



Co-funded by  
the European Union



Erasmus+  
Enriching lives, opening minds.



# ZELENI PRIRUČNIK ZA RAD S MLADIMA

- 2022 / 2023 -



# SADRŽAJ

Uvod.....	1
• Ciljevi.....	2
Ključni koncepti .....	4
• Definicija održivog razvoja i njegov značaj.....	4
• Ključni pojmovi povezani s klimatskim promjenama i zaštitom okoliša. ....	11
• Ugljični otisak i njegovo smanjenje.....	13
• Greenwashing – obmanjivanje javnosti o ekološkoj održivosti .....	15
Smjernice za planiranje i provođenje aktivnosti.....	21
• Ciljevi i koraci u planiranju održivih aktivnosti za mlade. ....	21
• Razvijanje svijesti i znanja o klimatskim promjenama.....	23
• Metode i alati za uključivanje mladih u teme klimatskih promjena i održivog razvoja.....	25
• Primjeri održivih aktivnosti.....	28
Rad s mladima na temu greenwashinga.....	34
• Uvod u greenwashing i njegove posljedice.....	35
• Primjeri greenwashinga.....	38
• Održive alternative u borbi protiv greenwashinga.....	48
• Razvoj kritičkog mišljenja i sposobnosti prepoznavanja greenwashinga.....	50
• Interaktivne igre i vježbe.....	52
Primjeri dobre prakse i smjernice za zelenu transformaciju organizacija.....	66
• Savjeti za restrukturiranje organizacija prema održivim praksama.....	69
• Inspirativni primjeri uspješnog rada mladih i s mladima u području održivosti održivosti.....	74
Zaključak.....	85
Popis izvora.....	86



## UVOD

---

Ovaj priručnik je jedan od rezultata Erasmus+ projekta pod nazivom **"Greenwashing = Brainwashing"**. Projekt ima ukupnu vrijednost od 60.000 eura i uključuje sudjelovanje triju organizacija: neprofitne organizacije "BACKSLASH" iz Valencije-Španjolska; organizacije "Caribbean Education and Culture Foundation" sa Karipskog otoka St. Maarten; te Udruge "Zaželi" iz Zagreba-Hrvatska. Projekt ima višestruke ciljeve usmjerene na promicanje održivog razvoja, borbu protiv "greenwashinga" te poticanje klimatski neutralnih praksi u radu s mladima. Cilj navedenog projekta je i ojačati organizacije koje rade s mladima, uspostaviti suradničke mreže i razviti inovativne digitalne alate za mjerenje ekološkog otiska. Projekt također ima za cilj podići svijest o "greenwashingu" među organizacijama koje rade s mladima i razviti priručnik kako bi se poboljšala kvaliteta rada tih organizacija. Dodatno, kroz projekt će se razviti deklaracija o klimatski neutralnim aktivnostima od koja će biti potpisana od strane predstavnika europskih neprofitnih organizacija. Projekt teži postizanju međunarodne suradnje, proširivanju mreža, podržavanju zelene transformacije i povećanju svijesti među mladima. Promicanjem aktivnog građanstva i osnaživanjem mladih, projekt teži stvaranju održivije budućnosti i suočavanju s izazovima "greenwashinga" u društvu.

---

# Ciljevi

Glavni cilj ovog priručnika je pružiti sveobuhvatno razumijevanje održivog razvoja i njegove važnosti. To uključuje definiranje održivog razvoja i objašnjavanje njegovih načela, naglašavajući potrebu za zadovoljavanjem sadašnjih potreba bez ugrožavanja budućih generacija. Priručnik ima za cilj stvoriti svijest o međusobnoj povezanosti ekoloških, društvenih i ekonomskih čimbenika u postizanju održivosti te potiče odgovorne i holističke pristupe rješavanju problema poput klimatskih promjena, degradacije okoliša i društvene pravičnosti.

Još jedan cilj je educirati čitatelje o ugljičnom otisku i strategijama za njegovo smanjenje. Priručnik definira ugljični otisak kao ukupne emisije stakleničkih plinova koje proizlaze iz aktivnosti pojedinca ili organizacije te ističe važnost njegovog smanjenja. Pruža praktična znanja i strategije za smanjenje ugljičnog otiska, uključujući informacije o potrošnji energije, prijevozu, gospodarenju otpadom, upotrebi resursa i usvajanju održivih praksi.

Osim toga, jedan od glavnih ciljeva ovog priručnika je podizanje svijesti o "greenwashingu" i omogućavanje čitateljima da prepoznaju slučajeve obmanjujućih ekoloških tvrdnji. "Greenwashing" uključuje obmanjivanje potrošača o ekološkim praksama ili održivosti proizvoda, usluge ili organizacije. Priručnik pruža informacije o "greenwashingu", njegovim posljedicama i uobičajenim strategijama koje se koriste. Oprema čitatelje znanjem i alatima za prepoznavanje znakova "greenwashinga" te nudi uvide u održive alternative i prakse.

Jedan od osnovnih fokusa je podizanje svijesti i znanja o klimatskim promjenama, njihovim uzrocima, utjecajima i potencijalnim rješenjima, posebno među mladima. Priručnik pruža relevantne informacije o klimatskim promjenama, objašnjavajući temeljne procese, ljudski doprinos i posljedice. Ističe hitnost i važnost suočavanja s klimatskim promjenama i nudi praktične akcije i rješenja.

Dodatni cilj je poticanje kritičkog razmišljanja i sposobnosti prepoznavanja "greenwashinga". Priručnik pruža smjernice za razvoj kritičkog razmišljanja o održivosti i nudi strategije za evaluaciju informacija te prepoznavanje pouzdanih izvora. Pomaže čitateljima da prepoznaju taktike "greenwashinga" putem primjera i interaktivnih vježbi, osnažujući ih da donose informirane odluke i podržavaju istinske napore održivosti.

---

Priručnik također ima za cilj pružiti primjere najbolje prakse i smjernice organizacijama za transformaciju u održive entitete. Prikazuje uspješne organizacije koje su implementirale održive prakse te nudi korak-po-korak upute i okvire za integraciju održivosti u operacije i procese donošenja odluka. Cilj priručnika je također inspirirati čitatelje dijeleći uspješne priče o radu s mladima u području održivosti. Prikazuje projekte, inicijative i suradnje koje uključuju mlade ljude, ističući njihov pozitivan utjecaj. Ovi primjeri služe kao motivacija čitateljima da uključe mlade ljude u inicijative održivosti u svojim organizacijama ili zajednicama.

Osim toga, priručnik potiče organizacije da usvoje održive prakse i postanu nositelji promjena u promicanju zelenije budućnosti.

Sveukupno, priručnik ima za cilj inspirirati čitatelje da razmisle o vlastitom ugljičnom otisku, donose informirane izbore i primjenjuju praktična rješenja za smanjenje emisija. Također osnažuje čitatelje da prepoznaju i suoče se s taktikama "greenwashinga", promičući podršku istinskim ekološki odgovornim proizvodima, uslugama i organizacijama. Cilj je stvoriti obrazovanije i svjesnije društvo koje aktivno izaziva "greenwashing", zahtijeva transparentnost i promovira istinske napore održivosti. Priručnik osnažuje pojedince i organizacije da djeluju, donose informirane odluke i doprinose odgovornijoj ekološkoj budućnosti.

Zaključno, priručnik ima za cilj inspirirati čitatelje da razmisle o vlastitom ugljičnom otisku, donose informirane izbore i primjenjuju praktična rješenja za smanjenje emisija. Također osnažuje čitatelje da prepoznaju i suoče se s taktikama "greenwashinga", promičući podršku istinskim ekološki odgovornim proizvodima, uslugama i organizacijama. Cilj je stvoriti obrazovanije i svjesnije društvo koje aktivno izaziva "greenwashing", zahtijeva transparentnost i promovira istinske napore održivosti. Priručnik osnažuje pojedince i organizacije da djeluju, donose informirane odluke i doprinose odgovornijoj ekološkoj budućnosti.



# KLJUČNI KONCEPTI

## Definicija održivog razvoja i njegov značaj


Održivi razvoj, kako je definiran u izvješću "Our common future" Svjetske komisije za okoliš i razvoj iz 1987. godine, jest "razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjih generacija, a da se ne ugrožava sposobnost budućih generacija da zadovolje vlastite potrebe". On teži usklađivanju ekonomske izgradnje s očuvanjem uravnoteženog društvenog i ekološkog okvira.

Godine 2001. Europska unija (EU) usvojila je strategiju održivog razvoja, koja je kasnije revidirana 2006. godine. Ta revidirana strategija postavila je dugoročnu viziju u kojoj ekonomska rast, društvena kohezija i zaštita okoliša surađuju i međusobno se podržavaju.

Pregled strategije od strane Europske komisije 2009. godine istaknuo je trajne izazove koje neodrživi trendovi predstavljaju i potrebu za povećanim naporima u njihovom rješavanju. Međutim, također je priznao napredak EU-a u integriranju načela održivog razvoja u različite politike, uključujući trgovinu i razvoj. Nadalje, EU je prepoznat kao lider u suočavanju s klimatskim promjenama i zagovaranju nisko-ugljičnog gospodarstva.

Održivi razvoj formalno je postao jedan od dugoročnih ciljeva Europske unije prema članku 3(3) Ugovora o Europskoj uniji.

Prvi značaj klimatske neutralnosti i održivog razvoja svakako je ublažavanje klimatskih promjena. Klimatske promjene su hitno globalno pitanje koje proizlazi iz nakupljanja stakleničkih plinova u atmosferi, prvenstveno zbog ljudskih aktivnosti kao što su sagorijevanje fosilnih goriva, krčenje šuma i industrijski procesi. Klimatska neutralnost odnosi se na postizanje ravnoteže između emisija stakleničkih plinova i njihovog uklanjanja iz atmosfere. Stremeći prema klimatskoj neutralnosti, potrebno je aktivno raditi na smanjenju ugljičnog otiska i minimiziranju utjecaja na klimatski sustav. To su nužni potezi jer klimatske promjene imaju dalekosežne štetne posljedice, uključujući rast globalnih temperatura, češće i ozbiljnije ekstremne vremenske događaje, porast razine mora i narušavanje ekosustava. Ovi utjecaji mogu imati ozbiljne implikacije na ljudsko zdravlje, sigurnost hrane, dostupnost vode i općenito stabilnost planeta.



---

Održivi razvoj, koji obuhvaća ekološke, društvene i ekonomske aspekte, usko je povezan s klimatskom neutralnošću. Naglašava potrebu da se zadovolje sadašnje potrebe uz istodobno osiguravanje sposobnosti budućih generacija da zadovolje vlastite potrebe.

