**Kampaň Jihomoravského kraje**[**#**](https://cs.wikipedia.org/wiki/K%C5%99%C3%AD%C5%BEek_%28znak%29)**KrajBezPlastu**

1. **Bezprostřední opatření vůči krajskému úřadu a příspěvkovým organizacím JMK:**
2. **Osvěta mezi zaměstnanci krajského úřadu a zaměstnanci příspěvkových organizací JMK**

Doporučuje se naplánovat a uskutečnit pozitivní kampaň a osvětu mezi zaměstnanci krajského úřadu formou seminářů a informací ve vnitřním zpravodaji. Osvětu se doporučuje realizovat s maximálním využitím existujících kapacit, jak ve smyslu zajištění školicích místností, tak i ve smyslu zajištění přednášejících. V případě zaměstnanců příspěvkových organizací se doporučuje jednotlivým odborům krajského úřadu prezentovat kampaň [#](https://cs.wikipedia.org/wiki/K%C5%99%C3%AD%C5%BEek_%28znak%29)KrajBezPlastu prostřednictvím porad, které se pravidelně konají s řediteli příspěvkových organizací a ekonomy příspěvkových organizací.

Potřebné výdaje: bez finančního dopadu.

1. **Důsledné třídění odpadů**

V rámci krajského úřadu i v rámci zřízených příspěvkových organizací se doporučuje důsledně uplatňovat principy separace a dbát na třídění veškerých produkovaných odpadů, v případě potřeby pořídit nádoby na třídění odpadů v optimálním počtu.

Potřebné výdaje:

* v případě krajského úřadu bez finančního dopadu, nádoby na separaci odpadu jsou k dispozici,
* v případě příspěvkových organizací mohou vzniknout výdaje na pořízení nádob na třídění odpadu, je-li stávající kapacita nedostačující; bude hrazeno z provozních prostředků organizací.
1. **Ekologicky odpovědný nákup pohoštění**

Doporučuje se omezit nákup vody v PET lahvích, nákup jednotlivě balených cukrů, jednotlivě balené smetany do kávy. Namísto toho se doporučuje používat kohoutkovou vodu a potřebnou velikost balení potravin tak, aby došlo rovněž k úspoře finančních prostředků. Opatření kromě toho zvýší efektivitu nákupu zboží k pohoštění a umožní nakoupit větší množství jiných komodit v rámci tzv. „reprefondu“.

Potřebné výdaje: drobné výdaje na dovybavení sekretariátů (džbány na vodu, cukřenky apod.) tam, kde dosud nejsou pořízeny.

1. **Ekologicky odpovědný nákup reklamních předmětů**

Pro účely propagace se doporučuje nenakupovat nerecyklovatelné výrobky zatěžující životní prostředí a reklamní předměty jednotlivě balené v plastových obalech, namísto toho se doporučuje preferovat výrobky z recyklovatelných materiálů. Dále se doporučuje analyzovat reálnou potřebu nákupu reklamních předmětů s cílem optimalizace jejich množství.

Potřebné výdaje: nevyvolává další výdaje, nicméně nákup papírových tašek může být nákladnější než nákup plastových tašek; lze kompenzovat nákupem menšího množství předmětů a snahou neplýtvat reklamními předměty.

1. **Medializace směrem k veřejnosti a externím subjektům**

Medializaci se doporučuje realizovat prioritně v elektronické podobě: využití www stránek JMK a www stránek Projektu Zdravý kraj, newsletteru pro obce, Facebooku JMK a Facebooku Projektu Zdravý kraj.

Osvěta směrem k veřejnosti a ostatním subjektům bude dále realizována zejména prostřednictvím:

* sdílení dobré praxe krajského úřadu (v rámci konferencí a setkání, zaměřených např. na společenskou odpovědnost, setkání zdravých měst a krajů, www stránek Národní sítě zdravých měst apod.),
* periodik vydávaných JMK ať již v tištěné formě nebo elektronicky (např. Jihomoravské ekolisty, „Rodinka“, „Senior pas“, newsletter JMK, newsletter Projektu Zdravý kraj) – k danému tématu lze v těchto periodicích publikovat články a inspirace,
* informování municipalit zapojených do Projektu Zdravý kraj prostřednictvím pravidelného setkávání s koordinátory Projektu zdravá municipalita a newsletteru Projektu Zdravý kraj,
* medializace kampaně v rozhlasu a tisku včetně vydání tiskové zprávy bezprostředně po zahájení kampaně.

Potřebné výdaje: bez finančního dopadu.

**II.** **Opatření dlouhodobějšího charakteru vůči jednotlivým cílovým skupinám**

1. **Zaměstnanci krajského úřadu a příspěvkových organizací JMK**

**a) Motivace k využívání neplastových obalů**

Doporučuje se zájemcům z řad zaměstnanců pořídit obědové krabičky, ve kterých si mohou odnést z restaurace jídlo namísto použití jednorázových polystyrenových boxů a pořídit zaměstnancům látkové nákupní tašky. Příspěvkové organizace (zejména domovy důchodců, ústavy sociální péče) mohou být zainteresovány výrobou látkových obalů na odnos potravin v rámci terapie.

