fn38>

² Проект Практического руководства Базельской Конвенции по Расширенной Ответственности Производителя и систем финансирования для экологически безопасного управления
<http://www.basel.int/Portals/4/download.aspx?d=UNEP-CHW.13-INF-8.English.pdf>

³ Европейская Комиссия (2014) Разработка Руководства по Расширенной ответственности производителя (РОП), цит. с.10
https://ec.europa.eu/environment/pdf/waste/target_review/Guidance%20on%20EPR%20-%20Final%20Report.pdf

размещение отходов, уборку отходов и транспортировку отходов, но и расходы, связанные с информированием общественности, повышением осведомленности и эко-инновациями для предотвращения образования отходов.⁴ Схемы РОП должны адаптироваться к этой важной роли для повышения осведомленности на различных уровнях, включая потребителей и других заинтересованных сторон отрасли.

Рисунок 2: Схема взаимоотношений между заинтересованными сторонами в рамках схемы РОП с выделением источника средств для повышения осведомленности и образования (финансовая ответственность ООП, пример из Словакии)



Источник: РЦБК Словакия

Дополнительную информацию об основах расширенной ответственности производителя (РОП), а также об опыте и передовой практике внедрения РОП в других странах, а также о использовании системы РОП для ЭЭО/ОЭЭО WEEE в странах проекта (Беларусь и Молдова) можно найти в итогах мероприятия 2.1 проекта (документ «Учебный буклет по расширенной ответственности производителя (РОП)»).

3 Сбор, повышение осведомленности и информационные кампании

Потребление электрического и электронного оборудования и, соответственно, увеличение образования электронных отходов в значительной степени зависит от глобального экономического развития и роста валового внутреннего продукта стран. Электронные устройства и бытовая техника постепенно приобрели незаменимую роль в современном обществе, способствуя повышению уровня жизни. Однако их производство и использование также имеют

⁴ ERA (2020) Конкретизация роли расширенной ответственности производителя в законодательстве и политике Европейского Союза по отходам через призму экономики замкнутого цикла <https://link.springer.com/article/10.1007/s12027-020-00596-9#Fn38>

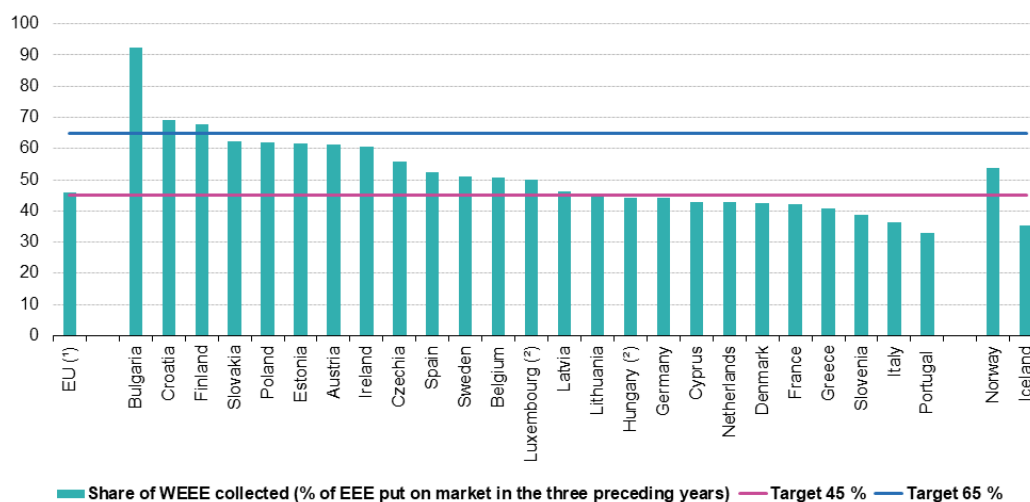
негативные последствия, особенно с точки зрения эксплуатации ресурсов и рисков для здоровья человека и окружающей среды.

По данным Глобального мониторинга электронных отходов (The Global E-waste Monitor) 2020, общий вес (за исключением фотоэлектрических панелей) глобального потребления ЭЭО ежегодно увеличивается на 2,5 миллиона метрических тонн (Мт). В 2019 году в мире образовалось 53,6 Мт электронных отходов, что в среднем составляет 7,3 кг на душу населения. Глобальное образование электронных отходов выросло на 9,2 Мт с 2014 года и, по прогнозам, вырастет до 74,7 Мт к 2030 году, что почти удвоится всего за 16 лет. Растущее количество электронных отходов в основном обусловлено более высоким уровнем потребления ЭЭО, коротким жизненным циклом и небольшим количеством вариантов ремонта. В 2019 году официально задокументированный сбор и переработка составили 9,3 Мт, что составляет 17,4% по сравнению с образованием электронных отходов. С 2014 года он вырос на 1,8 Мт, ежегодный прирост составил почти 0,4 Мт. Из 53,6 Мт электронных отходов, образующихся в мире, доля в 12 Мт приходится на образование электронных отходов в Европе (16,2 кг на душу населения, что является самым высоким в мире).⁵ На рисунке ниже показана ситуация со сбором электронных отходов в странах-членах ЕС за 2020 год.

Рисунок 3: Общий уровень сбора ЭЭО в государствах-членах ЕС, 2020 г.

Total collection rate for waste electrical and electronic equipment (WEEE), 2020

(% of the average weight of WEEE put on the market in the three preceding years (2017-2019))



Note: Romania: data not available.

(*) Eurostat estimate.

(*) 65 % target not applicable, as Luxembourg and Hungary have chosen the calculation methodology based on share of WEEE generated. See Figure 2b.

Source: Eurostat (online data code: env_waseleees and env_waselee)

eurostat

Источник: [Eurostat \(env_waseleees\)](#) и [Eurostat \(env_waselee\)](#)

⁵ Форти В., Бальде К.П., Кюр Р., Бел Г. Глобальный мониторинг электронных отходов 2020: количество, потоки и потенциал экономики замкнутого цикла. Университет Организации Объединенных Наций (УООН)/Учебный и научно-исследовательский институт Организации Объединенных Наций (ЮНИТАР) – совместно организованная программа SCYCLE, Международный союз электросвязи (МСЭ) и Международная ассоциация по твердым отходам (МАТО), Бонн/Женева/Роттердам.

Нет сомнений в том, что электронные отходы входят в число самых быстрорастущих потоков отходов, вызывающих серьезную проблему глобального масштаба, о которой должны знать все заинтересованные стороны на протяжении жизненного цикла таких продуктов, и особенно потребители.

Одним из важных аспектов схем РОП является содействие кампаниям по повышению осведомленности и образовательным мероприятиям среди потребителей (общественности). Обычно это обязательное требование ООП в соответствии с национальным законодательством, которое должно описывать объем и средства распространения соответствующей информации. Некоторые страны также требуют ежегодного отчета о выполнении своих обязательств по проведению мероприятий по повышению осведомленности с оценкой их эффективности.

Конкретная информация, предназначенная для пользователей в отношении конкретного типа продукта, должна быть предоставлена производителями и/или дистрибьюторами, т.е. в инструкциях по применению, в точках продаж и в ходе кампаний по информированию общественности. Однако, как правило, предоставление информации может осуществляться через множество возможных каналов на местном или национальном уровне, в основном:

- ✓ публикации в социальных сетях;
- ✓ объявление по радио;
- ✓ онлайн видео;
- ✓ телевизионные ролики и анонсы;
- ✓ инструменты быстрого визуального воздействия, такие как плакаты, баннеры, рекламные щиты, наклейки;
- ✓ печатные материалы (листовки, брошюры, публикации);
- ✓ образовательные мероприятия, такие как семинары, вебинары, тренинги, курсы, дискуссии, ознакомительные поездки;
- ✓ интерактивные программы, такие как игры или конкурсы;
- ✓ на информационном стенде муниципалитета;
- ✓ другие формы, напр. образовательные кампании для домохозяйств и школ.

Тактика выбора одного кажущегося подходящим канала (например, плаката, телерекламы или публичного мероприятия) и начала разработки кампании в ожидании быстрых решений, может оказаться ошибкой, приводящей к скромному успеху, поскольку такой подход часто охватывает ограниченные целевые группы и обеспечивает недостаточно данных о влиянии кампании. Для эффективного повышения осведомленности рекомендуется распространять сообщение по нескольким различным каналам и делать это многократно.

Правило семи

В мире маркетинга есть волшебное «правило 7-ми». Доказано, что человеку нужно увидеть или услышать сообщение 7 раз прежде чем принять решение. Данное правило возникло в 1930-х годах, и очень вероятно, что в мире, где мы атакованы сообщениями, еще легче не заметить что-то по сравнению с ранними годами.

Источник: «Остерегайтесь чужаков», пособие для успешной информационной кампании

Повышение осведомленности – это процесс информирования и просвещения людей по проблеме. Цель кампаний по повышению осведомленности состоит в том, чтобы, информируя

людей о проблеме, они могли адаптировать или изменить свое поведение или отношение к определенной цели с течением времени.

Добиться реальных изменений в поведении – долгий процесс. Людей необходимо мотивировать и создавать подходящие условия для внедрения новых привычек. Иногда им нужно обеспечить соблюдение закона, прежде чем они изменят свое отношение. Но изменение поведения всегда начинается с осознания, знания и признания.⁶

Планирование кампании по повышению осведомленности

«Скажи мне, и я забуду. Покажи мне, и я, возможно, запомню.

Вовлеки меня, и я пойму».