Usvajanjem održivih praksi težimo postići ravnotežu između zaštite okoliša, društvenog blagostanja i ekonomskog rasta. U kontekstu klimatskih promjena, održivi razvoj zahtijeva prelazak na obnovljive i čiste izvore energije, promicanje energetske učinkovitosti i štednje, primjenu održivog zemljišnog i resursnog upravljanja te poticanje održivih obrazaca potrošnje i proizvodnje. Iste doprinose smanjenju emisija stakleničkih plinova i usporavanju stope klimatskih promjena. Ublažavanjem klimatskih promjena kroz klimatsku neutralnost i održivi razvoj, štitimo ranjive ekosustave i vrsta, osiguravamo dostupnost ključnih resursa poput čistog zraka i vode te štitimo ljudsko blagostanje i izvore egzistencije. To je prioritarna i zajednička odgovornost u suočavanju s klimatskim promjenama putem održivih praksi jer one utječu ne samo na trenutnu generaciju, već i na buduće generacije koje dolaze. (Newton, Rogers 2020)

Drugi važan aspekt klimatske neutralnosti i održivog razvoja leži u upravljanju okolišem. Održivi razvoj prepoznaje da su resursi Zemlje ograničeni i povezani, te da ljudske aktivnosti mogu imati značajan utjecaj na okoliš. Usvajanjem održivih praksi, možemo djelovati kao odgovorni zaštitnici okoliša, čuvajući ga za sadašnje i buduće generacije. Upravljanje okolišem uključuje zaštitu i očuvanje prirodnih resursa, očuvanje biološke raznolikosti i održavanje prirodnih ekosustava kako bi se osiguralo njihovo održivo funkcioniranje. Kroz održive prakse promičemo i podržavamo očuvanje prirodnih staništa, smanjenje onečišćenja i održivo korištenje resursa. Time se osigurava očuvanje raznolikosti života na Zemlji te dugoročna održivost našeg planeta. Upravljanje okolišem u sklopu održivog razvoja pomaže nam osigurati zdrav i očuvan okoliš za buduće generacije te igra ključnu ulogu u zaštiti prirodnih resursa i dugoročnog blagostanja naše planete. To uključuje minimiziranje onečišćenja, smanjenje otpada i osiguranje održivog upravljanja zemljom i vodom. Usvajanjem održivih praksi, kao što su promicanje obnovljive energije, primjena održivog poljoprivrede i očuvanje prirodnih staništa, možemo ublažiti degradaciju okoliša i sačuvati zdravlje i otpornost ekosustava. Kroz klimatsku neutralnost i održivi razvoj, dolazi do smanjenja ispuštanja štetnih tvari u okoliš, ublažavanja uništavanja staništa i gubitaka ugroženih vrsta te promicanja očuvanja vrijednih ekosustava. Ove mjere su ključne za očuvanje prirodnih ljepota, bioraznolikosti i ekološke ravnoteže planeta.


---

Osim toga, upravljanje okolišem usko je povezano s dobrobiti ljudi. Zdravi ekosustavi pružaju niz ekosustavnih benefita, kao što su čisti zrak i voda, plodno tlo i prirodni resursi koji osiguravaju ljudske izvore egzistencije, sigurnost hrane i gospodarske aktivnosti. Prakticiranjem održivog razvoja i ublažavanjem klimatskih promjena pomažemo zaštititi i održavati te osnovne ekosustavne benefite, osiguravajući dobrobit i kvalitetu života ljudi.

Nadalje, upravljanje okolišem kroz klimatsku neutralnost i održivi razvoj potiče osjećaj povezanosti i poštovanja prema prirodi. Potiče promjenu prema harmoničnijem odnosu s okolišem, prepoznajući da je dobrobit ljudi povezana s zdravljem planeta. Usvajanjem održivih praksi, potiče se dublje poštovanje pojedinca prema prirodi te se razvija odgovornosti i brige prema široj zajednici. (Falkner, R., & Buzan, B., 2019).

Upravljanje okolišem kroz klimatsku neutralnost i održivi razvoj ključno je za očuvanje prirodnih resursa, održavanje zdravlja ekosustava i osiguranje dobrobiti kako sadašnjih tako i budućih generacija. Djelujući kao odgovorni zaštitnici okoliša, doprinosimo održivom i otpornom planetu za sva živa bića.






---

Treća važnost klimatske neutralnosti i održivog razvoja je socijalna pravednost. Održivi razvoj prepoznaje da su zaštita okoliša i društveno blagostanje međusobno povezani i naglašava potrebu za rješavanjem društvenih nejednakosti te osiguravanjem pravednog pristupa resursima, mogućnostima i zdravom okolišu za sve pojedince i zajednice.

Klimatske promjene nerazmjerno utječu na ranjive populacije, uključujući marginalizirane zajednice, skupine s niskim primanjima i regije s ograničenim resursima. Ove skupine često nose najveći teret negativnog utjecaja na okoliš, kao što su povećana izloženost ekstremnim vremenskim uvjetima, nesigurnost u opskrbi hranom i vodom te zdravstveni rizici. Klimatska neutralnost i održivi razvoj imaju za cilj rješavanje ovih nejednakosti i promicanje socijalne pravednosti. Težeći prema klimatskoj neutralnosti, stavlja se naglasak na smanjenje emisija stakleničkih plinova i minimiziranje utjecaja klimatskih promjena. To doprinosi stvaranju pravednije budućnosti smanjenjem tereta sa najranjivijih zajednica i zaštitom njihovog blagostanja. Održivi razvoj također poziva na inkluzivne procese donošenja odluka, osiguravajući da potrebe marginaliziranih zajednica budu ostvarene te da isti budu uključeni u formiranje klimatski održivih politika.

Održivi razvoj ima za cilj osigurati jednake mogućnosti i pristup resursima, osiguravajući da svi mogu prosperirati na održiv i pravičan način. To uključuje pristup čistoj i pristupačnoj energiji, obrazovanju, zdravstvenoj skrbi, stanovanju i mogućnostima zapošljavanja. Usvajanjem održivih praksi, promoviramo društvenu inkluzivnost i rješavamo sistemski nejednakosti koje ometaju društveni napredak. Klimatska neutralnost i održivi razvoj također potiču otpornost zajednica. Investiranjem u održivu infrastrukturu, pripravnost za katastrofe i mjere prilagodbe na klimatske promjene, stvara se otpornost zajednica, posebno onih najranjivijih na klimatske utjecaje. To pomaže smanjiti nejednakosti u sposobnosti suočavanja s klimatskim događajima i oporavkom od njih. Sudjelovanje u klimatskim inicijativama i održivom razvoju pruža i mogućnosti za razvoj vještina, izgradnju kapaciteta i inovacije.

Uključivanjem marginaliziranih skupina u procese donošenja odluka i pružanjem potrebnih resursa i podrške, stvara se pravedno društvo u kojem svi imaju priliku doprinijeti i imati koristi. (Bechauf et al., 2022)



---

Ukratko, klimatska neutralnost i održivi razvoj promiču društvenu pravičnost rješavanjem društvenih nejednakosti, zaštitom ranjivih zajednica, promicanjem inkluzivnog donošenja odluka i osiguravanjem jednakog pristupa resursima i mogućnostima. Stavljanjem prioriteta na socijalnu pravednost u kontekstu klimatskih promjena okrećemo se ka izgradnji održivijeg svijeta u kojem svi pojedinci mogu prosperirati i imati jednak udio u oblikovanju svoje budućnosti.

Četvrti važni aspekt klimatske neutralnosti i održivog razvoja je ekonomska otpornost i inovacije. Prihvatanje klimatske neutralnosti i održivih praksi može imati pozitivan utjecaj na gospodarstvo, poticati otpornost i potaknuti inovacije. Prijelaz na nisko-ugljično i održivo gospodarstvo pruža brojne ekonomske koristi. Smanjenjem ovisnosti o fosilnim gorivima i prijelazom na obnovljive izvore energije, zemlje mogu poboljšati energetska sigurnost, smanjiti troškove energije i smanjiti ranjivost na fluktuacije cijena goriva. Industrije obnovljive energije također imaju potencijal stvaranja novih radnih mjesta i poticanja gospodarskog rasta.

Održivi razvoj potiče energetska učinkovitost i štednju resursa, što može rezultirati uštedama za poslovne i privatne subjekte. Usvajanjem održivih praksi u područjima poput gospodarenja otpadom, očuvanja vode i ekološki prihvatljivih procesa proizvodnje, poslovni subjekti mogu smanjiti operative troškove, poboljšati učinkovitost i stjecati konkurentske prednosti. Osim toga, klimatska neutralnost i održivi razvoj potiču inovacije. Potreba za suočavanjem s izazovima klimatskih promjena i održivosti potaknula je napredak u tehnologijama obnovljive energije, pohrani energije, održivoj poljoprivredi, modelima kružne ekonomije i drugim inovativnim rješenjima. Ove inovacije ne samo da doprinose ublažavanju klimatskih promjena, već i pružaju ekonomske prilike jer mogu potaknuti rast poslovanja, stvarati nova tržišta i privlačiti investicije u zelene industrije.

Održivi razvoj također potiče odgovorne i etičke poslovne prakse. Potrošači sve više traže ekološki prihvatljive i društveno odgovorne proizvode i usluge. Usvajanjem održivih praksi, tvrtke mogu poboljšati svoj ugled, privući ekološki osviještene potrošače i izgraditi dugoročnu lojalnost kupaca. Klimatska neutralnost i održivi razvoj promoviraju dugoročnu ekonomsku otpornost, te pomažu ublažiti rizike povezane s klimatskim promjenama, poput ekstremnih vremenskih događaja, oskudice resursa i poremećaja u lancu opskrbe. Uključivanjem procjena klimatskih rizika i mjera prilagodbe u poslovne strategije, organizacije se mogu bolje nositi s nepovoljnim uvjetima povezanim s klimatskim ekstremima.

Prihvatanjem klimatske neutralnosti i održivog razvoja, zemlje i organizacije mogu se pozicionirati kao lideri u globalnoj tranziciji prema održivijoj budućnosti, te mogu iskoristiti prilike u nastajućim zelenim industrijama, privlačenjem investicija i povećanjem konkurentnosti u fluktuirajućem globalnom gospodarstvu (Fleetwood, 2020).

Klimatska neutralnost i održivi razvoj pružaju ekonomske koristi poput uštede troškova, stvaranja radnih mjesta, inovacija i povećane otpornosti. Integracijom održivosti u gospodarske strategije, možemo potaknuti održivije, inkluzivnije i prosperitetnije gospodarstvo koje balansira zaštitu okoliša, društveno blagostanje i gospodarski rast.

Peti važan aspekt klimatske neutralnosti i održivog razvoja je globalna suradnja i odgovornost. Klimatske promjene i održivost su globalni izazovi koji prelaze nacionalne granice i zahtijevaju zajedničko djelovanje i suradnju među državama, organizacijama, zajednicama i pojedincima diljem svijeta. Rješavanje klimatskih promjena i postizanje ciljeva održivosti zahtijeva međunarodnu suradnju i multilateralne napore. Kroz globalnu suradnju, zemlje trebaju dijeliti znanje, resurse i dobre prakse kako bi ubrzale tranziciju prema niskougljičnim gospodarstvima i potaknule održivi razvoj. Međunarodni sporazumi, poput Pariškog sporazuma, pružaju okvir za zajedničko djelovanje, postavljanje ciljeva i usmjeravanje zemalja u njihovim naporima za smanjenje emisija stakleničkih plinova i prilagodbu utjecajima klimatskih promjena. Klimatska neutralnost i održivi razvoj promiču načelo zajedničkih, ali diferenciranih odgovornosti. Iako sve zemlje imaju ulogu u suočavanju s klimatskim promjenama, razvijene zemlje, povijesno najveći emiteri stakleničkih plinova, imaju veću odgovornost da preuzmu vodeću ulogu u smanjenju emisija i pruže podršku zemljama u razvoju u njihovim naporima za održivi razvoj.



Nadalje, utjecaji klimatskih promjena ne zaustavljaju se na nacionalnim granicama. Porast globalnih temperatura, porast razine mora i ekstremni vremenski događaji imaju transgranične učinke koji utječu na ekosustave, zajednice i gospodarstva diljem regija i kontinenata. Zajedničkim radom, zemlje mogu bolje odgovoriti na, i ublažiti, utjecaje klimatskih promjena, zaštititi ranjive skupine i sačuvati zajedničke prirodne resurse. Globalna suradnja i odgovornost također se protežu izvan nacionalnih vlada prema globalnim korporacijama, tvrtkama, organizacijama civilnog društva i pojedincima. Korporacije igraju veliku ulogu u usvajanju održivih praksi, smanjenju emisija štetnih tvari, primjeni inovacijskih tehnologija i rješenja. Organizacije civilnog društva igraju ključnu ulogu u podizanju svijesti, zagovaranju promjena politika i poticanju društvenih i ponašajnih promjena prema održivosti. Pojedinci pak mogu doprinijeti kroz svoje svakodnevne izbore i akcije, kao što su smanjenje osobnog ugljičnog otiska, podrška održivim proizvodima i uslugama te sudjelovanje u zagovaranju i kolektivnom djelovanju (Martin et al., 2020).