Doporučuje se provádět osvětu u zaměstnanců např. zapojením krajského úřadu do kampaně [#](https://cs.wikipedia.org/wiki/K%C5%99%C3%AD%C5%BEek_%28znak%29)Nepetuj formou nákupu propagačních samolepek a jejich následnou distribucí.

Potřebné výdaje:

* výdaje na nákup motivačních předmětů pro zaměstnance, termín pořízení předmětů a jejich množství se bude odvíjet od disponibilních zdrojů rozpočtu,
* výdaje na nákup samolepek v rámci kampaně [#](https://cs.wikipedia.org/wiki/K%C5%99%C3%AD%C5%BEek_%28znak%29)Nepetuj.

**b) Omezení jednorázových nápojových kelímků**

Doporučuje se zaměstnancům, aby u zásobníků na pitnou vodu v rámci krajského úřadu používali vlastní nádoby namísto jednorázových kelímků. Při obměně nápojových automatů pořizovat jen takové, které umožňují vydat nápoj do vlastní nádoby.

Potřebné výdaje: bez finančního dopadu.

1. **Obce**

**a) Příspěvek obcím na pořádání kampaní**

Příspěvek by byl poskytován obcím, které jsou zapojené do Projektu Zdravý kraj na podporu opatření směřujících k omezení produkce plastového odpadu (např. na nákup vratných kelímků využitelných při pořádání společenských akcí, nákup motivačních předmětů apod.). Příspěvek lze realizovat buď dodavatelsky částečnou úhradou nákladů za nákupy nebo služby, anebo formou dotace v rámci dotačního programu Zdravé municipality (např. na realizaci kampaní).

U obcí, které nejsou zapojeny do Projektu Zdravý kraj mohou orgány JMK rozhodnout o poskytnutí individuální dotace na obdobné aktivity na základě zaslané žádosti. Obdobně by bylo možné postupovat v případě jiných subjektů v JMK (např. sportovní oddíly a jiné spolky), které přispívají ke kulturnímu životu v obcích pořádáním celé řady akcí.

Potřebné výdaje: výdaje na konkrétní podporu obcí lze hradit v rámci výdajů rozpočtu JMK, akce Projekt Zdravý kraj a MA21 nebo prostřednictvím dotačního programu Zdravé municipality, případně z akce Pomoc obcím JMK. Výdaje na podporu ostatních subjektů lze realizovat z prostředků vyčleněných na individuální dotace.

**b) Motivace obcí JMK k zapojení se do kampaně** [**#**](https://cs.wikipedia.org/wiki/K%C5%99%C3%AD%C5%BEek_%28znak%29)**Nepetuj**

Obce lze motivovat například prostřednictvím porad vedení JMK, případně krajského úřadu se starosty obcí a tajemníky obecních úřadů. Dále lze k informování obcí využít newsletter JMK.

Potřebné výdaje: bez finančního dopadu.

**c) Omezení plastových nákupních tašek u venkovských prodejen**

V rámci dotačního programu JMK Podpora provozu venkovských prodejen lze zavést motivační opatření v rámci hodnotících kritérií dotačního programu. Jedná se např. o přidělení bonusových bodů při posuzování žádosti o dotaci.

Potřebné výdaje: bez finančního dopadu.

1. **Žáci a studenti škol**

Doporučuje se propagovat kampaň formou osvěty u žáků a studentů škol JMK aktivním zapojením jednotlivých škol formou realizace školních soutěží na téma eliminace plastových odpadů (např. soutěže v tvorbě plakátů, sloganů apod.), dále je možná i spolupráce se studentskými parlamenty nebo propagací kampaně #Nepetuj ve školách. O existenci a záměrech kampaně se doporučuje informovat ředitele škol prostřednictvím pravidelných porad odboru školství s řediteli příspěvkových organizací. V případě zařízení nezřízených JMK bude kampaň propagována prostřednictvím Facebooku a internetových stránek JMK.

Potřebné výdaje:

* osvěta může být realizována prostřednictvím učitelů škol v rámci učebních hodin,
* odměny pro vítěze soutěží lze hradit v rámci výdajů rozpočtu JMK, akce Projekt Zdravý kraj a MA21,
* pořízení předmětů v rámci kampaně #Nepetuj dle možností rozpočtu z provozních prostředků škol nebo s využitím účelově určených příspěvků z rozpočtu JMK.
1. **Podnikatelské subjekty**

Doporučuje se propagace principů kampaně prostřednictvím:

* volených představitelů JMK v rámci jejich setkávání se zástupci podnikatelské sféry – při jednáních představitelů JMK s podnikatelskými subjekty informovat o kampani a zdůraznit pozitivní vliv na PR, pokud se daný subjekt do kampaně zapojí,
* zohlednění myšlenek kampaně při realizaci veřejných zakázek JMK i zakázek příspěvkových organizací – při nákupu zboží a služeb je vhodné preferovat dodavatele, nabízející obalové materiály nezatěžující životní prostředí,
* aplikace těchto principů v rámci oficiálních návštěv představitelů JMK v obcích a u dalších subjektů – v rámci oficiálních návštěv pořádaných představiteli JMK využití takových cateringových služeb, které nepoužívají jednorázové nádobí a obaly,
* osobního přístupu jednotlivých zaměstnanců JMK i příspěvkových organizací.

Potřebné výdaje: bez finančního dopadu.