(Конфуций)

Очевидно, что при обеспечении ЭБУ отработанным компьютерным оборудованием, мобильными телефонами и другими ЭЭО решающее значение имеет привлечение конечных пользователей к раздельному сбору. Таким образом, важно уделять внимание правильному планированию кампании по повышению осведомленности и учитывать ключевые элементы, такие как цели, стратегия, задачи, аудитория, задачи и тактика.

Следующие шаги могут служить руководством в этом процессе.

ШАГ 1: «Почему» – цель и анализ

Глубокое понимание проблемы, которую мы пытаемся помочь решить, проводя информационную кампанию. Вопросы, которые следует задать:

- *Зачем нам нужна кампания?*
- *Чего мы хотим добиться с его помощью?*

ШАГ 2: «Кто» — знание аудитории

Для кого предназначена кампания, т. е. кто является целевыми группами/аудиториями/заинтересованными сторонами.

ШАГ 3: «Что» – задачи

В соответствии с общей целью кампании задачи помогают нам решить, чего (конкретно) мы хотим достичь с целевыми группами.

ШАГ 4: Ключевые сообщения кампании

Суть того, что мы хотим сказать целевой аудитории в соответствии с целями кампании. Сообщения должны быть короткими, четкими, лаконичными и конкретными, и они должны содержать призыв к действию. Броские фразы, т. е. слоганы, часто бывают полезными.

ШАГ 5: «Как» – тактика, действия и инструменты коммуникации, которые планируется использовать

При принятии решения о конкретных действиях по передаче ключевых сообщений необходимо учитывать различные аспекты, в том числе имеющиеся ресурсы и бюджеты, но самое важное, о чем следует подумать, это то, какие инструменты являются наиболее эффективными для охвата целевых аудиторий.

⁶ EASIN, «Остерегайтесь чужаков», пособие для успешной информационной кампании, с. 4
<https://easin.jrc.ec.europa.eu/easin/Document/BewareofAliens/EU-IAS-MANUAL.pdf>

ШАГ 6: Оценка и измерение

В зависимости от того, какие коммуникационные инструменты мы решили использовать в кампании, в нашем распоряжении будут разные ключевые показатели эффективности и ориентиры.

(Источник: toolboxes.marri-rc.org.mk)⁷

В следующей главе настоящего документа представлены различные подходы к реализации кампании по повышению осведомленности, которые могут послужить источником вдохновения для других соответствующих заинтересованных сторон на этапе планирования вышеописанных шагов.

4 Галерея примеров успешных практик

Галерея включает 25 практических примеров передовой практики, отобранных по результатам электронной коммуникации с более чем 50 европейскими организациями (в основном ООП и ассоциациями производителей ЭЭО), а также дополнительных тематических интернет-исследований.

Целью данного мероприятия является поддержка заинтересованных сторон, проводящих мероприятия по повышению осведомленности и обучение, особенно ООП для ЭЭО/ОЭЭО, в выполнении информационных задач, с целью увеличить сбор и способствовать экологически безопасному обращению с отходами компьютерного оборудования, мобильных устройств с истекшим сроком службы и другими ОЭЭО. Галерея призвана служить демонстрационным залом множества форм и каналов для достижения целевых групп, а также показывать результаты и эффективность различных подходов.

4.1 Австрия

Пример успешной практики № 1

Кампания «Переработка мобильных телефонов»	
Основная целевая группа	Студенты/ученики, Потребители
Охват	Общенациональный
Описание	
В 2015 году австрийская схема сбора ОЭЭО «UFH» начала партнерство с Институтом Джейн Гудал в Австрии (JGI Austria) по сбору мобильных телефонов в школах.	
Институт рассылает письма учителям по всей Австрии в начале учебного года и предлагает бесплатные учебные материалы по теме и возможность заказать коробку для сбора неиспользуемых мобильных телефонов (предоставляется UFH).	

⁷ Полное описание 6 шагов планирования кампании по повышению осведомленности см. <https://toolboxes.marri-rc.org.mk/awareness-raising/how-to-plan-awareness-raising-campaign/>

В конце учебного года UFN собирает коробки и передает мобильные телефоны австрийскому партнеру по переработке, который реализует проект по реинтеграции людей, не имеющих работу в течение длительного времени. После проверки телефоны, пригодные для повторного использования, продаются как бывшими в употреблении, остальные подвергаются профессиональной утилизации, а материалы перерабатываются. UFN жертвует 1 евро за каждый собранный мобильный телефон JGI Austria.

Инициатива также предупреждает о больших страданиях многих людей и животных в Конго из-за незаконной добычи полезных ископаемых. Важные компоненты наших мобильных телефонов разбираются там и в других регионах мира без учета экологических, медицинских и социальных последствий. Он также противопоставляет образы гор старых мобильных телефонов лунным ландшафтам, опустошенным чрезмерной добычей золота, серебра, палладия, меди, цинка и колтана. Первозданные леса уничтожаются ради наживы – люди, дикие животные, в том числе шимпанзе, и растения теряют свою среду обитания.

Кампания призывает владельцев старых мобильных телефонов присоединиться, чтобы сэкономить больше ресурсов и уменьшить последствия для людей и животных.

Школьные классы / компании / группы могут заказать коробку для сбора в UFN. Коробки доставляются и забираются обратно бесплатно.

В качестве альтернативы коробкам для сбора люди могут положить свой мобильный телефон в конверт, проштамповать его и отправить по почте. Мобильные телефоны также можно сдать непосредственно в офис учреждения-исполнителя.



© Hannes Eder

Результаты / эффективность

В результате сотрудничества JGI Austria и схемы сбора ОЭЭО «UFN» за 7 лет было собрано более 17 450 мобильных телефонов.

Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)

Эта инициатива углубляется в происхождение источников материалов, используемых для производства мобильных телефонов, и последствий их эксплуатации.

Источник информации

<https://janegoodall.at/mach-mit/kampagnen/handyrecycling/>

4.2 Беларусь

Пример успешной практики № 2

Локальная информационная кампания по увеличению сбора ОЭЭО в сельских районах Минской области

Основная целевая группа

Потребители / Домохозяйства

Охват

Минский район

Описание

Информационная кампания была организована в Пуховичском районе Минской области с целью расширения возможностей местного населения для активного участия в недавно созданной интегрированной системе устойчивого управления ОЭЭО.

В 2016-2018 годах в рамках информационной кампании были подготовлены и распространены следующие информационные материалы по ОЭЭО:

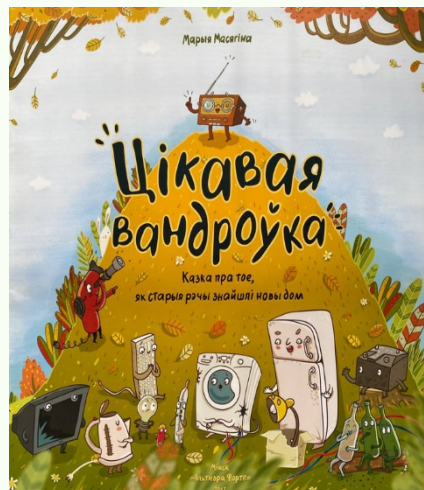
- установлены билборды по сбору ОЭЭО в Пуховичском районе;



- размещена реклама о сборе ОЭЭО на микроавтобусе для сбора ОЭЭО;



- брошюры для детей о сборе ОЭЭО «Интересное путешествие» сказка о том, как старые вещи нашли себе новый дом» были разработаны для образовательных занятий в местных школах, а также использовались в качестве приза в акции «Сдай ОЭЭО – получи книгу» в местном магазине «Электротовары».



Результаты / эффективность	В результате информационно-просветительской работы в сочетании с техническими улучшениями районной системы сбора ОЭЭО уровень сбора ОЭЭО от населения Пуховичского района увеличился в 10 раз (с 51 723 т ОЭЭО, собранных в 2018 г., против 5,12 т, собранных в 2017 г.).
Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)	Применение линии поиска нового дома для бывшей в употреблении техники параллельно с ее доставкой в пункты сбора с последующим использованием вторичных материалов из них представляется хорошим подходом к сближению с потребителем, особенно с детьми школьного возраста.
Источник информации	www.ecopartnerstvo.by

Пример успешной практики № 3

Рекламная кампания Оператора вторичных материальных ресурсов «Заслужи уважение» призывает к правильной утилизации старой техники	
Основная целевая группа	Потребители / Домохозяйства
Охват	Общенациональный
<p>Описание</p> <p>«Заслужи уважение» — это серия короткометражных фильмов, которые напоминают людям о том, что неправильно выброшенная бытовая техника представляет опасность для природы и нашего здоровья, пришедшая в негодность бытовая техника должна быть утилизирована.</p> <p>Три короткометражки в разных жанрах: олдскульная социальная драма, в которой старый холодильник вывозят на свалку, голливудский триллер о последних мгновениях стиральной машины и ролик типа MTV о использованном чайнике.</p>	



Источник: <https://target99.by>

Данная рекламная кампания государственного учреждения «Оператор вторичных материальных ресурсов» по пропаганде правильной утилизации старой бытовой техники получила международную награду на 3-й Пекинской международной конференции по рекламе, которая была посвящена социально значимым рекламным проектам. Форум собрал представителей рекламной индустрии из 10 стран мира. Всего в жюри поступило более 5 тысяч заявок. Призов удостоены 507 работ, белорусская социальная реклама «Заслужи уважение» получила бронзовую награду.