Klimatska neutralnost i održivi razvoj pružaju priliku za zemlje, organizacije i pojedince da se udruže, podijele znanja i informacije, surađuju na projektima i razvijaju osjećaj globalnog građanstva. Odgovornost za zaštitu planeta i njegovih resursa za sadašnje i buduće generacije je zajedničko pitanje svih nacionalnih vlada, globalnih kompanija, zajednica i pojedinaca. Zajednički rad je nužan kako bi se suočili s kompleksnim izazovima klimatskih promjena i održivosti. Potrebno je potaknuti dijeljenje znanja, podržati ranjive zajednice i razviti osjećaj globalne solidarnosti u izgradnji održivijeg i otpornijeg svijeta.



# Ključni pojmovi povezani s klimatskim promjenama i zaštitom okoliša

Postoji mnogo pojmova koji se odnose na klimatske promjene i zaštitu okoliša. Evo nekoliko najvažnijih:

Klimatske promjene: Odnose se na dugoročne promjene temperature, oborina, vjetrovnih obrazaca i drugih aspekata Zemljinog klimatskog sustava. Mogu proizaći iz prirodnih procesa ili ljudskih aktivnosti, prije svega iz emisije stakleničkih plinova u atmosferu.

Staklenički plinovi (GHG): Plinovi poput ugljičnog dioksida (CO<sub>2</sub>), metana (CH<sub>4</sub>) i dušičnog oksida (N<sub>2</sub>O) koji zadržavaju toplinu u Zemljinoj atmosferi, dovodeći do efekta staklenika i globalnog zatopljenja.

Globalno zatopljenje: Dugoročno povećanje prosječne površinske temperature Zemlje zbog pojačanog efekta staklenika, prije svega uzrokovan ljudskim aktivnostima.

Klimatske akcije: Napori i inicijative za smanjenje emisija stakleničkih plinova i ublažavanje utjecaja klimatskih promjena, uključujući politike, tehnologije i promjene načina života.

Ublažavanje klimatskih promjena: Radnje poduzete radi smanjenja ili sprječavanja emisije stakleničkih plinova, često putem energetske učinkovitosti, usvajanja obnovljivih izvora energije i skladištenja ugljika.

Prilagodba: Strategije i mjere za minimiziranje negativnih utjecaja klimatskih promjena, kao što su izgradnja otporne infrastrukture, implementacija sustava upravljanja vodom i razvoj poljoprivrede otporne na klimu.

Bioraznolikost: Raznolikost i varijabilnost života na Zemlji, obuhvaćajući sve vrste biljaka, životinja, mikroorganizama i ekosustava, te njihove ekološke interakcije.

Krčenje šuma: Proces uklanjanja šuma radi poljoprivrede, infrastrukture ili drugih namjena zemljišta, što doprinosi emisijama ugljika i gubitku bioraznolikosti.

Održivi razvoj: Pristup razvoju koji uravnotežuje ekonomske, društvene i ekološke razmatranja kako bi se zadovoljile potrebe sadašnjosti, a da se ne ugrozi sposobnost budućih generacija da zadovolje svoje potrebe.

---

**Održiva energija:** Energija koja potječe iz izvora koji se prirodno obnavljaju, kao što su solarna, vjetrovita, hidroenergija i geotermalna energija, a proizvode minimalne emisije stakleničkih plinova.

**Ugljični otisak:** Ukupna količina stakleničkih plinova, prije svega ugljičnog dioksida, emitiranih izravno ili neizravno od strane pojedinca, organizacije, događaja ili proizvoda tijekom njihova životnog ciklusa.

**Ekološki prihvatljivo:** Proizvodi, prakse ili radnje koje imaju minimalne negativne utjecaje na okoliš i ciljaju na smanjenje potrošnje resursa i onečišćenja.

**Održivost:** Mogućnost održavanja ili poboljšanja kvalitete života sadašnjih i budućih generacija uz očuvanje integriteta okoliša.

**Zaštita okoliša:** Napori usmjereni na zaštitu i očuvanje prirodnih resursa, ekosustava i divljine putem mjera poput zaštićenih područja, zaštićenih zona i rezervata za divlje životinje.

**Ciljevi smanjenja emisija:** Konkretni ciljevi postavljeni od strane vlada, organizacija ili država kako bi smanjili emisije stakleničkih plinova za određeni postotak u određenom vremenskom okviru.

**Ugljična neutralnost:** Postizanje ravnoteže između emisija stakleničkih plinova i njihova uklanjanja iz atmosfere, često putem mjera poput kompenzacije emisija ugljika i smanjenja emisija.

**Izveštavanje o održivosti:** Praksa mjerenja, objavljivanja i transparentnosti u vezi s ekološkim i društvenim utjecajima organizacije, često u obliku izvještaja o održivosti.

**Pariški sporazum:** Međunarodni sporazum potpisan 2015. godine u okviru Okvirne konvencije Ujedinjenih naroda o promjeni klime (UNFCCC), koji ima za cilj ograničiti globalno zatopljenje na znatno ispod 2 stupnja Celzijusa iznad preindustrijskih razina.

**Kružna ekonomija:** Ekonomski model koji se usredotočuje na smanjenje otpada i ponovnu uporabu, popravak ili recikliranje proizvoda i materijala kako bi se smanjili ekološki utjecaji.

**Procjena utjecaja na okoliš (PUO):** Postupak koji se koristi za procjenu potencijalnih ekoloških posljedica predloženog projekta, politike ili razvoja.

Ovi pojmovi predstavljaju širok spektar koncepata i aktivnosti povezanih s klimatskim promjenama i zaštitom okoliša, ističući složenost i važnost suočavanja s tim pitanjima.

# Ugljični otisak i njegovo smanjenje

Ugljični otisak je mjera ukupne količine stakleničkih plinova, posebno ugljičnog dioksida (CO<sub>2</sub>), i drugih ekvivalentnih emisija koje se proizvode izravno i neizravno od strane pojedinca, organizacije, događaja ili proizvoda tijekom njegova životnog ciklusa. To je način kvantificiranja utjecaja ljudskih aktivnosti na okoliš, posebno u smislu doprinosa globalnom zatopljenju i klimatskim promjenama. Ugljični otisci obično se mjere u jedinicama ekvivalenta CO<sub>2</sub> (CO<sub>2</sub>e) i mogu obuhvaćati različite vrste emisija, uključujući one iz potrošnje energije, prijevoza, industrijskih procesa i korištenja zemljišta.

Postoje tri glavne komponente ugljičnog otiska:

**Izravne emisije:** To su emisije iz izvora koji su izravno pod nadzorom pojedinaca ili organizacija. Za pojedince to može uključivati emisije iz osobnih vozila, grijanja domova i potrošnje energije. Za organizacije uključuje emisije iz njihovih operacija, poput tvrtkinih vozila i proizvodnje energije na licu mjesta.

**Neizravne emisije:** Također poznate kao "Opseg 2" emisije, dolaze iz proizvodnje električne energije i topline koju pojedinac ili organizacija troši. One su neizravne jer emisije nastaju u elektranama koje proizvode električnu energiju, a ne na mjestu korištenja.

**Emisije u lancu opskrbe:** To su emisije povezane s proizvodnjom, prijevozom i odlaganjem roba i usluga koje koriste pojedinci i organizacije. Te emisije često se nazivaju "Opseg 3" emisijama i mogu biti značajne, posebno za tvrtke s složenim lancima opskrbe.

## Smanjenje ugljičnog otiska

Smanjenje ugljičnih otisaka ključan je korak u ublažavanju klimatskih promjena i radu na održivosti okoliša. Neke strategije za smanjenje ugljičnih otisaka uključuju:

**Energetska učinkovitost:** Poboljšanje energetske učinkovitosti u zgradama, vozilima i industrijskim procesima može znatno smanjiti potrošnju energije i emisije. To se može postići boljom izolacijom, LED osvjetljenjem, energetski učinkovitim uređajima i optimiziranim proizvodnim procesima.

---

Obnovljiva energija: Prijelaz na obnovljive izvore energije poput solarne, vjetroelektrane, hidroelektrane i geotermalne energije može znatno smanjiti emisije ugljika povezane s proizvodnjom električne energije.

Prijevoz: Korištenje javnog prijevoza, zajedničkog prijevoza, vožnje bicikla, hodanja ili vožnje vozila s niskom potrošnjom goriva ili električnih vozila može smanjiti emisije iz prijevoza.

Održiva poljoprivreda: Implementacija održivih poljoprivrednih praksi, smanjenje otpada hrane i odabir hrane iz lokalnih izvora i sezonske hrane može smanjiti ugljični otisak proizvodnje i potrošnje hrane.

Upravljanje otpadom: Smanjenje, ponovna uporaba i recikliranje materijala pomaže smanjiti emisije povezane s odlaganjem otpada. Kompostiranje organskog otpada također može pomoći izbjeći emisije metana s odlagališta.

Očuvanje i pošumljavanje: Zaštita i obnova šuma pomaže u skladištenju ugljičnog dioksida. Sadnja stabala i implementacija projekata pošumljavanja ili obnove šuma može kompenzirati emisije.

Izjednačavanje ugljika: Neki pojedinci i organizacije odlučuju ulagati u projekte koji smanjuju ili hvataju ugljične emisije, poput inicijativa za pošumljavanje ili projekata za obnovljivu energiju, kako bi kompenzirali vlastite emisije.

Učinkoviti uređaji i tehnologija: Korištenje energetski učinkovitih uređaja, pametnih termostata i druge tehnologije može smanjiti potrošnju energije u domovima i radnim prostorima.

Održivi izbori potrošača: Odabir proizvoda s nižim ugljičnim otiskom, poput onih s ekološkim pakiranjem ili izrađenih od održivih materijala, može doprinijeti ukupnom smanjenju emisija.

Politike i zagovaranje: Vlade i organizacije mogu implementirati politike koje promoviraju smanjenje emisija, poput cijena za emisije ugljika, poticaja za usvajanje obnovljive energije i strožih emisijskih standarda za industrije.

Smanjenje ugljičnih otisaka zahtijeva kombinaciju napora pojedinaca, organizacija i vlada. Uključuje donošenje svjesnih odluka za minimiziranje potrošnje energije, prelazak na niskougljične tehnologije i prihvaćanje održivih praksi u različitim aspektima svakodnevnog života i poslovnih operacija

# Greenwashing - obmanjivanje javnosti o ekološkoj održivosti


Izraz "greenwashing" odnosi se na obmanjujuću praksu kompanija i organizacija koje stvaraju lažnu sliku o ekološkoj odgovornosti kako bi privukle ekološki osviještene potrošače. To uključuje iznošenje zavaravajućih ili pretjeranih tvrdnji o ekološkoj prihvatljivosti proizvoda, usluga ili poslovnih praksi, bez poduzimanja značajnih koraka prema stvarnoj održivosti. Kako se svijest o okolišu i briga za okoliš povećavaju među potrošačima, tvrtke su prepoznale vrijednost privlačenja ekološki osviještenih potrošača. Međutim, dok se neke tvrtke stvarno posvećuju održivosti, druge iskorištavaju ovaj trend kako bi poboljšale svoj ugled i profit, bez provođenja stvarnih ekoloških napora. Ovo poglavlje produbljuje koncept "greenwashing" (zelenog pranja), istražujući njegovu povijest, uobičajene taktike i načine prepoznavanja i borbe protiv njega.

Iako je izraz "greenwashing" relativno nov, sama praksa ima korijene koji sežu u 1960-e i 1970-e godine. Tijekom tog razdoblja, svijest o okolišu rasla je, a potrošači su počeli tražiti ekološki prihvatljive proizvode i usluge. Kao odgovor na to, tvrtke su počele uključivati teme vezane za okoliš u svoje marketinške kampanje kako bi privukle ovu rastuću svijest. Međutim, fokus na ekologiji često je bio površan, s malo ili nimalo stvarne predanosti održivosti (Delmas i Burbano, 2011).

Izraz "greenwashing" skovao je ekolog Jay Westervelt 1986. godine kada je posjetio hotel koji je poticao goste da ponovno koriste svoje ručnike kako bi "sačuvali okoliš". Westervelt je to vidio kao lukavu strategiju za uštedu na troškovima pranja rublja, a ne kao stvarni ekološki napor. Ovaj incident potaknuo je raspravu o obmanjujućim ekološkim tvrdnjama i postavio temelje konceptu "greenwashing" (Orange i Cohen 2010).

## Taktike "Greenwashing"-a

U eri rastuće svijesti o okolišu, potrošači sve više traže proizvode i usluge koji su ekološki prihvatljivi i održivi. Kao odgovor na tu potražnju, tvrtke su prihvatile marketinške strategije koje ističu njihovu predanost okolišu. Međutim, ne sve tvrdnje tvrtki izdrže detaljniju provjeru. "Greenwashing", obmanjujuća marketinška praksa, uključuje zavaravanje potrošača o ekološkom utjecaju proizvoda ili usluga, stvarajući lažan dojam ekološke odgovornosti. Ovaj dio istražuje različite taktike koje tvrtke koriste kako bi se bavile "greenwashingom", osvjetljavajući kako manipuliraju javnim mišljenjem i potencijalne posljedice za potrošače i okoliš.



---

Jedna uobičajena taktika "greenwashinga" je korištenje nejasnih ili besmislenih izraza poput "eko-prijateljski", "zeleno" ili "prirodno", bez pružanja konkretnih dokaza koji bi potkrijepili te tvrdnje. Takvi izrazi nedostaju jasnoći i ne pružaju potrošačima stvaran uvid u ekološke sposobnosti proizvoda. U odsutnosti konkretnih informacija, potrošači mogu biti zavedeni i pomisliti da donose održiv izbor, dok to zapravo nije istina. Kako bi ojačale svoj "zelenu" sliku, neke tvrtke pribjegavaju prikazivanju certifikata ili oznaka koje nemaju veze s stvarnim ekološkim utjecajem njihovih proizvoda. Na primjer, proizvod može nositi certifikat za "pravednu trgovinu" ili "organski", što, iako su važni sami po sebi, možda ne odražava nužno održivost tog proizvoda u cjelini. Ova taktika zbunjuje potrošače, navodeći ih da vjeruju da kupuju proizvod koji se slaže s njihovim ekološkim vrijednostima, dok to zapravo nije slučaj.

"Greenwashing" također uključuje isticanje pozitivnih ekoloških aspekata proizvoda, dok se zanemaruju njegovi negativni utjecaji. Tvrtke se mogu fokusirati na jedan ekološki prihvatljiv element, a da zanemare druge značajne ekološke nedostatke. Ova obmanjujuća praksa stvara iskrivljenu sliku o ukupnoj održivosti proizvoda i vara potrošače da donose neinformirane odluke. Možda najgrublja forma "greenwashinga" je davanje lažnih ili neutemeljenih tvrdnji o ekološkim karakteristikama proizvoda. Ova taktika uključuje pretjerivanje ili izmišljanje informacija kako bi se stvorila lažna slika ekološke odgovornosti. Takve nepoštene prakse ne samo da zavode potrošače, već i narušavaju vjerodostojnost stvarnih ekoloških napora.

Manipulacija podacima još je jedna česta metoda koju tvrtke koriste u "greenwashingu". Tvrtke mogu selektivno naglašavati pozitivne podatke ili mjere dok zanemaruju manje pohvalne informacije o svojim proizvodima ili uslugama. Predstavljajući prividno pozitivan ekološki profil, cilj im je odvratiti potrošače od stvarnog utjecaja proizvoda na okoliš. Neki proizvodi imaju simbole za recikliranje na sebi, što daje dojam da su proizvodi mogu reciklirati i da su ekološki prihvatljivi. Međutim, u stvarnosti, ti proizvodi možda nisu reciklirani ili dolaze s pretjeranim i nepotrebnim pakiranjem. Stavljanje simbola za recikliranje na takve proizvode služi kao obmanjujuća taktika koja zavodi potrošače i pridonosi nepotrebnom otpadu. "Greenwashing" nije ograničen na oznake proizvoda i certifikate; može se proširiti i na podršku poznatih osoba koje promoviraju neodgovorne ekološke proizvode kako bi stvorile lažnu sliku o održivosti i zavodile potrošače koji vjeruju u preporuke tih javnih osoba (KnowESG 2023).

---

"Greenwashing" predstavlja rastući izazov u modernom potrošačkom okruženju, koji utječe na pojedince, tvrtke i okoliš. S porastom potražnje za ekološki prihvatljivim proizvodima, raste i rizik od "greenwashinga". Za potrošače je važno ostati budni i informirani kako bi stvarno napravili održive izbore. Identificiranjem i otkrivanjem prakse "greenwashinga", potrošači mogu utjecati na tvrtke da prioritetiziraju autentične inicijative za održivost. Dodatno, jači propisi i veća odgovornost mogu odvratiti tvrtke od obmanjujućih ekoloških tvrdnji. Konačno, borba protiv "greenwashinga" zajednički je napor koji uključuje potrošače, tvrtke i vlade kako bi zaštitili integritet ekološke odgovornosti i stvorili zeleniju i održiviju budućnost za sve.

Osim navedenih koncepata, posljedica i metoda "greenwashinga" koje su ranije raspravljene, postoje i drugi važni aspekti koje je spomenuto u RAUSP Management Journal (2019):

#### "Greenwashing" u različitim industrijama

"Greenwashing" nije ograničen na određene industrije. Može se naći u različitim sektorima, uključujući modu, hranu i napitke, ljepotu i osobnu njegu, elektroniku, energiju i transport. Tvrtke, od multinacionalnih korporacija do malih poduzeća, mogu se baviti "greenwashingom" u različitim stupnjevima.

#### Regulatorni naponi

Vlade i agencije za zaštitu potrošača u različitim zemljama poduzimaju korake kako bi se bavile "greenwashingom". Neki su određeni smjernicama i propisima koji se odnose na ekološke tvrdnje u oglašavanju i označavanju. Na primjer, certifikati trećih strana - neovisni certifikati od uglednih organizacija - mogu pomoći potrošačima da prepoznaju prave ekološki prihvatljive proizvode i usluge. Potrošači trebaju tražiti oznake poput ENERGY STAR, Fair Trade, Forest Stewardship Council (FSC), Nordic Swan Ecolabel i drugih koji označavaju pridržavanje određenih ekoloških standarda. Tvrtke koje su zaista predane održivosti često objavljuju godišnje izvješće o korporativnoj društvenoj odgovornosti (CSR) u kojem se ističu njihove ekološke inicijative, ciljevi i napredak. Ta izvješća mogu pružiti vrijedne uvide u predanost tvrtke održivosti. Također je uobičajena praksa da transparentne i odgovorne tvrtke vjerojatnije reagiraju na i ispravljaju obmanjujuće tvrdnje. Nedostatak transparentnosti u komunikaciji ili nepripravnost za suočavanje s brigama potrošača može biti upozorenje na "greenwashing".



### Procjene životnog ciklusa i dugoročna predanost

Procjena ekološkog utjecaja proizvoda tijekom cijelog njegovog životnog ciklusa može pružiti preciznije razumijevanje njegove održivosti. "Greenwashing" može zanemariti određene faze, kao što su iskorištavanje resursa ili zbrinjavanje na kraju životnog vijeka, koje imaju značajan ekološki utjecaj. Također je važno znati da stvarni naponi u održivosti zahtijevaju kontinuiranu predanost i kontinuirano poboljšanje. Tvrtke koje ostvaruju stvarni napredak prema održivosti vjerojatno će imati dugoročne ciljeve i strategije održivosti.

### Trendovi u marketingu

Budite svjesni taktika "greenwashinga" koje se mogu razvijati s promjenama preferencija i trendova potrošača. Tvrtke se mogu prilagoditi svojim strategijama "greenwashinga" kako bi iskoristile nastale ekološke buzzwords ili nove oblasti interesa za održivost. Mediji igraju značajnu ulogu u oblikovanju percepcije i trendova javnosti koji mogu pojačati napore "greenwashinga". Kritička medijska pismenost važna je za prepoznavanje zavaravajućih tvrdnji i razumijevanje šireg konteksta ekoloških inicijativa.

### Osnaživanje potrošača

Obrazovanje i osnaživanje potrošača kako bi prepoznali "greenwashing" od ključne je važnosti. Potičite otvorene rasprave o ovom pitanju, dijelite informacije s prijateljima i obitelji te podržavajte organizacije koje rade na podizanju svijesti o "greenwashingu".

Akademске rasprave o "greenwashingu" obično istražuju njegove motivacije, metode, posljedice i potencijalne protumjere unutar šireg konteksta ekološkog marketinga i društvene odgovornosti korporacija.

Detaljnija akademska analiza "greenwashinga" obuhvaća:

#### Motivacije

Istraživači često analiziraju motivacije koje stoje iza "greenwashinga", koje mogu uključivati financijsku dobit, poboljšanje korporativnog imidža, usklađivanje s regulativama i konkurentske prednosti. Razumijevanje ovih motivacija pomaže analizirati korijene prakse "greenwashinga".

#### Metode

Akademci istražuju različite metode i tehnike koje se koriste u "greenwashingu", kao što su nejasan ili nejasan jezik, selektivno prezentiranje informacija, zelena simbolika i prisvajanje ekoloških simbola i certifikata. Također mogu istraživati kognitivnu psihologiju koja stoji iza toga kako potrošači percipiraju i reagiraju na te metode.

### Percepcija potrošača

Akadska istraživanja često istražuju kako potrošači interpretiraju i reaguju na "greenwashing". To uključuje studije o svijesti potrošača o "greenwashingu", čimbenicima koji utječu na njihovo povjerenje u ekološke tvrdnje i učincima "greenwashinga" na ponašanje pri kupovini.

### Regulatorni i etički aspekti

Akademci mogu istražiti pravne i etičke dimenzije "greenwashinga", istražujući u kojoj mjeri postojeći propisi i industrijski standardi učinkovito sprječavaju ili kažnjavaju obmanjujuće ekološke tvrdnje. To može uključivati i razgovore o korporativnoj odgovornosti i etičkim marketinškim praksama.

### Posljedice

Akadske analize procjenjuju posljedice "greenwashinga" kako za potrošače, tako i za organizacije. Za potrošače to može uključivati razočaranje, nepovjerenje i deziluziju. Za organizacije to može rezultirati narušavanjem ugleda i potencijalnim pravnim posljedicama.

### Protumjere

Istraživači istražuju strategije i protumjere za borbu protiv "greenwashinga", kao što su uloga certifikata trećih strana, transparentno izvješćivanje i korporativno otkrivanje. Također mogu procijeniti učinkovitost regulatornih okvira i zagovarati za jače provođenje.

### Studije specifične za industriju i sektor

Akadska istraživanja često idu dalje od općeg koncepta "greenwashinga" kako bi istražila kako različite industrije i sektori provode prakse "greenwashinga" i kako se te prakse mogu razlikovati ovisno o kontekstu.

### Komunikacija o održivosti

Akadska istraživanja mogu zaroniti u šire područje komunikacije o održivosti, uključujući izazove učinkovitog prijenosa točnih informacija o održivosti potrošačima, izbjegavajući zamke "greenwashinga".