<p>Результаты / эффективность</p>	<p>С момента запуска кампании в 2020 году среднее количество интернет-запросов «сдать технику Минск» и «вывоз бытовой техники Беларусь» увеличилось на 10%. Это свидетельствует о значительном увеличении знаний о проблеме, а также вовлеченности и заинтересованности в ее решении.</p>
<p>Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)</p>	<p>Тщательный выбор жанров трех видеороликов и их атмосферы является предпосылкой для обращения к различным потребителям, но эти стили также могут понравиться особенно молодым людям, которые помимо бытовой техники часто используют широкий спектр аудиовизуальных электронных устройств.</p>
<p>Источник информации</p>	<p>https://target99.by/news/press-releases/novaya-reklamnaya-kampaniya-zarobotay-uvazhenie/</p> <p>https://target99.by/news/press-releases/nasha-reklamnaya-kampaniya-po-pravilnoy-utilizatsii-bytovoy-tekhniki-zarobotay-uvazhenie-poluchila-m/</p>

Пример успешной практики № 4

Экогид по устойчивому образу жизни – мобильное приложение «Зеленая карта»	
Основная целевая группа	Потребители / Домохозяйства
Охват	Общенациональный
Описание	
	<p>Мобильное приложение «Зеленая карта» было запущено в 2019 году белорусской экологической общественной организацией «Центр экологических решений» для повышения осведомленности потребителей о практиках устойчивого потребления. С помощью этого приложения каждый может вести экологически чистый образ жизни. Мобильное приложение — источник информации о местах сбора вторсырья и ненужных вещей, карта магазинов без упаковки, кафе, разливающих напитки в кружки покупателям; зарядные станции для электромобилей и др.</p>
	<p>На карте есть специальный слой по пунктам сбора ОЭЭО. Мобильное приложение подскажет:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ как правильно сортировать мусор ✓ помогает разобраться в составе продукции (есть справочник по опасным материалам в разных группах товаров, включая электрическое и электронное оборудование) ✓ как правильно читать маркировку товаров ✓ дает полезные советы по устойчивому образу жизни на каждый день. <p>Green Map — это краудсорсинговое приложение, которое разрабатывается силами волонтеров. Каждый может внести свой вклад: добавить на карту новые точки сбора и переработки отходов, исправить и обновить данные экологических организаций, анонсировать акции и события.</p>
Результаты / эффективность	
Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)	<p>Это приложение представляет собой полезный и удобный инструмент для потребителей, чтобы узнать нахождение ближайшего пункта сбора, а также информирует обо всем жизненном цикле продуктов. Команда увлеченных волонтеров была движущей силой данной краудсорсинговой деятельности, однако это также хороший пример метода общения с гражданами для ООП, где финансирование может осуществляться за счет ресурсов, поступающих от производителей.</p>

Источник информации

<https://ecoidea.me/ru/media/566>

4.3 Чешская Республика

Пример успешной практики № 5

Проект РЕМОБИЛ	
Основная целевая группа	Потребители / Домохозяйства, школы
Охват	Общенациональный
Описание	
<p>Ремобиль — некоммерческий проект по сбору старых и ненужных мобильных телефонов. Его главная цель — изменить ситуацию, когда старые телефоны накапливаются в домах и тем самым представляют собой экологическую проблему. Ремобиль предлагает самый простой способ избавиться от ненужных телефонов. В то же время 10 крон (около 0,42 евро) с каждого собранного мобильного телефона жертвуются на благотворительные цели, а благодаря переработке мобильных телефонов сырье используется повторно.</p> <p>Во время акции «Утилизируйте свой мобильный телефон», которая состоялась в мае 2023 года, партнером выступила компания «Zásilkovna», которая обеспечила безопасную и бесплатную доставку мобильных телефонов к Ремобилу. Zásilkovna имеет сеть из более чем 9000 точек доставки для онлайн-продаж в Чешской Республике. Владельцам старых мобильных телефонов рекомендуется положить их в коробку, заклеить ее липкой лентой, написать на коробке почтовый индекс для бесплатной доставки и отнести посылку в любое отделение доставки Zásilkovna в своем районе.</p> 	
<p>С каждым отправленным устройством они также могут участвовать в конкурсе на новый мобильный телефон стоимостью 10 000 чешских крон.</p> <p>Те, кто присоединится к конкурсу с 1.7.2023, будут бороться за годовой семейный билет в Пражский зоопарк.</p> <p>Изображение ниже: Ремобиль демонстрирует компоненты мобильных телефонов на конференции по предотвращению отходов в Праге и сообщает об их составе и переработке.</p>	

Источник: Remobil.cz




Источник: РЦБК Словакия

<p>Результаты эффективности</p>	<p>/ Другие виды деятельности Ремобилия, которые уже оценены:</p> <ul style="list-style-type: none"> • «Врем для природы» – собрано 2083 мобильных телефонов (2022) • «С любовью к природе и людям» — собрано 1519 мобильных телефонов (2020) • «100 грамм для природы» – 2356 мобильных телефонов (октябрь 2022 г.)
<p>Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)</p>	<p>Возможность бесплатного использования пунктов выдачи сети Zasilkovna для сбора старых мобильных телефонов дополняет пункты приема ОЭЭО и становится еще ближе к потребителям.</p>
<p>Источник информации</p>	<p>https://remobil.cz/</p> <p>Чтобы просмотреть информацию обо всех кампаниях, нажмите «Кампании» (доступно также на английском языке).</p>

4.4 Европейский Союз

Пример успешной практики № 6

LIFE — проект «Увеличение сбора мелких отходов электрического и электронного оборудования» и аккумуляторов («LIFE-ECOSWEEE»).	
Основная целевая группа	Потребители / Домохозяйства
Охват	8 стран-членов ЕС
<p>Описание</p> <p>Финансируемый программой ЕС LIFE, проект LIFE - Повышение сбора мелких отходов электрического и электронного оборудования и аккумуляторов (LIFE-ECOSWEEE) начался 1 апреля 2023 года с целью практического тестирования нескольких методов и стимулов для повышения уровня сбора небольших отходов электрического и электронного оборудования и портативных аккумуляторов. В рамках проекта предлагается разработать и внедрить 10 новых пилотных проектов в 8 государствах-членах для проверки осуществимости, достижимости, полезности и жизнеспособности различных стратегий и стимулов по сбору. Стратегии, которые необходимо протестировать, включают возврат депозита, выкуп и другие схемы вознаграждения, например, пожертвования, почтовые услуги, другие маршруты сбора, участие в онлайн-торговле, финансовые аспекты и улучшение сети сбора.</p> <p>Еще 11 текущих или запланированных инициатив, осуществляемых организациями ответственности производителей (ООП), также внесут непосредственный вклад в проект. Результаты пилотной реализации будут проанализированы на основе заранее установленных критериев и индикаторов, для измерения воздействия и эффективности (успеха) реализованных действий, определения потенциальных областей улучшения и предоставления рекомендаций лицам, определяющим политику, на уровне государств-членов и ЕС.</p>	
	
Результаты / эффективность	По состоянию на июнь 2023 года проект находится на начальной стадии.
Объяснение выводов, потенциальные силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)	<p>Проект предоставит всестороннюю и полезную информацию об эффективности нескольких методов и стимулов для повышения уровня сбора небольших отходов электрического и электронного оборудования и портативных аккумуляторов. В заключительном отчете будут представлены основные выводы по деятельности проекта и рекомендации, и он будет включать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Что можно и чего нельзя делать при планировании и реализации схемы возврата, ориентированной на соответствующие заинтересованные стороны в странах-членах, чтобы поддержать их в выполнении обязательства по возврату в соответствии со статьей 5 (2) (b) и (c) Директивой об отходах электрического и электронного оборудования (Директива WEEE); • Воспроизведение деятельности проекта во всех государствах-членах ЕС и

	<p>переносимость разработанных моделей на другие виды отходов;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Политические рекомендации для ЕС в поддержку пересмотра Директивы WEEE и других законодательных актов, чтобы в конечном итоге увеличить сбор и извлечение вторичных материалов, включая дефицитное сырье; • Информация для потребителей о роли и влиянии, которые они имеют в небольшой цепочке создания стоимости U/WEEE и аккумуляторов.
Источник информации	<p>https://weee-forum.org/ws_news/ecosweee-project-e-waste-research-tender-issued/</p> <p>https://www.ecosweee-life.eu/</p>

4.5 Дания, Швеция, Норвегия

Пример успешной практики № 7

<u>Кампания «Безопасный сбор», направленная на увеличение числа потребителей, возвращающих свои старые электронные гаджеты, которые содержат конфиденциальные или личные данные.</u>	
Основная целевая группа	Потребители / домохозяйства
Охват	Общенациональный

Описание

В Швеции, Норвегии и Дании ООП «Recipo» (система сбора и утилизации электрического и электронного оборудования и аккумуляторов) проводит кампанию под названием «Безопасный сбор». Цель состоит в том, чтобы обеспечить безопасный сбор, чтобы потребители чувствовали себя в безопасности, сдавая свои старые электронные карты памяти на переработку. Закрытые контейнеры размещают в магазинах электроники, и как только контейнер наполняется, его отправляют в заблокированную часть предприятия по переработке, куда имеет доступ только уполномоченный персонал. Все ОЭЭО, которые могут быть использованы повторно, сортируются, а любые данные удаляются с помощью программного обеспечения для удаления данных Blancco.