U akademskom kontekstu, "greenwashing" je multidisciplinarni predmet koji crpi iz područja poput marketinga, psihologije, etike, prava i znanosti o okolišu. Proučava se kako bi se bolje razumjelo kompleksnost korporativnih ekoloških tvrdnji, ponašanja potrošača i šireg diskursa o održivosti. Akadska istraživanja o "greenwashingu" doprinose boljem razumijevanju kako organizacije komuniciraju svoje ekološke napore i kako potrošači mogu kritički procijeniti takve tvrdnje kako bi donijeli informirane odluke.

Izraz "greenwashing" potječe od ideje da je poput nanošenja svježeg sloja "zelene boje" na proizvod ili tvrtku kako bi se činilo da je ekološki prihvatljiv, čak i kad su temeljne prakse neodržive. "Greenwashing" je zabrinjavajuća praksa jer može smanjiti povjerenje potrošača i ometati napredak prema stvarno održivim i ekološki prihvatljivim praksama.

Da bi se borili protiv "greenwashinga", potrošačima se savjetuje da budu kritični i promišljeni, traže vjerodostojne certifikate, istražuju ekološki trag tvrtke i podržavaju poslove koji zaista prioritetiziraju održivost i transparentnost. Dodatno, regulatorna tijela u mnogim zemljama poduzele su korake kako bi se bavile "greenwashingom" putem pravnih mjera i smjernica kako bi se osiguralo da su ekološke tvrdnje točne i provjerljive.



# SMJERNICE ZA PLANIRANJE I PROVOĐENJE AKTIVNOSTI

## Ciljevi i koraci u planiranju održivih aktivnosti za mlade

Uključivanje mladih u održive aktivnosti ključno je za razvijanje svijesti o okolišu i osnaživanje mladih da postanu aktivni sudionici u izgradnji zelenije budućnosti. Planiranje obrazovnih aktivnosti s mladima zahtijeva jasno definiranje ciljeva i sustavan pristup kako bi se osigurali učinkoviti rezultati. Kao što spominju Kwauk i Casey (2021) u "Novoj agendi za zeleno učenje: Pristupi kvalitetnom obrazovanju za akciju u vezi s klimom", definiranjem jasnih ciljeva, identificiranjem ciljne publike i postavljanjem željenih rezultata, možemo stvoriti svrsishodna i utjecajna iskustva za mlade.

Donosimo ključne korake u planiranju održivih aktivnosti s mladima.

### Definiranje jasnih ciljeva obrazovnih aktivnosti

Prvi korak u planiranju aktivnosti s mladima je definiranje jasnih ciljeva. Ti ciljevi trebaju biti usklađeni s širim ciljevima održivosti i svijesti o okolišu. Preciziranjem svrhe i željenih rezultata osiguravamo da su aktivnosti usmjerene i značajne. Osim toga, vrlo je važno planirati ciljeve prema interesima mladih. Taj aspekt će pružiti relevantnu svrhu sudionicima.

Primjerice, ciljevi mogu uključivati:

- Podizanje svijesti o pitanjima okoliša i njihovim utjecajima.
- Promicanje održivih ponašanja i praksi.
- Osvješćivanje mladih da postanu zagovornici održivosti u svojoj regiji.
- Poticanje kreativnosti i inovacija u pronalaženju održivih rješenja za lokalne probleme.
- Stvaranje prostora u kojem se mladi i njihova mišljenja poštuju

## Identifikacija ciljane publike i željenih rezultata

Nakon što su ciljevi definirani, ključno je identificirati ciljanu publiku. Razumijevanje specifičnih potreba, interesa i razine znanja sudionika mladih pomoći će prilagoditi aktivnosti njihovim preferencijama i učinkovito ih uključiti u proces učenja. Osim toga, određivanje željenih rezultata usmjerit će proces planiranja.

Ti rezultati mogu uključivati:

1. Povećano znanje i razumijevanje o održivosti o ekološkim konceptima.
2. Razvijanje kritičkog razmišljanja i rješavanje problema.
3. Usvajanje održivih obrazaca ponašanja u svakodnevnom životu.
4. Povećano samopouzdanje i motivacija za djelovanje.
5. Održavanje lokalnih i malih "zelenih" akcija sa stručnjacima.

## Koraci u planiranju održivih aktivnosti

Za uspješnost obrazovnih aktivnosti s mladima, važan je sustavni pristup. Sljedeći koraci definirani od strane Evansa (1981) mogu pomoći pri vođenju procesa planiranja:

a. Istraživanje: Provesti temeljito istraživanje kako bi se prikupile relevantne informacije o temama održivosti, najboljim praksama i stimulirajućim aktivnostima. Važno je pregledati sva istraživanja i primjere koji su već provedeni. To će pomoći u stvaranju čvrstih temelja za dizajniranje značajnih iskustava.

b. Raspolaganje resursima: Identificirajte potrebne resurse, uključujući materijale, opremu, gostujuće predavače i partnerstva s organizacijama ili stručnjacima. Raspolaganje resursima na učinkovit način osigurat će glatku provedbu aktivnosti.

c. Komunikacija i logistika: Jasna komunikacija i koordinacija s dionicima, poput škola, roditelja i organizacija iz zajednice, su ključne. Planirajte logistiku, uključujući raspored, odabir prostora, materijale, prijevoz i sigurnosne aspekte.

d. Osmišljavanje aktivnosti: Na temelju definiranih ciljeva i željenih rezultata, osmislite stimulirajuće i interaktivne aktivnosti koje su u skladu s interesima ciljane publike i stilovima učenja. Primijenite praktična iskustva, grupne rasprave, simulacije i primjene u stvarnom svijetu kako biste poboljšali učenje.

e. Procjena i refleksija: Ustanovite mehanizme za procjenu učinkovitosti i utjecaja aktivnosti. Prikupljajte povratne informacije od sudionika i dionika u svakom koraku aktivnosti kako biste kontinuirano poboljšavali i usavršavali buduće inicijative.

Slijedeći ove korake i imajući na umu ciljeve i ciljanu publiku, možemo planirati i provoditi obrazovne aktivnosti s mladima koje promiču održivost i osnažuju ih da postanu odgovorni čuvari okoliša.


## Razvijanje svijesti i znanja o klimatskim promjenama

Kako bi se osnažili mladi da učinkovito adresiraju probleme klimatskih promjena, ključno je pružiti sveobuhvatno obrazovanje o znanstvenim pokazateljima, uzrocima i posljedicama ovog globalnog problema. Kao što Barreda (2018) navodi u svom članku, referirajući se na mlade: "Oni su budući agenti djelovanja koji će provoditi rješenja za klimatske promjene. Stoga, aktivno sudjelovanje mladih može pružiti međugeneracijski pogled sadašnjih i budućih građana (Narksompong i Limijirikan, 2015). Pružanjem progresivnog razumijevanja problematične prirode klimatskih promjena, potičemo kritičko razmišljanje i nadahnjujemo mlade da postanu agensi promjene.

Prvi korak u razvijanju svijesti i znanja o klimatskim promjenama je pružiti sveobuhvatno razumijevanje uzroka i znanosti iza njih. To uključuje razlaganje temeljnih koncepata i mehanizama klimatskih promjena i održivosti poput emisija stakleničkih plinova, stakleničkog učinaka i uloge ljudskih aktivnosti u doprinosu globalnom zatopljenju.

Počevši s lokalnom perspektivom i postupnim proširenjem na globalnu razinu, mladi mogu razviti kontekstualno razumijevanje kako klimatske promjene utječu na njihovu neposrednu okolinu i širi svijet. Lokalni primjeri i Case study-i mogu pomoći mladima da se povežu s problemom i prepoznaju njegovu važnost u njihovim zajednicama. Traženje lokalnih inicijativa koje razvijaju zajednice i obrazovne institucije pomaže mladima da sudjeluju u različitim pristupima svijetu održivosti.

Nakon što je su usvojene osnove o klimatskim promjenama, važno je dublje istražiti problematičnu prirodu ovog pitanja. To uključuje istraživanje posljedica klimatskih promjena, poput porasta temperatura, ekstremnih vremenskih događaja, rasta razine mora, gubitka biološke raznolikosti i utjecaja na ranjive zajednice.



---

Prema Barreda (2018), mlade treba poticati da istraže povezanosti između klimatskih promjena i drugih društvenih, ekonomskih i okolišnih izazova. Ovaj širi pogled pomaže im prepoznati hitnu potrebu za djelovanjem i shvatiti važnost suočavanja s klimatskim promjenama kao dijela veće agende održivog razvoja.

Da bi nastavili s istraživanjem problematične prirode klimatskih promjena i njezinih glavnih uzroka, mladi bi trebali istražiti korijenske uzroke i sistavne faktore koji im doprinose kako bi produbili svoju svijest i znanje. To uključuje razmatranje uloge industrije, uzoraka potrošnje energije, krčenja šuma i neodrživih poljoprivrednih praksi. Razumijevanjem složene mreže čimbenika koji potiču klimatske promjene, mladi mogu razviti sveobuhvatnije razumijevanje problema i prepoznati potrebu za transformacijskim promjenama. Od tog trenutka, mladi sudionici trebaju početi promovirati svoje vlastite perspektive i tražiti rješenja.

Razvijanje svijesti o klimatskim promjenama je na vrhuncu je tek istraživanjem rješenja i poticanjem kritičkog razmišljanja. Mladi moraju biti poticani da analiziraju i procijene različite strategije ublažavanja i prilagodbe, uzimajući u obzir njihovu učinkovitost, izvedivost i potencijalne utjecaje. Naglašavanjem važnosti inovacija, suradnje i kolektivnog djelovanja, mladi trebaju istražiti održiva rješenja i doprinijeti razvoju niskouglične, i na klimatske promjene otporne, budućnosti.

Osim toga, promicanje vještina kritičkog razmišljanja omogućuje mladima da izazovu postojeće norme, dovedu u pitanje neodržive prakse i osmisle alternative prema održivoj budućnosti. Razvijanjem sposobnosti kritičkog razmišljanja, mladi postaju aktivni sudionici u oblikovanju održivih politika, praksi i ponašanja. Ovaj faktor pomaže mladima da uoče problem kao stvaran i životno važan.

Pružanjem sveobuhvatnog obrazovanja o klimatskim promjenama, razumijevanju problematične prirode pitanja, dubljem istraživanju uzroka i poticanjem kritičkog razmišljanja, možemo opremiti mlade znanjem i stavom potrebnim za učinkovito suočavanje s klimatskim promjenama. No, kako možemo osigurati takvo obrazovanje za mlade danas? Za to su nam potrebni su različiti pristupi i metodologije.

# Metode i alati za uključivanje mladih u teme klimatskih promjena i održivog razvoj

Uključivanje mladih u temu klimatskih promjena i održivog razvoja ključno je za stvaranje generacije koja je informirana, aktivna i posvećena suočavanju s ekološkim izazovima. Kako bismo učinkovito uključili mlade u ove teme, potrebno je koristiti različite metode i alate. Ovaj odjeljak, slijedeći ono što je spomenuto u radu Ki-moon (2016) pod nazivom "Održivost - uključivanje budućih generacija sada", istražiti će različite strategije za uključivanje mladih u klimatske promjene i održivi razvoj.

## Radionice i tehnike interaktivnih aktivnosti

Tehnike interaktivnih aktivnosti izuzetno su učinkovite u uključivanju mladih i poticanju njihove aktivne participacije. Aktivnosti pružaju platformu za dijalog, brainstorming i dijeljenje znanja. Poticanjem otvorenih rasprava i suradničkog rješavanja problema, mladi mogu istraživati različite perspektive, izazivati svoje pretpostavke i razvijati vještine kritičkog razmišljanja. Nadalje, te se radionice mogu prilagoditi razini znanja grupe, osiguravajući da sudionici mogu aktivno sudjelovati i shvatiti koncepte o kojima se raspravlja. Na primjer, provođenje aktivnosti brainstorminga, simulacija uloga i projekata u grupi tijekom radionica može potaknuti kreativnost i poboljšati razumijevanje.