Источник: <https://www.secure-collect.com/>

Результаты / эффективность	Проект продолжается в настоящее время
Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)	Во многих случаях опасения по поводу неправомерного использования личных данных в электронных устройствах могут стать препятствием для пользователя при передаче устройства для извлечения материалов. Эта кампания подчеркивает осторожное обращение с собранными мобильными телефонами и безопасное удаление оставшихся данных.
Источник информации	https://www.secure-collect.com/

4.6 Франция

Пример успешной практики № 8

“Jedonnemontelephone.fr” (= “Я отдаю свой телефон”)

Основная целевая группа

Потребители / домохозяйства

Охват	Общественный
<p>Описание</p> <p>Инициатива французской некоммерческой организации Ecosystem началась с кампании по повышению осведомленности на телевидении. Благодаря этому более 1 француз из 5 заявили, что знают о новой услуге. В начале кампании всего за 3 месяца было собрано 25 000 телефонов, что стало рекордом.</p> <p>Потребители могут отправить свои неиспользуемые телефоны в Ecosystem, наклеив на конверт предоплаченную этикетку для печати или заказав конверт с печатью. Один полученный телефон = 1 пожертвование, предложенное ассоциации на выбор потребителем. После получения Ecosystem телефоны отправляются в мастерскую Vosage, где личные данные удаляются, а телефон либо ремонтируется (если возможно), либо перепродается по справедливой цене, либо перерабатывается.</p> <p>Потребители могут создать учетную запись на веб-сайте и отслеживать путь своего телефона.</p>	 <p>QUE DEVIENT VOTRE ANCIEN APPAREIL ?</p> <p>eosystem organise toutes les étapes de prise en charge de votre téléphone, depuis votre demande d'étiquette ou d'enveloppe pré-affranchie jusqu'à son traitement.</p> <p>Tous les téléphones collectés sont acheminés vers les Ateliers du Bocage, société d'intérêt collectif membre d'Emmaüs France, spécialisée dans la remise en état des téléphones mobiles et partenaire d'eosystem. Dans le cadre de son projet d'utilité sociale, les Ateliers du Bocage emploient 150 personnes dont une partie en contrat d'insertion.</p> <p>Lorsqu'un téléphone passe avec succès les tests de fonctionnement, il est alors revendu à un prix solidaire dans les salles de vente des Ateliers du Bocage et d'Emmaüs.</p> <p>la-boofrique.com</p> <p>Si un téléphone ne peut pas être réemployé, il est acheminé vers un site de recyclage partenaire d'eosystem, pour y être dépollué et recyclé sous forme de nouvelles matières premières (plastiques, métaux, ...) qui serviront à fabriquer de nouveaux équipements et objets.</p> <p>eosystem est un éco-organisme à but non lucratif, agréé par les pouvoirs publics, en charge de la collecte, du réemploi et du recyclage des équipements électriques en France.</p> <p>Источник: https://jedonnemontelephone.fr/</p>
Результаты / эффективность	<ul style="list-style-type: none"> • + 140 000 восстановленных телефонов • + 158 000 телефонов переработано • + 265 тонн сэкономленного сырья • Предотвращено + 14 тонн CO2 • 6 рабочих мест солидарности созданы или поддерживаются в мастерских Vosage (часть Emmaüs France)
<p>Объяснение выводов, потенциальные силы и барьеры, уроки, успешного повторения)</p> <p>ключевых (например, движущие силы и барьеры, потенциал для)</p>	<p>Такая простая и бесплатная услуга по передаче старого мобильного телефона с четкими правилами и возможностью использовать предварительно оплаченную печатную этикетку или заказать конверт с печатью создает удобные условия для присоединения общественности к этой кампании.</p> <p>Кроме того, возможность выбрать жертвователя пожертвования для каждого переданного телефона, а также возможность отслеживать судьбу отправленного</p>

	мобильного телефона делает эту кампанию более прозрачной и достоверной и может привлечь больше людей или усилить интерес участников.
Источник информации	https://jedonnemontelephone.fr/ https://rapport2021.ecosystem.eco/information-et-communication-2/communication-grand-public/deee-menagers-info-comm/

4.7 Индия

Пример успешной практики № 9

Кампания по массовому информированию об электронных отходах через кинотеатры	
Основная целевая группа	Потребители
Охват	Выбранные кинотеатры в 10 штатах Индии
<p>Кампания проходила в два этапа с августа по октябрь 2017 года (всего 45 дней) в 10 штатах Индии.</p> <p>Министерство электроники и информационных технологий (MEITY) правительство Индии поручило Торгово-промышленной палате повысить осведомленность потребителей о безопасной утилизации электронных гаджетов и устройств посредством показа AV-фильма «Осведомленность об электронных отходах» в кинозалах в 10 штатах (815 кинозалов). Фильм демонстрировался один раз в каждом показе в кинотеатрах / на экранах мультиплексов все дни недели. MEITY также поддержала эту инициативу, покрыв 80% стоимости кампании, а оставшиеся 20% за счет промышленности.</p> <p>Временные рамки кампании были выбраны стратегически с учетом показа некоторых крупных блокбастеров, вышедших за этот период.</p> <p>Кампания получила широкое участие отрасли, при котором ведущие бренды электронной промышленности приняли участие в кампании в рамках своей РОП по электронным отходам в соответствии с Правилами обращения с электронными отходами 2016 года Министерства окружающей среды, лесов и изменения климата.</p>	



На фото: один из успешных фильмов, выпущенных в период кампании (самый просматриваемый фильм во время кампании).

Источник: <https://www.imdb.com>

Результаты / эффективность

Выборка из 1065 человек была опрошена с помощью анкет выбранными колледжами в штатах, где проводилась кампания, чтобы получить отзывы о рекламном фильме о кампании по повышению осведомленности об электронных отходах и проанализировать влияние кампании. Отзывы респондентов показали, что:

- они сочли рекламу очень информативной и грамотной,
- реклама уколола их совесть, и они будут стремиться к безопасной утилизации электронных отходов,
- необходимо охватить больше кинотеатров в конкретном городе, чтобы максимизировать воздействие кампании,
- они считают, что аналогичные рекламные кампании необходимо проводить и в будущем для распространения информации о безопасной утилизации электронных отходов.

Объяснение выводов, потенциальные силы и извлеченные потенциал для повторения) ключевых (например, движущие барьеры, уроки, успешного)

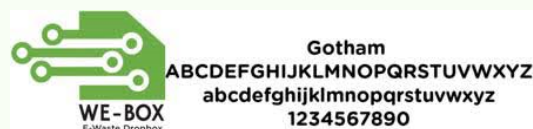
Важно, что правительство Индии уделило серьезное внимание проблеме электронных отходов и предприняло важные инициативы. Правила, вступившие в силу в 2011 году, сформулированные Министерством окружающей среды и лесов, требуют, чтобы производители брали на себя ответственность за переработку своей продукции по окончании срока службы в соответствии с положением о расширенной ответственности производителя. Закон предусматривает предоставление коллекторским агентствам полномочий и регистрацию демонтажников и переработчиков. В нем также есть положение под названием «Сокращение содержания вредных веществ» (RoHS), которое направлено на решение проблемы электронных отходов во время производства.

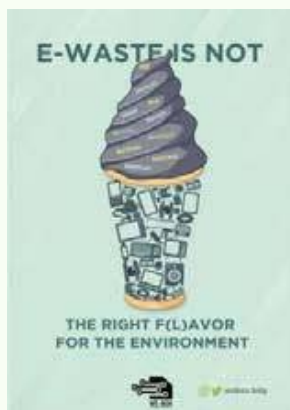
Источник информации	<p>Отчет о кампании: http://greene.gov.in/wp-content/uploads/2019/03/2019032040.pdf</p> <p>Видео кампании: https://www.youtube.com/watch?v=vQbiNGfX3OQ</p>
----------------------------	---

4.8 Индонезия

Пример успешной практики № 10

Кампания по снижению воздействия электронных отходов (E-Waste) в Бандунге (концепция кампании)	
Основная целевая группа	Потребители / домохозяйства, Студенты
Охват	Жители Бандунге
<p>Основываясь на проблеме недостаточной осведомленности об электронных отходах, авторы концепции данной кампании решили создать кампанию, направленную на просвещение и убеждение общественности в этой теме.</p> <p>Целевая аудитория - мужчины и женщины в возрасте от 21 до 35 лет, представители среднего социального класса Бандунга, у которых есть сломанные или оставленные / хранящиеся электронные товары. В соответствии с целевой аудиторией был создан месседж «Не храните электронные отходы дома». Участник кампании должен предоставить специальный контейнер для электронных отходов для их.</p> <p>Результат разработки этой кампании таков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - логотип (используя иконическую схему электроники), - типографика (скорректированная в соответствии с потребностями кампании, чтобы целевая аудитория могла четко читать), - цвета (адаптированы к теме кампании, связанной с окружающей средой, электронными отходами, выбранные цвета также отображают настроение, здоровье и активность). <p>Медиаконцепция кампании предлагает следующие каналы донесения сообщения до целевой аудитории:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Плакаты (плакат для восприятия, убеждения, познания); 	





2. Анимационный ролик (история, которая должна затронуть чувства целевой аудитории) и, как ожидается, изменит отношение целевой аудитории к электронным отходам.);
3. Карусельная реклама (для того, чтобы убедить целевую аудиторию скачивать приложения и выбрасывать электронные отходы в We-Box);
4. Мобильные приложения (в качестве средства связи целевой аудитории с действиями кампании, могут иметь возможность получить вознаграждение в виде ваучера или товара, а также баланс, который можно использовать для покупок в определенном минимаркете);
5. Окружающие медиа;
6. Социальные сети;
7. Мероприятие (чтобы целевая аудитория непосредственно почувствовала цель мероприятий кампании, ток-шоу, развлекательные программы, художественные выставки электронных отходов или выставочные стенды);
8. Мерчендайзинг (например, футболки или сумки с принтами для лучшего понимания рекламного сообщения).

Чтобы ознакомиться со всеми подробностями этой концепции кампании, см. [документ](#), представленный ниже, в качестве источника информации для этого примера передовой практики.

Результаты / эффективность	
Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)	Данная концепция представляет собой руководство по возможной кампании со всеми ее составляющими и различными средствами привлечения внимания потребителей.
Источник информации	https://www.atlantis-press.com/proceedings/bcm-18/125910912

4.9 Малайзия

Пример успешной практики № 11

Образовательная кампания под названием «Избавиться от электронных отходов»	
Основная целевая группа	Студенты
Охват	Кампус UTAR Sungai Long, Малайзия
Описание	
<p>Признавая недостаток знаний и низкой осведомленности людей об утилизации электронных отходов, 16 ноября 2022 года в кампусе UTAR Sungai Long девять студентов последнего курса бакалавриата корпоративных коммуникаций (с отличием) UTAR организовали образовательную кампанию под названием «Стереть электронные отходы». Кампания проводилась в сотрудничестве с Комитетом зеленого кампуса UTAR (UGCC) кампуса UTAR Sungai Long.</p> <p>Лозунгом кампании было «Повторное использование, переработка и переоценка». Он был направлен на повышение осведомленности студентов UTAR о растущей проблеме электронных отходов и обучение их тому, как свести ее к минимуму.</p> <p>Кампания была наполнена серией интересных мероприятий, таких как выставка работ по электронным отходам, форум и образовательные игровые стенды. Мероприятия привлекли почти 300 участников. Спикеры форума под названием «Электронные отходы: растущая проблема и что мы можем с этим поделать» поделились актуальными фактами и статистическими данными о возникающих проблемах с электронными отходами и рассказали аудитории об устойчивом потреблении электроники.</p> <p>Все собранные предметы были доставлены в ERTN, лицензированное государством предприятие по переработке электронных отходов.</p> <p>Кампания началась 26 августа 2022 г. и завершилась 16 ноября 2022 г. В рамках кампании 5 ноября 2022 г. также был проведен онлайн-семинар, на котором студенты UTAR научились переоценивать выброшенные клавиши от клавиатуры в брелоки для ключей. Всего в семинаре принял участие 21 студент. Помимо этого, комитет также провел интервью, чтобы выяснить уровень осведомленности студентов UTAR об электронных отходах, а также их взгляды и поведение в отношении переработки электронных отходов. Команда также сняла документальное видео о своем посещении ERTN и интервью с руководителем филиала ERTN по важным вопросам, связанным с электронными отходами. Оба видеоролика были размещены на официальных платформах кампании в социальных сетях для поддержки целей кампании.</p>	



Источник: www.businesstoday.com

Результаты / эффективность

Было успешно собрано более 500 электронных отходов от студентов UTAR.

Объяснение выводов, потенциальные силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения

ключевых движущих сил (например, потенциал для успешного повторения)

Ключевые особенности кампании:

- снято сопроводительное видео
- интервью со студентами
- серия дополнительных мероприятий (выставка работ E-waste, форум, обучающие игровые стенды)
- семинар по апсайклингу.

Источник информации

<https://www.businesstoday.com.my/2022/12/09/erase-e-waste-all-about-e-waste-recycling/>

4.10 Молдова

Пример успешной практики № 12

Национальная кампания «Молдова перерабатывает ОЭЭО»	
Основная целевая группа	Потребители / домохозяйства, школы
Охват	Общенациональный
Описание	
<p>Ассоциация EcoDigital, исполнитель проекта «Мы перерабатываем ОЭЭО и достигаем ЦУР», присоединилась к Международному дню ОЭЭО в 2021 году, запустив национальную кампанию «Молдова перерабатывает ОЭЭО» при поддержке компаний-партнеров «Moldrec Group» и «EcoRecycling».</p> <p>Кампания проходила с 14 октября по 14 декабря 2021 г. и была направлена на активное вовлечение населения и учреждений страны в:</p> <ul style="list-style-type: none">• Сбор и передача накопленных ОЭЭО авторизованным операторам.• Распространение соответствующей информации и данных для стимулирования участия и рационального потребления среди населения Республики Молдова. <p>Очередной этап кампании прошел весной 2022 года.</p>	
	
Источник: www.e-circular.org	
<p>Наряду с учреждениями, получившими выгоду от проекта, любое из государственных, частных или образовательных учреждений, способных соблюдать положения правил кампании, имело возможность присоединиться к кампании, заполнив регистрационную форму онлайн.</p>	



По окончании кампании самые активные ПОСЛЫ e-Recycling были награждены исполнителями и партнерами проекта.

В рамках проекта было организовано 14 информационных семинаров в различных учреждениях нескольких регионов страны, посвященных важности правильного сбора ОЭЭО, а также 3 семинара по ремонту дефектных ЭЭО, объясняющих и демонстрирующих на практике, насколько это важно продлевать срок службы неисправного оборудования путем его ремонта.

В рамках проекта «Мы перерабатываем ОЭЭО и достигаем ЦУР» сеть малых и крупных пунктов сбора была успешно расширена за счет 68 контейнеров для малых ОЭЭО и 10 контейнеров для крупных ОЭЭО как в муниципалитете Кишинёва, так и в каждом районе страны. Всего на обновленной версии доступно 190 точек сбора. [Collection Points Map](#).

Результаты / эффективность

В ходе реализации проекта было собрано и подготовлено к переработке около 110 тонн ОЭЭО, что эквивалентно сокращению выбросов CO2 на 158,4 тонны.

В информационных семинарах приняли участие около 1500 человек – студентов и преподавателей.

Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)

Пример комплексного проекта с несколькими компонентами, представляющими несколько методов вовлечения целевых групп и охватывающих не только увеличение количества собираемых ОЭЭО, но и сохранение оборудования путем ремонта неисправных и повышения уровня знаний о правильном управлении ОЭЭО, которое выходит за рамки сбора.

Однако в проектной деятельности, осуществляемой НПО, такой как данный пример, может потребоваться внешнее финансирование от доноров.

Онлайн-карта пунктов сбора также является мощным инструментом для облегчения получения правильной информации для сброса электронных отходов в сети ящиков.

Источник информации	https://e-circular.org/managementul-deseurilor/a-o-ecodigital-anunta-lansarea-campaniei-nationale-moldova-recicleaza-deee-uri-14-octombrie-14-decembrie-2021/ https://e-circular.org/portfolio/proiect-reciclam-deee-si-realizam-odd/
----------------------------	--

Пример успешной практики № 13

Программа «eUpgrade» («e-Обновление»)	
Основная целевая группа	Потребители / домохозяйства
Охват	Общенациональный
<p>Описание</p> <p>Одна из кампаний по информированию и сбору отходов электрического и электронного оборудования проводится оператором "Ultracom Electronic" SRL (торговое название "Enter"). В рамках программы eUpgrade оператор предлагает скидку 10% на покупку новой бытовой техники, если потребитель сдает старую бытовую технику.</p>	
	
<p style="text-align: right;">Источник: https://enter.online</p>	
Результаты / эффективность	Кампания находится в стадии реализации
Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)	Финансовые бонусы, такие как скидки на покупку новой бытовой техники, обычно представляют собой самый мощный инструмент для привлечения клиентов к использованию системы возврата.
Источник информации	https://enter.online/eupgrade

Пример успешной практики № 14

Информационная кампания «Великая утилизация»

Основная целевая группа

Потребители / Домохозяйства, школы

Охват

Общенациональный

Описание

Очередную информационную кампанию под названием «Великая утилизация» отработанного и сбор электрического и электронного оборудования в течение 4 месяцев (август - ноябрь 2022 г.) проводила компания Recycling Guard, надежный партнер по сбору «MoldControl». Оператор призвал и мотивировал государственные учреждения посредством финансового вклада избавиться от ОЭЭО и аккумуляторов, заполнив форму на странице moldrec.md, и команда позаботилась о процессе их сбора от обратившихся учреждений.

В кампании приняли участие более 40 учебных заведений или школ. Самыми старательными и трудолюбивыми оказались учащиеся Егоровской средней школы – они активно участвовали в процессе сбора ОЭЭО и колесили по городу на тележке, наполняя ее несколько раз в день. Они были вознаграждены финансовым пожертвованием своей школе (1 лей за каждый килограмм собранных ОЭЭО) плюс подарки от мэрии (например, футбольные костюмы или футболки).



По итогам проведения кампании экономический оператор опубликовал [видеоматериал](#) о части результатов кампании.



Результаты / эффективность	<p>Около 3 тонн отходов электрического и электронного оборудования, батарей и аккумуляторов было собрано только из спортзала в городе Егоровка Фалештского района.</p> <p>В итоге в ходе акции «Великая утилизация» от учреждений и частных лиц было собрано около 15 тонн отработанного электрооборудования и аккумуляторов.</p>
Объяснение выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)	<p>Активное участие увлеченных студентов в процессе сбора увенчалось успехом. В репортаже говорится, что информация распространилась очень быстро, и жители Егоровки ждали сборщиков картов с подготовленными выведенными из эксплуатации электрическими и электронными приборами для передачи.</p>
Источник информации	<p>https://tvn.md/video-si-au-aratat-dragostea-fata-de-mediuelevii-din-comuna-egorovca-au-colectat-deseurile-electronice-din-localitate/?fbclid=IwAR2KKuhvOTkTzABeNRZci-mYgQ5jXKWNBQ2geviLv70zk1Pmh6rxadiYMZk</p>

Пример успешной практики № 15

Инициативы по повышению осведомленности и сбору ОЭЭО	
Основная целевая группа	Потребители / Домохозяйства
Охват	Общенациональный
Описание	
<p>Организация по сбору Фонд «Eco Save» также уполномочена брать на себя и выполнять обязательства производителей ЭЭО или уполномоченных представителей, действующих от имени производителей, в отношении управления ОЭЭО.</p>	

За время своей деятельности организация провела несколько информационных кампаний и сбор WEEE, а именно::

- Перерабатывайте и пользуйтесь скидками», в рамках которой потребителям предлагалось приносить старое или бывшее в употреблении электрическое и электронное оборудование, взамен получая 5% скидку на все продукты, приобретенные в магазинах «Volta».