## Korištenje stvarnih, vizualnih i multimedijalnih resursa kao primjera

Korištenje stvarnih, vizualnih i multimedijalnih resursa ključno je za učinak učenja uključujući i njihovo povezivanje s pojmom klimatskih promjena i održivog razvoja. Uključivanjem primjera iz stvarnog života, videa, infografika i interaktivnih alata, edukatori mogu učinkovito prenositi kompleksne ekološke koncepte na način koji je razumljiv i vizualno poticajan. Ti resursi ne samo da poboljšavaju razumijevanje, već također pobuđuju emocije, čineći sadržaj pamtljivim i potičući mlade da djeluju u svakodnevnom životu.

Na primjer, prikazivanje uspješnih priča o projektima obnovljive energije ili istaknuta lokalnih inicijativa u suočavanju s klimatskim promjenama može potaknuti mlade da poduzmu slične akcije u svojim vlastitim zajednicama. Kao što je Wangari Maathai naveo u Ki-moon (2016): "Za nekoliko desetljeća, veza između okoline, resursa i sukoba možda će izgledati gotovo jednako očita kao što je veza koju danas vidimo između ljudskih prava, demokracije i mira.

---

## Istraživačko učenje i terenske posjete (od lokalnog do globalnog)

Istraživačko učenje i terenske posjete nude jedinstvene prilike mladima da se urone u iskustva iz stvarnog svijeta koja su povezana s klimatskim promjenama i održivim razvojem. Terenske posjete od lokalnog do globalnog omogućuju mladima da iz prve ruke svjedoče okolišnim izazovima s kojima se suočavaju različite zajednice. Kroz suradnju s lokalnim organizacijama, stručnjacima i autohtonim zajednicama, mladi mogu dublje razumjeti utjecaje klimatskih promjena i različite pristupe održivom razvoju. Ta iskustva potiču empatiju, razumijevanje kulture i globalnu perspektivu, osnažujući mlade da postanu globalni građani i promicatelji promjena. Na primjer, organiziranje terenske posjete na obalno područje pogođeno porastom razine mora ili istraživanje kako se promijenila obala u posljednjih nekoliko godina može pomoći mladima u razumijevanju važnosti utjecaja na klimatske promjene.

### Mentorstvo i uzori

Ove metode igraju ključnu ulogu u poticanju i vođenju mladih. Povezivanjem mladih s mentorima koji su strastveni oko održivosti i klimatskih promjena, mladi mogu dobiti smjernice, podršku i ohrabrenje na svom putovanju ka zelenoj budućnosti. Mentori mogu podijeliti svoja iskustva, pružiti uvid u različite karijere povezane s okolišem i služiti kao uzori za održive prakse. Taj mentorska odnos stvara osjećaj pripadnosti i motivacije, omogućujući mladima da zamisle svoje uloge i pronađu svoje mjesto u zaštiti okoliša.

### Suradivanje sa stručnjacima

Suradjujući s ekspertima, obrazovnim institucijama i organizacijama, mogu se razviti suradnički vodiči koji će mladima pružiti sveobuhvatne i pouzdane resurse. Suradnički vodiči sa stručnjacima i institucijama dodatno obogaćuju proces učenja. Ti vodiči mogu ponuditi korak-po-korak upute, Case study-e i praktične savjete za poduzimanje održivih akcija u različitim područjima njihovih života. Oni služe kao vrijedne reference za mlade, osnažujući ih da donose informirane odluke i provode značajne promjene. Na primjer, suradnja sa znanstvenicima, edukatorima i praktičarima održivosti može mladima pružiti vjerodostojne informacije i pristup najnovijim istraživanjima.



---

## Učenje putem projekata i sudjelovanje u zajednici

Projekti pružaju praktična iskustva koja osnažuju mlade da preuzmu inicijativu i stvaraju opipljive rezultate. Rad na projektima održivosti unutar svojih zajednica omogućuje mladima da ne samo doprinose pozitivnim promjenama, već i razvijaju osnovne vještine poput rješavanja problema, timskog rada i komunikacije. Suradnje s lokalnim zajednicama i dionicima jača osjećaj vlasništva i odgovornosti, povezujući između mlade sa njihovom okolinom. Dodatno, inicijative u zajednici stvaraju prilike za međugeneracijsku suradnju i dijalog, olakšavajući razmjenu ideja, znanja i dobrih praksi. Na primjer, organiziranje programa recikliranja u kvartu ili briga o zajedničkom vrtu promiče održive prakse i potiče osjećaj zajedničke odgovornosti.

## Digitalne platforme i društveni mediji

Iskorištavanje moći digitalnih platformi i društvenih medija ključno je za doseganje i uključivanje mladih u rasprave o klimatskim promjenama. Web stranice, blogovi i društvene medijske platforme pružaju prostor za dijeljenje informacija, resursa i uspješnih priča. Online kampanje i izazovi mogu se koristiti za poticanje mladih na poduzimanje održivih akcija i zagovaranja o pitanjima vezanim uz klimu.

Važno je uzeti u obzir i evaluaciju. Integracija evaluacije na kraju radionica ili aktivnosti pruža priliku sudionicima da razmisle o svom iskustvu učenja i doprinesu njegovom poboljšanju. Voditelji aktivnosti trebaju zatražiti povratne informacije, prijedloge i ideje za buduće sesije, osiguravajući da su sadržaj i adekvatni prema mijenjajućim potrebama i željama mladih. Ovaj suradnički pristup njeguje osjećaj zajedništva i kontinuiranog poboljšanja u procesu učenja.

Zaključno, korištenje različitih metoda i alata od ključne je važnosti za uključivanje mladih u važne teme klimatskih promjena i održivog razvoja. Implementiranjem radionica, korištenjem multimedijских resursa, pružanjem iskustvenih učenja, mentorstvom, razvojem suradničkih vodiča i sudjelovanjem u projektima, mladi mogu detaljno razumjeti izazove s kojima se suočavamo i aktivno pridonijeti rješenjima. Upravo njihovom aktivnom participacijom i osnaživanjem mladi postaju nositelji promjena za održivu budućnost.

# Primjeri održivih aktivnosti

Kada planirate i provodite obrazovne aktivnosti s mladima, ključno je prioritetizirati prakse koje minimiziraju emisije ugljika i promoviraju održivo ponašanje. Kao što Balundé i Perlaviciute (2020) spominju u svom istraživanju, uključivanjem održivih aktivnosti s minimalnim ugljičnim otiskom, ne samo da smanjujemo utjecaj na okoliš, već i postavljamo primjer mladima da usvoje održive prakse u svakodnevnom životu.

Kako bismo postigli taj cilj s mladima, razvili smo nekoliko aktivnosti koje mogu pomoći u radu na različitim temama i s različitim uzrastima djece i mladih. Prije svega, važno je znati koje specifične dijelove aktivnosti treba uključiti. Zato predstavljamo dvije različite aktivnosti s pratećim radnim listovima, a zatim i neke druge primjere za rad.

## Naziv aktivnosti:

### Šetnja u prirodi

## Ciljevi:

- Razviti povezanost između mladih i prirode
- Povećati svijest i cijenjenje prema okolišu
- Edukacija o lokalnoj flori, fauni i ekosustavima
- Promovirati održiva ponašanja i prakse za očuvanje prirode

## Opis:

### 1. Uvod (10 minuta):

Okupite sudionike uz prezentaciju o aktivnosti te pružite kratak uvod u nadolazeću šetnju. Nakon toga, nastaviti ćemo s objašnjenjem ciljeva i važnosti povezivanja s prirodom te razumijevanja lokalnih ekosustava.

### 2. Vođena šetnja (60 minuta):

Vodite sudionike u šetnji kroz prirodno okruženje. Tijekom šetnje važno je ukazivati na različite biljke, životinje i prirodne značajke koje se susreću na putu. Potaknite sudionike da postavljaju pitanja i sudjeluju u raspravama o okolišu i drugim srodnim temama.



### 3. Aktivnost ili promatranje (20 minuta):

Tijekom šetnje, potražite posebno mjesto i provodite određenu aktivnost ili promatranje vezano uz okoliš. Na primjer, sudionici mogu sakupljati lišće radi identifikacije, promatrati ponašanje ptica ili dokumentirati tragove životinja.

### 4. Refleksija i rasprava (10 minuta):

Na kraju šetnje, zamolite sudionike za povratne informacije i pružite priliku za refleksiju i raspravu. Važno je potaknuti sudionike da podijele svoja opažanja, uvide i misli o važnosti zaštite prirode.

#### Materijali:

- Terenski vodiči ili resursi za prepoznavanje biljaka i životinja
- Papiri i olovke za bilježenje
- Dalekozori
- Adekvatna obuća i sunčane naočale
- Voda i užina
- Krema sa zaštitom od sunca i sprej protiv insekata



#### Evaluacija:

Na kraju šetnje provodi se kratka evaluacija kako bi se procijenilo iskustvo sudionika i postignuti rezultati učenja. Evaluacija može uključivati otvorena pitanja, kao što su:

- Koji vam je bio omiljeni dio aktivnosti i zašto?
- Jeste li otkrili nove biljke ili životinje tijekom šetnje?
- Kako je aktivnost doprinijela vašem razumijevanju lokalnog okoliša?
- Je li vas aktivnost potaknula da poduzmete neke održive akcije ili mjere zaštite?
- Kakve sugestije imate za poboljšanje budućih "Šetnji u prirodi" ?

## Naziv aktivnosti:

### Kampanja za smanjenje otpada

#### Ciljevi:

- Podizanje svijesti o generiranju otpada i njegovom utjecaju na okoliš
- Promoviranje odgovornih praksi gospodarenja otpadom
- Poticanje recikliranja, kompostiranja i smanjenja upotrebe jednokratnih predmeta
- Njegovanje osjećaja kolektivne odgovornosti za smanjenje otpada

#### Opis:

##### 1. Planiranje i priprema (vrijeme može varirati):

Sastavite tim kampanje koji će se sastojati od mladih sudionika, volontera i organizatora. S njima postavite ciljeve i svrhu kampanje te odredite ciljanu publiku i opseg kampanje. Nakon što to bude jasno, vrijeme je da razvijete vremenski okvir i planirate aktivnosti sukladno tome. I kako bi bili spremni za sve, napravite popis potrebnih materijala poput brošura, plakata, spremnika za recikliranje ili obrazovnih resursa koje ćete koristiti.

##### 2. Osvještavanje i edukacija:

Postoji različiti pristupi, kao što smo već spomenuli, za stvaranje ovih aktivnosti. Evo kako bismo opisali najvažnije:

Provodite sesije osvještavanja ili radionice kako biste educirali mlade i zajednicu o smanjenju otpada.

Distribuirajte informativne materijale i resurse o recikliranju, kompostiranju i gospodarenju otpadom. Ili postavite spremnike za recikliranje i kompostiranje s uputama u školama, centrima za zajednicu ili javnim prostorima.

Organizirajte obrazovne aktivnosti poput interaktivnih prezentacija, igara ili demonstracija u školama, mladenačkim organizacijama ili događajima poput festivala.

##### 3. Uključivanje zajednice:

Kako biste uključili širi krug ljudi u vaše akcije, organizirajte događaje za zajednicu, čišćenje okoliša ili razmjene dobara kako biste aktivno uključili zajednicu u napore smanjenja otpada. Također je važno poticati sudjelovanje svih i stvarati prilike za raspravu i dijeljenje ideja o održivom gospodarenju otpadom.

#### 4. Evaluacija i povratne Informacije:

Procijenite učinkovitost kampanje mjerenjem razine sudjelovanja, stjecanja znanja i promjene ponašanja. Nakon toga, identificirajte područja za poboljšanje i buduće kampanje.