👋 Prieteni, mâine va avea loc campania de reciclare organizată de ECO SAVE în parteneriat cu VOLTA!

👉 Astfel, pe 18 martie, de Ziua Mondială a Reciclării, vă invităm să aduceți în magazinele VOLTA participante la campanie echipamentele vechi sau uzate, iar noi vă vom recompensa cu o reducere de 5% la toate produsele VOLTA!

👉 Haideți să facem un pas înainte pentru mediu și să reciclăm în mod responsabil aceste echipamente. Fiecare gest contează și poate face o diferență pentru viitorul nostru!

*Puteți face cunoștință cu regulamentul campaniei de reciclare pe site-ul ecosave.md.



- Скажи «Пока» электронным отходам - кампания, организованная в Кишиневе платформой «IarmarEco» в течение дня, посвященному устойчивости и экологическим возможностям. Информационный семинар по утилизации был частью мероприятия, и посетителям было предложено принести батареи или электрические и электронные отходы с возможностью получить вознаграждение.

👉 Spune „Pa” deșeurilor electronice!
Pe 23 octombrie, începând cu ora 11:00, te așteptăm la IarmarEco pentru a petrece o zi dedicată sustenabilității și oportunităților ecologice.

👉 Alături de colegii de la Colectez.eu, e-Circular.org și EcoDigital vom organiza aici un atelier de informare cu privire la reciclare.

👉 Totodată, cei care vor aduce baterii sau deșeuri electrice și electronice vor primi premii garantate!

👉 Vă așteptăm cu nerăbdare la IarmarEco!



- «Вы перерабатываете – мы вознаграждаем вас» – акция была организована в День города Кишинева, в ходе которой потребителей призвали сделать экологический жест для своего города и принести использованные батареи, электрическое и электронное оборудование, которые они хранят дома, на переработку. Тех, кто это сделал, наградили экономичными лампочками, удлинителями и фонариками.

👉 Îi zicem la mulți ani Chișinăului dăruindu-i atenția și grija noastră!

👉 Pentru că tot pe 14 octombrie este marcată și Ziua Internațională a Reciclării Deșeurilor Electronice, vă îndemnăm să faceți un gest eco pentru orașul nostru și să ne transmiteți spre reciclare bateriile, precum și echipamentele electrice și electronice pe care le păstrați acasă.

👉 Echipa ECO SAVE în colaborare cu Colectez.eu și e-Circular.org vă va recompensa cu becuri economice, prelungitoare și lanterne! Ne găsim pe 14 octombrie, în centrul capitalei, pe Aleea Artiștilor!

👉 Vă așteptăm cu nerăbdare! Reciclăm împreună pentru o viață mai bună!



Результаты / эффективность	Согласно отчету о деятельности, представленному за 2022 год, организация «Экосбережение» собрала 83,61 тонны отходов электрического и электронного оборудования в результате информационных кампаний и акций.
Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)	Вознаграждение или подарок для тех, кто присоединится к кампании по сбору, а также любые финансовые бонусы, такие как скидки на покупку нового устройства, обычно являются мощным стимулом для привлечения клиентов к использованию системы возврата.
Источник информации	https://www.facebook.com/ecosavemd/posts/pfbid0R8USWbvToUXqtvZ5fALkQ3NMxiJChMgrVjHuAjC1NAoNenuqRg1JoGRqM6NH2q5el https://www.facebook.com/ecosavemd/posts/pfbid02EpYfKJa1sKDvZP1oZF46iV29sYThzoqLeN5hsGY3hqptjTAQvqedK5vFTWh9AHmVI https://www.facebook.com/ecosavemd/posts/pfbid0YgQW84mcixcNJprTvqssnsQGSRN4pEJtcoeyVo5QzY4QYQ2wpUaQcw13w7bxetQbl

4.11 Португалия

Пример успешной практики № 16

Проект «Квартель Электро»	
Основная целевая группа	Потребители / Домохозяйства
Охват	Общенациональный

Описание

Quartel Electrão — это национальный проект, который вовлекает гуманитарные объединения пожарных-добровольцев в повышение осведомленности населения о вторичной переработке по всей стране. Проект реализуется португальской компанией PRO Electrão, занимающейся управлением тремя типами потоков отходов от вышедших из эксплуатации: электрического и электронного оборудования, аккумуляторов и упаковки.

Гуманитарные ассоциации пожарных-добровольцев, которые собирают больше всего отходов от электрооборудования, аккумуляторов и лампочек, получают призы, помогая защищать окружающую среду.



Источник: <https://electrao.pt>

Результаты / эффективность

Итоги 2022 года – 7-е издание:

- Собрано 2294 тонны электронных отходов
- 2 247 тонн электрооборудования
- 39 тонн лампочек
- 8 тонн аккумуляторов
- К акции присоединились 179 пожарных депо.
- 260 000 евро в виде денежных призов для ассоциаций
- Вручено 11 наград: 1 легкая пожарная машина, 3 ваучера на средства защиты и 7 топливных карт.

Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)

Пример хорошего сотрудничества с пожарными-добровольцами, помогающими повысить осведомленность и способствовать сбору.

Источник информации

<https://relatorio-anual-2022.electrao.pt/en/communication-and-awareness/campaign/quartel-electrao>

Пример успешной практики № 17

Проект «Школа Электрао»	
Основная целевая группа	Студенты / Ученики
Охват	Общенациональный
<p>Escola Electrão объединяет школьное сообщество для защиты окружающей среды, перерабатывая электрические отходы и аккумуляторы. Проект реализуется португальской компанией PRO Electrão, занимающейся управлением тремя типами конкретных потоков отходов от вышедших из эксплуатации: электрического и электронного оборудования, аккумуляторов и упаковки.</p> <p>Помимо вклада в защиту окружающей среды, школы, учителя и учащиеся получают награды. Они считают заботу об окружающей среде обязательной дисциплиной. Учащиеся 1-го, 2-го и 3-го циклов могут участвовать в сотрудничестве со школьным сообществом.</p>	
	
<p>Источник: https://electrao.pt</p>	
Результаты / эффективность	<p><u>Итоги 2022 года – 11-е издание:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Собрано 262 тонны электронных отходов: <ul style="list-style-type: none"> - 255 тонн электрооборудования - 5 тонн лампочек - 8 тонн аккумуляторов • 321 школа присоединилась к кампании • 24 000 евро – общая стоимость • Выдано 12 наград (48 ваучеров)
Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)	<p>Такие хорошие примеры сотрудничества между ООП и школами, приводящие к ежегодному сбору большого количества ОЭЭО, имеют высокий потенциал для повторения.</p>
Источник информации	<p>https://relatorio-anual-2022.electrao.pt/en/communication-and-awareness/campaign/escola-electrao</p> <p>Видео: https://relatorio-anual-2022.electrao.pt/en/communication-and-awareness/campaign/escola-electrao</p>

Пример успешной практики № 18

Проект «Сбор от двери до двери»	
Основная целевая группа	Потребители / Домохозяйства
Охват	Лиссабон
<p>Португальская компания ООП Electrão запустила проект по бесплатному сбору бывшего в употреблении крупногабаритного электрооборудования из домов граждан. Проект стартовал в июле 2021 года в Лиссабоне под девизом «<i>Будь то на кухне или в гараже, мы возьмем на переработку</i>».</p> <p>Проект, являющийся пионером в Португалии и Европе, направлен на противостояние параллельному рынку и предлагает гражданам более удобное решение для доставки отходов данного вида. В 2022 году он охватывал тринадцать населенных пунктов в Лиссабоне.</p>	
	
<p>Источник: https://electrao.pt</p>	
Результаты / эффективность	<p><u>Результаты 2022 года:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Собрано 66 тонн электронных отходов • 19 населенных пунктов из 2 муниципалитетов • 848 сборов • В среднем 100 кг за раз
Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)	<p>Сбор «от двери до двери» непосредственно у домохозяйств всегда является хорошим способом стать ближе к потребителю. Обычно предоставляется номер телефона или онлайн-форма, а в некоторых случаях муниципалитеты делают объявления своим жителям. Этот метод имеет большой потенциал для тиражирования (в зависимости от затрат, необходимых для транспортировки ОЭЭО).</p>
Источник информации	<p>https://relatorio-anual-2022.electrao.pt/en/communication-and-awareness/campaign/porta-a-porta</p>

4.12 Румыния

Пример успешной практики № 19

ECOTIC LIFE+ Caravan – Повышение осведомленности о важности экологически безопасного обращения с ОЭЭО среди определенных целевых групп

Основная целевая группа

Студенты / Ученики

Охват

Общенациональный

Описание

Основой информационной кампании проекта стал «ЭКОТИК-Караван» — автомобиль, купленный поддержанным и приспособленный под мобильный выставочный зал (вместимостью среднего школьного класса). Эта мобильная выставка – новинка в Румынии – была оборудована для демонстрации 10 образцов разобранных типовых электронных устройств, таких как стиральная машина и мобильный телефон. Интерьер предоставил информацию и помог повысить осведомленность об опасностях для окружающей среды, связанных с ОЭЭО, а также о возможностях переработки и повторного использования. Планшеты также были доступны для посетителей (в основном школьников), чтобы играть в специальную «Игру ОЭЭО», разработанную в ходе проекта.

Кампания была направлена на повышение осведомленности и предоставление информации о:

- Опасных веществах в ОЭЭО;
- Утилизации электронных устройств;
- Электронном оборудовании, потенциально наиболее вредном для окружающей среды и здоровья человека;
- Расположении пунктов сбора; и
- Дальнейшей переработке и утилизации электронных отходов.