##### Materijali:

Informativne brošure ili letci o smanjenju otpada i recikliranju

Plakati ili transparenti s privlačnim sloganima i porukama

Kontejneri za recikliranje i kompostiranje

Edukativni videozapisi ili prezentacije o upravljanju otpadom

Materijali za umjetničke radove za izradu recikliranih zanata ili izložbi

##### Evaluacija:

Tijekom kampanje smanjenja otpada važno je evaluirati njezinu učinkovitost i utjecaj. Metode evaluacije mogu uključivati:

- Provođenje anketa prije i poslije kampanje kako bi se procijenilo znanje i stavovi sudionika prema smanjenju otpada.
- Praćenje volumena reciklabilnog i kompostabilnog materijala prikupljenog tijekom kampanje.
- Praćenje razine sudjelovanja i angažmana mladih i zajednice.
- Dokumentiranje povratnih informacija i prijedloga za poboljšanje od sudionika i dionika.



Evo primjera aktivnosti koje se mogu provesti koristeći strukturu korištenu u posljednja dva primjera.

### **Zajednički i urbani vrtovi**

Uspostavite zajedničke vrtove u kojima mladi mogu aktivno sudjelovati u uzgoju vlastitih ekoloških proizvoda. Sudjelovanjem u aktivnostima vrtlarstava mladi uče o održivoj poljoprivredi, kompostiranju i prednostima konzumiranja lokalno uzgojene, sezonske hrane. Ovi vrtovi mogu biti sastavljeni koristeći ekološke prakse poput skupljanja kišnice, prirodnih metoda za kontrolu štetnika i organskih gnojiva. Važno je uzeti u obzir sezonsko voće i povrće kako bi mogli razumjeti prirodne procese koje ovakva hrana zahtijeva.

### **Izazovi energetske učinkovitosti**

Organizirajte izazove energetske učinkovitosti koji potiču mlade da usvoje održive navike kod kuće i u školi. To može uključivati praćenje i smanjenje potrošnje energije, provođenje energetske nadzora, promicanje uporabe energetski učinkovitih aparata i primjenu jednostavnih promjena u ponašanju poput gašenja svjetla kad nisu u upotrebi.

### **Revija održive mode**

Organizirajte revije održive mode kako biste podigli svijest o okolišnom utjecaju modne industrije i promovirali alternative poput second hand-a, prenamjenjivanja i etičkih modnih brendova. Potaknite sudionike da kreiraju inovativne odjevne kombinacije koristeći reciklirane materijale ili organizirajte razmjene odjeće kako biste potaknuli pristup cirkularne ekonomije u odijevanju.

### **Eko-friendly umjetnički projekti**

Uključite mlade u eko-friendly umjetničke projekte koji koriste održive materijale i promiču ekološke poruke. To može uključivati stvaranje umjetničkih radova koristeći reciklirani papir, prirodne boje ili repromaterijale. Potaknite sudionike da istraže teme poput klimatskih promjena, onečišćenja ili zaštite biološke raznolikosti kroz svoj umjetnički izraz.

### **Akcije čišćenja na lokalnoj razini**

Organizirajte akcije čišćenja kroz koje će se ukloniti smeće i obnoviti prirodna staništa. Ove aktivnosti pomažu mladima razumjeti važnost održavanja čistog i zdravog okoliša. Osigurajte resurse za pravilno sortiranje i odlaganje otpada tijekom čišćenja i potaknite sudionike da koriste višekratne rukavice i vrećice kako bi smanjili generiranje otpada.

## “Izazovi” održivog prijevoza

Pokrenite “izazove” koji promoviraju održive načine prijevoza, poput hodanja, vožnje bicikla ili korištenja javnog prijevoza. Potaknite mlade da prate uštede u emisiji ugljika i promiču alternativne opcije prijevoza u svojim zajednicama. To može uključivati organiziranje biciklističkih tura ili kampanje za podizanje svijesti o javnom prijevozu ili hodanju u svom naselju.

Promoviranje ovih aktivnosti uključuje učinkovite komunikacijske i promidžbene strategije. Korištenje različitih kanala poput društvenih mreža, lokalnih zajedničkih medija i obrazovnih institucija pomaže stvaranju svijesti i generiranju interesa. Suradnja s lokalnim organizacijama, školama i ekološkim inicijativama potiče suradnju i širi doseg aktivnosti. Osim toga, osiguranje post-aktivnost povratnih informacija i evaluacija omogućuje stalno unapređenje i bolje prilagodbe budućih inicijativa specifičnim područjima i potrebama sudionika.

Potrebno je iskoristiti slobodno vrijeme kao platformu za promicanje održivosti. Uključivanje održivih praksi i poruka u postojeće događaje slobodnog vremena, poput festivala, sportskih turnira ili kulturnih okupljanja, pruža priliku za doseganje šire publike. Primjeri uključuju postavljanje reciklažnih stanica, korištenje ekološki prihvatljivih materijala za dekoraciju događaja ili promicanje održivih opcija hrane i pića. Ističući povezanost između aktivnosti slobodnog vremena i održivih ponašanja, sudionici mogu vidjeti kako male promjene u njihovim svakodnevnim izborima mogu doprinijeti održivijem načinu života.

Zaključno, primjeri navedenih aktivnosti, poput šetnji prirodom, kampanja za smanjenje otpada, održivih zanatskih radionica i radionica o obnovljivoj energiji, pružaju konkretni način za promicanje održivosti. Ove aktivnosti uključuju sudionike, podižu svijest i osnažuju pojedince da donose održive izbore u svojim zajednicama. Prilagodбом ovih aktivnosti specifičnim područjima, iskorištavanjem događanja slobodnog vremena i poticanjem aktivnog sudjelovanja, možemo inspirirati kolektivni napor prema zelenijoj i održivijoj budućnosti.



# RAD S MLADIMA NA TEMU GREENWASHING-A

"Greenwashing" označava prijevartnu praksu tvrtki ili organizacija koje daju lažne ili zavaravajuće tvrdnje o ekološkim prednostima svojih proizvoda ili usluga. Osposobljavanje mladih na ovu temu ključno je jer su upravo oni budući potrošači, donositelji odluka i lideri koji će imati značajnu ulogu u oblikovanju održivih praksi i traženju odgovornosti.

Navedeni treninzi ili aktivnosti imaju za cilj podići svijest među mladima o pojmu greenwashinga i njegovom potencijalu za dovodenje potrošača u zabludu na način da ih se uvjeri da čine ekološki prihvatljive izbore, kada u stvarnosti to nije slučaj. Sudionici se uče kako prepoznati uobičajene taktike greenwashinga koje koriste velike kompanije, uključujući nejasne ili neutemeljene tvrdnje o ekološkoj prihvatljivosti, nerelevantne certifikate i korištenje održivih vizuala i dizajna bez konkretnih akcija. Osim toga, ovi treninzi imaju za cilj opremiti mlade potrebnim alatima za kritičko vrednovanje ekoloških tvrdnji proizvoda, usluga ili reklama, omogućavajući im da utvrde legitimnost takvih tvrdnji. Poticanjem kulture održive potrošnje, iniciraju odgovorno i svjesno ponašanje potrošača, osnažujući mlade pojedince da donose informirane odluke i podrže istinski ekološke proizvode i usluge.

Osim toga, osposobljavanje mladih ima za cilj potaknuti ih na zagovaranje transparentnosti i odgovornosti korporacija, motivirajući ih da zahtijevaju iskrenost i otvorenost u poslovnim praksama, vršeći pritisak kako bi se usvojile održivije prakse.

Osim napora usmjerenih prema potrošačima, ovi treninzi također promiču ideju etičkih poslovnih praksi. Mladi sudionici potiču se da podrže tvrtke koje zaista stavljaju održivost i ekološku odgovornost na prvo mjesto, potičući pozitivan ciklus svjesnog donošenja odluka u vezi s okolišem, kako kao potrošači, tako i potencijalno kao budući poduzetnici ili lideri.

Treninzi i radionice nude sveobuhvatan pristup kako bi se educirali i uključili mladi u neprekidne globalne napore prema izgradnji održive i odgovorne ekološke budućnosti.



# Uvod u *greenwashing* i njegove posljedice

U današnjem svijetu, ekološka svijest postala je sastavni dio naše svakodnevice. S rastućim zabrinutostima zbog klimatskih promjena, iscrpljivanjem resursa i ekološkog propadanja, potrošači sve više traže proizvode i usluge koji su u skladu s održivim i ekološki osviještenim vrijednostima. Kao odgovor na ovu pojavu, korporacije i organizacije često iskorištavaju "zelenu" tendenciju promovirajući tvrdnje o ekološkim koristima svojih proizvoda. Međutim, nažalost mnoge od ovih tvrdnju nisu istinite ili nisu u potpunosti istinite. Takva praksa ujedinjeno se naziva "greenwashing".

Greenwashing se odnosi na čin obmanjivanja potrošača o ekološkom utjecaju proizvoda, usluge ili tvrtke putem zavaravajućeg oglašavanja i marketinga. Te obmanjujuće prakse primijenjene su kako bi stvorile lažnu percepciju ekološke odgovornosti i održivosti. Drugim riječima, greenwashing se događa kada se tvrtka pokušava prikazati ekološki prihvatljivijom nego što zaista jest, često kako bi povećala prodaju ili poboljšala svoju javnu sliku (Delmas i Burbano, 2011).

Iako se pojam "greenwashing" pojavio početkom 1990-ih, sama praksa postoji mnogo duže. S povećanjem javne svijesti o ekološkim pitanjima, povećava se i prisutnost greenwashinga u različitim industrijama. Od hrane koju jedemo, odjeće koju nosimo, pa sve do tehnologije koju koristimo, greenwashing se može pronaći u mnogim aspektima modernog života.

## Posljedice greenwashinga

Iako greenwashing može izgledati bezopasno na prvi pogled, njegove posljedice mogu biti dalekosežne i štetne kako za okoliš tako i za potrošače. Razumijevanje tih posljedica ključno je za donošenje informiranih odluka i zahtijevanje odgovornosti tvrtki za njihove postupke. Donosimo neke od značajnih posljedica greenwashinga:

### Zavaravanje potrošača

Jedna od najočitijih posljedica greenwashinga je zavaravanje potrošača. Kada tvrtke koriste zavaravajuće oglašavanje, potrošači mogu donositi odluke o kupnji na temelju lažnih informacija, vjerujući da podržavaju ekološki odgovorne prakse, kada zapravo to nije slučaj. To narušava povjerenje između potrošača i branda te podriva napore istinski održivih praksi i proizvoda.

---

## Potkopavanje napora za održivost

Greenwashing potkopava istinske napore za održivost preusmjeravanjem pažnje i resursa s tvrtki koje su zaista posvećene ekološkim praksama. Ta preusmjeravanja mogu usporiti napredak prema održivijoj budućnosti i otežati usvajanje odgovornih poslovnih praksi.

## Decentralizacija istinske održivosti

Tvrtke koje se bave greenwashingom naglasak stavljaju na površne zelene inicijative koje zahtijevaju minimalan trud, umjesto da provode značajne i suštinske promjene. To odvraća tvrtke od ulaganja u stvarne održive prakse, budući da mogu praksa pokazuje da su marketinški trikovi dovoljni da privuku ekološki osviještene potrošače.

## Rasipanje resursa

Greenwashing često uključuje trošenje resursa na zavaravajuće marketinške kampanje umjesto ulaganja u stvarne inicijative održivosti. Ti nepotrebni troškovi mogli su se koristiti za provedbu autentičnih ekoloških praksi koje koriste okoliš.