Источник: www.ecotic.ro

Результаты / эффективность

Проект оказался очень успешным и косвенно привел к повышению уровня сбора в стране.

	В ходе проекта «ЭКОТИК-Караван» посетил 206 школ и почти 85000 учеников посетили выставку, приняв участие в 765 экологических мероприятиях. На 54 дополнительных остановках, на автостоянках крупных розничных магазинов, информацию по продвигаемой теме получили еще 33 000 посетителей.
Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)	Такая практическая демонстрация подтверждает принцип «лучше один раз увидеть, чем 100 раз услышать» и непосредственно демонстрирует участникам разобранные приборы, что может стать привлекательным подходом, особенно для школьников и студентов.
Источник информации	https://www.ecotic.ro/en/ecotic-projects/ecotic-life-caravan/

4.13 Словакия

Пример успешной практики № 20

Школьная программа «Игры в переработку»	
Основная целевая группа	Студенты / Ученики
Охват	Школы
<p>Описание</p> <p>В 2011 году одна из словацких ООП ASEKOL SK запустила школьную программу утилизации «Игры в утилизацию», направленную на расширение знаний учащихся о сортировке и переработке отходов и предоставление им возможности получить личный опыт использования системы возврата бывших в употреблении небольших электроприборов и батареек.</p> <p>Это долгосрочная образовательная программа, направленная на улучшение отношений детей с окружающей средой посредством тематических заданий, практических игр и викторин, а также путем непосредственного участия учеников в сборе мелких электрических отходов и батареек в контейнеры, которые школы могут арендовать бесплатно. За сбор и выполнение заданий школы получают баллы, на основе которых они могут получить интересные награды, такие как товары для творчества или спорта, игры, школьные принадлежности или энциклопедии и экспериментальные наборы.</p> <p>В сотрудничестве с оператором мобильной связи Orage Slovakia с 2019 года в словацких школах проводится конкурс под названием «SMS - Старый мобильный здесь!» с целью сбора неиспользуемых мобильных телефонов.</p>	



Источник: ASEKOL SK

Результаты / эффективность	<p>В 2022 году был проведен конкурс по сбору мобильных телефонов с хорошим результатом – 24 506 единиц.</p> <p>В настоящее время в этой программе зарегистрировано более 1300 школ (июнь 2023 г.).</p>
Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)	<p>Учащиеся могут иметь огромное стремление к сбору электронных отходов, активные же из них могут положительно влиять на других, а также способствовать изменению поведения в своих домохозяйствах и за их пределами.</p> <p>Возможность тиражирования в других школах.</p>
Источник информации	<p>http://www.recyklohry.sk/sk/</p>

Пример успешной практики № 21

Концерт группы Hurra Torpedo в Братиславе, Словакия, при поддержке ООП ASEKOL SK	
Основная целевая группа	Потребители / Домохозяйства
Охват	Общенациональный

Описание

Норвежское трио Hurra Torpedo имеет свой арсенал музыкальных инструментов, взятых прямо со своих кухонь. Вышедшие из эксплуатации духовки, посудомоечные машины, стиральные машины, микроволновые печи или сушилки – Hurra Torpedo играет на этих и других инструментах уникальным образом, исполняя хиты Леди Гаги, Робин, Бонни Тайлер, The Pixies и многих других.

Важность раздельного сбора ОЭЭО подчеркивается деятельностью группы.

ООП ASEKOL SK предоставил бывшую в употреблении технику, собранную по схеме возврата для данного выступления.



Источник: youtube.com

Результаты / эффективность

Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)

Такая нетрадиционная инициатива представляет собой одно из очень привлекательных средств повышения осведомленности по данной теме, донося информацию, особенно до молодежи.


Источник информации

<https://www.odpady-portal.sk/Dokument/102966/asekol-sk-vas-pozyva-na-koncert-hurra-torpedo.aspx>

Пример успешной практики № 22


<p>Кампания сбора от двери до двери «Уборка Словакии», проводимая ООП SEWA в сотрудничестве с одним из крупнейших розничных продавцов ЭЭО в стране.</p>	
<p>Основания целевая группа</p>	<p>Потребители / Домохозяйства</p>
<p>Охват</p>	<p>Общенациональный</p>
<p>Описание</p> <p>Кампания призвала домохозяйства сообщать о заинтересованности в сборе старой бытовой техники через:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специализированный сайт (создан в рамках кампании), - выделенный номер телефона, - непосредственно в магазине электроники. 	
	
<p>Источник: odpady-portal.sk</p>	
<p>Результаты / эффективность</p>	<p>Итоги первого года реализации проекта (начало в августе 2015 г.): собрано 7 899 единиц техники от более чем 3 500 домохозяйств в общей сложности (почти 300 тонн). По большей части:</p> <ul style="list-style-type: none"> - телевизоры (2 804), - холодильники и морозильники (2 050), - стиральные и сушильные машины (1 256).
<p>Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)</p>	<p>Сбор товаров «от двери до двери» непосредственно у домохозяйств всегда является хорошим способом стать ближе к потребителю. Как и в этом случае, обычно предоставляется номер телефона или онлайн-форма, а в некоторых случаях муниципалитеты делают объявления своим жителям. Этот метод имеет большой потенциал для тиражирования (в зависимости от затрат, необходимых для транспортировки ОЭЭО).</p>
<p>Источник информации</p>	<p>https://www.odpady-portal.sk/Dokument/102535/nay-a-sewa-budu-opat-zbierat-elektroodpad-po-celom-slovensku.aspx</p>

Пример успешной практики № 23

Кампания «Электронная дератизация», проводимая ООП SEWA	
Основная целевая группа	Компании / учреждения
Охват	Общенациональный
Описание	<p>Кампания призвала компании обращаться для сбора старых электронных приборов, заполнив специальную форму, доступную на веб-сайте ООП.</p> 
Результаты / эффективность	<p>Результаты 2017 года:</p> <ul style="list-style-type: none"> - собрано 629 тонн ОЭЭО от 392 компаний и учреждений, больше всего IT и телекоммуникационной электроники в количестве 320 тонн.
Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)	<p>Эта кампания предоставляет компаниям возможность бесплатно избавиться от своего компьютерного оборудования с истекшим сроком службы, в противном случае им пришлось бы нанять компанию, уполномоченную управлять ОЭЭО, чтобы выполнить свое обязательство по обеспечению экологически безопасного управления этим типом и всеми остальными видами отходов, образующихся в помещениях компании.</p>
Источник информации	https://www.sewa.sk/e-deratizacia-2018/

4.14 Словения

Пример успешной практики № 24

Кампания по сбору ОЭЭО «Отходы полезны»	
Основная целевая группа	Студенты / Ученики, Потребители / Домохозяйства
Охват	Школы в Помурье, Словения
Описание	
<p>Эта кампания по сбору ОЭЭО в школах региона Помурье в Словении была организована Организацией по ответственности производителей ZEOS d.o.o. и местными поставщиками коммунальных услуг.</p> <p>Кампания поощряла сбор и надлежащее обращение с ОЭЭО в школах региона Помурье и в местных центрах сбора отходов.</p> <p>Кампания также была представлена всем жителям области.</p> <p>Кампания ежедневно рекламировалась по местному радио. Плакаты с информацией о кампании также часто размещались в общественных местах.</p>	
<p>Школа, ученики которой собрали наибольшее количество ОЭЭО, была награждена концертом одного из популярных словенских исполнителей. Результаты каждой школы ежедневно обновлялись на электронном портале и были всем видны, поэтому школы соревновались между собой.</p>	
<p>В рамках кампании также проводились и другие мероприятия:</p> <ul style="list-style-type: none">- конкурс на создание новых продуктов из ОЭЭО;- изготовление ящика для отработанных батареек, ламп и мелких ОЭЭО.	
Источник: ZEOS.si	



<p>Результаты / эффективность</p>	<p>Итоги кампании 2016 года:</p> <ul style="list-style-type: none"> - участие 26 школ, - участие 18 муниципалитетов (69 000 жителей), - Собрано 207 тонн ОЭЭО.
<p>Объяснение ключевых выводов (например, потенциальные движущие силы и барьеры, извлеченные уроки, потенциал для успешного повторения)</p>	<p>Учащиеся могут иметь огромное стремление к сбору электронных отходов, а активные из них могут положительно влиять на других, а также способствовать изменению поведения в своих домохозяйствах и за их пределами.</p> <p>Предвосхищение получения приза плюс возможность видеть текущие результаты в режиме онлайн еще больше повышают конкурентоспособность школ.</p> <p>Возможность тиражирования в других школах.</p>
<p>Источник информации</p>	<p>www.zeos.si</p>

4.15 Объединенные Арабские Эмираты

Пример успешной практики № 25

Кампания по сбору электронного лома	
Основная целевая группа	Студенты / ученики
Охват	Школа наследия GEMS, Дубай
<p>Описание</p> <p>Для того, чтобы привлечь больше людей к усилиям по защите окружающей среды, важно вовлечь молодое поколение. «Поймай их молодыми» таким был девиз во время совместной акции журналов Waste & Recycling MEA и YES Full Circle по сбору электронного лома в Школе наследия GEMS, Гархуд, Дубай, которая проводилась во время празднования Всемирного дня окружающей среды 2022 года.</p> <p>Кампания прошла очень успешно, учащиеся с 1 по 5 классы с энтузиазмом приняли участие в сборе большого количества отслуживших свой срок электронных устройств в своих домах, чтобы бросить их в ящик для сбора электронных отходов, установленный на территории школьного городка. Он был заполнен такими предметами, как зарядные устройства, клавиатуры, мобильные телефоны, ноутбуки, электронные игрушки и т. д., которые были собраны YES Full Circle для переработки в конце кампании.</p>	
 	
<p>Призы были вручены организацией Waste & Recycling MEA тем детям, которые собрали наибольшее количество вышедших из эксплуатации электронных предметов. Учащимся рассказали о важности разделения источников и переработки электронных отходов в рамках кампании.</p>	
Результаты / эффективность	
<p>Объяснение выводов, потенциальные силы и барьеры, уроки, успешного повторения)</p> <p>ключевых (например, движущие силы, потенциал для успешного повторения)</p>	<p>Учащиеся могут иметь огромное стремление к сбору электронных отходов, а активные из них могут положительно влиять на других, а также способствовать изменению поведения в своих домохозяйствах и за их пределами.</p> <p>Возможность тиражирования во всех школах.</p>

5 Заключение

Принимая во внимание исследованное соотношение между ЭЭО, выпускаемым на рынок, и количеством электронных отходов, собираемых для надлежащего управления на глобальном, региональном или местном уровне, мы можем сделать вывод о том, что осведомленность общественности о последствиях, наносимых отходами электронных устройств для здоровья и окружающей среды, по-прежнему недостаточна, и такую работу необходимо активизировать.

Существует много принципов, которые могут положительно стимулировать успех и эффективность деятельности, направленной на расширение участия потребителей в системе возврата, в их обучении экологически обоснованному обращению с электроникой, отслужившей свой срок, или в отношении мер, которые необходимо принять на этапе проектирования изделий.

Кампании, в которой используется несколько коммуникационных каналов, всегда обеспечивают хороший охват выбранных целевых групп. Как видно, наиболее часто используемые из них включают социальные сети, информацию на веб-сайтах, телевизионную рекламу или радиообъявления. Закрытые сообщества также используют распространение информации, например, с помощью объявлений в муниципалитетах, плакатов в школах или через учителей в классах. Размещение ящиков для сбора с соответствующей информацией в популярных местах в торговых центрах, школах или муниципалитетах оказывается хорошим инструментом, побуждающим потребителей действовать и приносить свои небольшие устройства с истекшим сроком службы.

Когда дело касается сбора старых мобильных телефонов, сотрудничество со службами доставки, такими как почта или сеть точек доставки онлайн-продаж, которые, как правило, многочисленны, и предоставление возможности бесплатно отправить мобильный телефон для повторного использования или восстановления, является более удобным для граждан и приводит к хорошей эффективности сбора. Конечно, это должно сопровождаться масштабной информационной кампанией с четкими правилами.

Некоторые примеры из практики показывают, что тщательный выбор используемых и адаптированных к поведению целевой аудитории медиа (и, например, даже жанров подготовленных видеороликов) помогает эффективно донести сообщение для участника кампании.

Есть также инициативы, которые углубляются в происхождение материалов, используемых для производства мобильных телефонов, и последствий их эксплуатации. Это дополняет сообщение для потребителей о рисках ненадлежащего управления электронными отходами и важности увеличения их сбора для надлежащего и экологически безопасного управления. Помимо этого, часть участников кампании также подчеркивают важность продления жизни электрического и электронного оборудования путем ремонта неисправностей, и для содействия этому они организуют ремонтные кафе и мастерские в рамках кампаний.

Как было отмечено в ходе обсуждения на онлайн-обучении заинтересованных сторон в рамках проекта, также важно учитывать опасения потребителей по поводу их персональных данных, поскольку это часто становится препятствием для использования систем обратного сбора, особенно для вычислительного оборудования и мобильных телефонов. Многие инициативы реагируют на эту проблему, пытаясь развеять сомнения относительно неправомерного использования личных данных в электронных устройствах и сообщить о безопасном удалении оставшихся данных.

Пример хорошего сотрудничества с пожарными-добровольцами, помогающими повысить осведомленность и облегчить сбор ЭЭО, примечателен и подчеркивает сетевые возможности различных учреждений. Другие кампании указывали на использование определенных общественных или частных мест для размещения ящика для сбора, таких как библиотеки, офисы государственной администрации или помещения компаний.

Другим важным аспектом, ведущим к постепенному увеличению базы знаний и осведомленности потребителей по теме, является регулярное повторение кампаний, как правило, ежегодно или в течение школьного учебного года. Повторение (или частота упоминания сообщений во время разовой кампании) всегда полезно, поскольку оно может помочь улучшить формирование ассоциаций и предпочтений, а также повлиять на отношение и поведение потребителей в течение длительного периода времени.

6 Рекомендации по повышению осведомленности и образованию

Следующие рекомендации представляют собой примеры успешного подхода, примененные и наблюдаемые в ходе исследования и сбора примеров передовой практики для подготовки главы 4 настоящего документа, и они также основаны на предыдущих проектах и опыте исполнителя и партнеров этого проекта.

- ✓ Участие студентов/учеников в сборе и распространении информации об ОЭЭО может иметь плодотворные результаты, так как они часто развивают позитивное стремление к деятельности и проявляют большой энтузиазм, особенно если они могут быть вознаграждены каким-либо призом или подарком. Такая группа может очень положительно повлиять на других учеников и создать конкурентную среду во всей школе.
- ✓ Включение платы за утилизацию в цену ЭЭО может привести к возможности предоставления скидок дистрибьюторами, при условии, что используется система возврата и старые приборы передаются для надлежащей утилизации. Такие финансовые бонусы обычно представляют собой самый мощный инструмент для стимулирования потребителей к использованию системы возврата. Надлежащее отображение информации о скидке (например, на сайте дистрибьютора или в его помещении) помогает покупателям подумать о возврате до покупки.
- ✓ Сборы, уплачиваемые производителями для покрытия расходов на РОП в рамках систем коллективной ответственности производителей, должны быть прозрачными, и полезно, чтобы сборы были видны при покупке продукта. Они могут быть важны для покупателей, чтобы понять стоимость сбора и утилизации продукта, когда он становится отходами, и могут представлять собой хороший инструмент для повышения осведомленности

общественности уже в точке продажи. В Словакии плата за утилизацию (за исключением профессиональных продуктов B2B) обязательно указывается на этикетке продукта, на упаковке или в предоставленной документации (например, счете-фактуре, счете).

- ✓ Часто возможно воспроизведение подходов посредством различных мероприятий. Соответствующим заинтересованным сторонам (например, школам, НПО, PRO) рекомендуется воспринимать деятельность других и анализировать или узнавать, как они принесли успех с точки зрения вовлечения потребителей (или учащихся) в сбор, каковы были движущие силы и результаты различных средств коммуникации и усилий.
- ✓ Предвкушение приза, вознаграждения или какого-либо бонуса плюс возможность видеть текущие результаты в режиме онлайн, как правило, еще больше повышает конкурентоспособность школ или отдельных лиц.
- ✓ Визуальные инструменты, такие как демонстрация разобранных приборов и их компонентов, подтверждает принцип «лучше один раз увидеть, чем 100 раз услышать» и могут представлять собой привлекательный подход, особенно для школьников и студентов.
- ✓ Единая онлайн-карта всех точек сбора, доступных на национальном уровне, всегда является сильным инструментом для облегчения получения правильной информации о возможности сдачи электронных отходов через сеть и повышает удобство для потребителей.
- ✓ Понимание процесса, который проходят сданные устройства и приборы после их получения, повышает прозрачность и достоверность кампании и может привлечь больше людей или усилить интерес участников. Такие варианты могут включать, например:
 - возможность выбора донора пожертвования для каждого данного устройства (где применимо);
 - возможность отслеживать путь переданных электронных отходов (или, по крайней мере, информацию, предоставляемую заинтересованным потребителям);
 - регулярно обновляемая информация об уже собранных в результате деятельности объемах электронных отходов;
 - информация о средствах безопасного удаления всех остаточных данных, особенно с таких устройств, как мобильные телефоны.

Ссылки на использованные источники

Пуикли, К. Конкретизация роли расширенной ответственности производителя в законодательстве и политике Европейского Союза по отходам через призму экономики замкнутого цикла. Форум ЭРА 20, 491–508 (2020).

<https://doi.org/10.1007/s12027-020-00596-9>

Проекты практических руководств Базельских конвенций по расширенной ответственности производителя и системам финансирования для экологически безопасного управления (2017 г.)

<http://www.basel.int/Portals/4/download.aspx?d=UNEP-CHW.13-INF-8.English.pdf>

Европейская комиссия (2014 г.) Разработка руководства по расширенной ответственности производителя (РОП)

https://ec.europa.eu/environment/pdf/waste/target_review/Guidance%20on%20EPR%20-%20Final%20Report.pdf

Форти В., Бальде К.П., Кюр Р., Бел Г. Глобальный мониторинг электронных отходов 2020: количество, потоки и потенциал экономики замкнутого цикла. Университет Организации Объединенных Наций (УООН)/Учебный и научно-исследовательский институт Организации Объединенных Наций (ЮНИТАР) – совместно организованная программа SCYCLE, Международный союз электросвязи (МСЭ) и Международная ассоциация по твердым отходам (МАТО), Бонн/Женева/Роттердам.

https://ewastemonitor.info/wp-content/uploads/2020/11/GEM_2020_def_july1_low.pdf

EASIN, «Остерегайтесь чужаков» - руководство для успешной информационной кампании,

<https://easin.jrc.ec.europa.eu/easin/Document/BewareofAliens/EU-IAS-MANUAL.pdf>

Миграция, убежище, веб-сайт Региональной инициативы беженцев, по состоянию на 30 июня 2023 г.

<https://toolboxes.marri-rc.org.mk/>