## Cinizam i apatija

Greenwashing može dovesti do cinizma i apatije među potrošačima, koji mogu postati skeptični prema svim ekološkim tvrdnjama koje iznose tvrtke. Ta sumnjičavost može umanjiti utjecaj legitimnih napora istinski održivih tvrtki da učinkovito komuniciraju svoje ekološke inicijative.

## Učinak na ugled brand-a

Ako potrošači otkriju da se tvrtka bavi greenwashingom, to može ozbiljno narušiti ugled tvrtke i povjerenje javnosti. Oporavak od narušenog ugleda može biti izazovan i može rezultirati dugoročnim financijskim i reputacijskim posljedicama.

## Pravni i regulatorni problemi

Zavaravajuće ekološke tvrdnje mogu dovesti do pravnih izazova i regulatornih akcija. Vlade i agencije za zaštitu potrošača sve više kažnjavaju tvrtke koje se bave zavaravajućim marketinškim praksama, nametanjem kazni i sankcija za kršenje standarda oglašavanja.

## Ekološka šteta

Možda najznačajnija posljedica greenwashinga je potencijal za nastanak ekološke štete. Kada tvrtke promoviraju lažne tvrdnje o ekološkoj prihvatljivosti, iste zanemaruju stvarne prakse održivosti, što doprinosi onečišćenju, iscrpljivanju resursa i drugim ekološkim problemima.

Greenwashing je sveprisutan problem koji zahtijeva pažnju i djelovanje potrošača, tvrtki i donositelja odluka. Razumijevanje posljedica greenwashinga ključno je za donošenje informiranih odluka. Kako bi učinkovito suzbili greenwashing, potrošači moraju postati kritički mislioci i tražiti pouzdane informacije od pouzdanih izvora. S druge strane, kompanije moraju prioritetizirati autentične inicijative održivosti, biti transparentne o svojim ekološkim praksama i pridržavati se istinitog oglašavanja. Konačno, držeći proizvođače odgovornima i promovirajući istinsku ekološku odgovornost, možemo raditi na održivijoj budućnosti za nas i generacije koje dolaze.



# Primjeri *greenwashing*-a

## (Brza) Moda

### H&M

H&M, drugi najveći svjetski trgovac odjećom, suočava se s velikom kritikom zbog svog doprinosa tekstilnom otpadu i neodrživih praksi u brznoj modnoj industriji. S više od 5000 trgovina diljem svijeta, tvrtku se optužuje za poticanje kulture brze zamjene odjeće, imitiranje visoke mode i toleriranje neadekvatnih radnih uvjeta. Unatoč tim kontroverzama, H&M se trudi prikazati kao održiva i ekološki prihvatljivija marka.

Jedna od značajnih inicijativa H&M-a je kolekcija odjeće i program recikliranja unutar svojih trgovina. Uvođenje "Conscious" kolekcije 2011. godine, koja tvrdi da koristi barem "50% održivih materijala", i javno opredjeljenje za korištenje samo recikliranih i održivo proizvedenih materijala do 2030. godine, su hvalevrijedni koraci. Izvješće o održivosti marke za 2021. godinu pokazuje neke pozitivne rezultate, poput značajnog povećanja korištenja recikliranih materijala u odjeći i smanjenja gotovo 28% u plastičnom pakiranju.

Međutim, ove inicijative o održivosti treba promatrati u kontekstu inherentnih izazova brze modne industrije. Brza moda potiče prekomjerno potrošačko ponašanje i mentalitet odbacivanja, što dovodi do proizvodnje nevjerojatnih 3 milijarde odjevnih predmeta godišnje. Stoga naponi H&M-a u recikliranju i poticanju potrošača da kupuju reciklirane proizvode mogu imati samo ograničen utjecaj na ukupni ekološki otisak industrije.

Kritičari tvrde da održivost H&M-a često nedostaje transparentnosti i može se percipirati kao "greenwashing". Iako je H&M poduzeo neke korake prema kružnom gospodarenju, kao što su uvođenje strojeva za recikliranje u trgovinama i stvaranje virtualnog otoka u igri Animal Crossing kako bi promovirao održivost, te akcije se mogu smatrati izvedbenima bez značajnog utjecaja u stvarnom svijetu.

Da bi zaista bila odgovorna za svoje postupke, H&M mora ići dalje od površnih mjera i implementirati temeljne promjene u svom poslovnom modelu. Samo promoviranje recikliranja i korištenje održivih materijala za dio svojih proizvoda nije dovoljno. Za kompaniju poput H&Ma potrebno je da pitanju održivosti pristupi holistički, adresirajući ekološki utjecaj svojeg cijelog lanca opskrbe, uključujući nabavu sirovina, proizvodne procese i prijevoz.

Transparentnost je ključan čimbenik u izgradnji povjerenja kod potrošača i dionika. Kritičari su istaknuli nedostatak transparentnosti u izvješćivanju H&M-a o smanjenju ukupnog ekološkog utjecaja i emisija stakleničkih plinova. Tvrtke koje tvrde da su ekološki odgovorne moraju postaviti jasne i mjerljive ciljeve održivosti i pružiti javnosti otvoreno i redovito izvješće o svom doprinosu kako bi izbjegle dojam "greenwashinga". Iako se naponi H&M-a prema održivosti ne bi smjeli potpuno zanemariti, potrebno je sagledati širi izazov unutar industrije mode.

Kako bi zaista napravio razliku, H&M mora poduzeti ambicioznije korake i pokazati istinsku predanost smanjenju svog ekološkog otiska. Oslanjanje na taktike greenwashinga kako bi stvorila povoljan dojam nije dovoljno (Blessersholt, J., 2021).

Poticanje potrošača na recikliranje i korištenje održivih materijala u ograničenom rasponu proizvoda neće riješiti širok utjecaj brze mode na okoliš. Da bi postala stvarno održiva i ekološki odgovorna modna marka, H&M, poput mnogih drugih u industriji, mora preuzeti veću odgovornost za svoje postupke, povećati transparentnost svojih praksi i prioritetno promijeniti svoj poslovni model. Postizanje održive budućnosti zahtijeva suradničke napore svih dionika, uključujući tvrtke, potrošače i donositelje politika, kako bi podržali zaista održive prakse i potaknuli pozitivne promjene u modnoj industriji.

## **SKIMS**

Odjevna marka SKIMS Kim Kardashian , suočila se s optužbama za "greenwashing", praksu koja obuhvaća varljive tvrdnje o očuvanju okoliša. Optužbe su dospjele u javnost putem istrage koju je provela zaklada Changing Markets. Istraživanje nije pronašlo značajne dokaze koji bi podržali tvrdnje o ekološkoj svijesti koje je marka SKIMS iznijela.

Srž problema leži u tvrdnjama o ambalaži proizvoda marke SKIMS. Ovaj brand isporučuje svoje proizvode u ambalaži na kojoj je istaknuta izjava "I am not plastic" („ Ja nisam plastika“) Na ambalaži je također naznačeno da je kompostabilna i biorazgradiva, što naglašava predanost održivim praksama. No, istraživanje zaklade Changing Markets otkrilo je da ambalaža sadrži simbol za recikliranje s brojem 4, što upućuje na to da je napravljena od polietilena niske gustoće (LDPE), vrste plastike.

Ova kontradiktorna ambalaža izazvala je zabrinutost zbog greenwashinga, jer marka nastoji izgledati ekološki prihvatljivo dok istovremeno koristi plastične materijale. Iako ambalaža može biti zaista kompostabilna i sposobna za razgradnju, činjenica da je napravljena od plastike proturječi početnoj tvrdnji da uopće nije plastična.


Osim toga, ovo nije prvi put da se SKIMS suočava s kritikama zbog svojih ekoloških tvrdnji. Platforma Good On You, koja ocjenjuje etičke i održive prakse marki, dodijelila je SKIMS-u najnižu ocjenu, „We avoid“ ("Mi ih izbjegavamo"). Ta ocjena je rezultat nedostatka transparentnosti informacija o održivosti kroz cijeli lanac opskrbe.

Općenito, slučaj SKIMS-a prikazuje širi izazov s kojim se modna industrija suočava u odgovornom prikazivanju tvrdnji o održivosti.



## IKEA

IKEA je doživjela značajan udarac na svoj održivi imidž kada ju se povezalo s ilegalnom sječom drva na teritoriju Ukrajine. Program certifikacije drvene sirovine, Forest Stewardship Council (FSC), optužen je za greenwashing u industriji drveta jer nije otkrio izvor kontroverznog drva povezanog s IKEA-om. Izvještaj nevladine organizacije Earthsight otkrio je da je VGSM, dobavljač odgovoran za isporuku stolaca i dijelova stolaca IKEA-i, bio uključen u sječú drveća u Ukrajini. Međutim, VGSM je djelovao pod ilegalno izdanim licencama Državnog poduzeća za šumarstvo, koje kontrolira šumske regije označene za sječú u Ukrajini. Kao i u drugim bivšim sovjetskim zemljama, šumskim regijama označenim za sječú u Ukrajini upravljaju državna poduzeća. Većina ovih "državnih šumarskih poduzeća" pod kontrolom je Državne agencije za šumarske resurse Ukrajine, uključujući ono u spornom Velkyy Bychkivu, udaljenom području na zapadu Ukrajine blizu rumunske granice.



---

Ovaj slučaj osvjetljava izazove održivog opskrbljivanja materijalima u regijama s slabim regulatornim nadzorom i problemima korupcije. Unatoč povezanosti IKEA-e s FSC-om, poštovanim certifikacijskim tijelom za održive šumarske prakse, tvrtka nije bila u mogućnosti spriječiti ilegalne prakse sječe u svom lancu opskrbe.

Ovaj incident ističe složenost i potencijalne rizike s kojima se suočavaju multinacionalne kompanije prilikom poslovanja s dobavljačima iz zemalja s manje regulatornim okvirom. Ističe važnost rigorozne analize i kontinuiranog praćenja lanaca opskrbe kako bi se osiguralo poštivanje okolišnih i etičkih standarda.

Da bi očuvala svoj ugled održivosti i učinkovito se suočila s optužbama za greenwashing, IKEA mora poduzeti snažnije mjere kako bi osigurala da njezini dobavljači poštuju održive prakse tijekom cijelog lanca opskrbe. Suradnja s organizacijama poput Earthsighta i drugih neovisnih nadzornika može pružiti vrijedne uvide i pomoći u prepoznavanju i rješavanju potencijalnih problema na vrijeme. Aktivno se baveći tim pitanjima i poduzimanjem mjera protiv ilegalnih praksi, IKEA može pokazati svoje istinsko opredjeljenje za održivost i etičko opskrbljivanje.

## **Coca-Cola**

Coca-Cola, globalni gigant u industriji pića, suočila se s kritikama i optužbama za greenwashing u vezi s tvrdnjama o svojoj ambalaži od plastike. Izvještaj zaklade Changing Markets posebno ističe Coca-Colu zbog promocije boca od 25% morskog otpada. Iako ova inicijativa može izgledati kao korak u pravom smjeru, izvještaj ističe izostavljanje ključnih informacija o statusu Coca-Cole kao jednog od najvećih svjetskih zagađivača plastikom.

Tvrdnja o korištenju boca s postotkom morskog otpada, a ne spominjanje značajnog doprinosa Coca-Cole zagađenju plastikom, postavlja pitanja o istinitosti njenih napora u održivosti. Kritičari tvrde da takve tvrdnje mogu dati potrošačima lažan osjećaj tvrtkine odgovornosti prema okolišu, a da istovremeno ne rješavaju cjelokupnu krizu zagađenja plastikom.

U odgovoru na izvještaj, Coca-Cola je potvrdila svoje opredjeljenje da bude dio rješenja. Tvrtka ima cilj da sve svoje boce u Velikoj Britaniji budu 100% reciklabilne i postavila je globalni cilj da do 2030. godine prikupi i reciklira jednu bocu ili limenku za svaku prodanu. Osim toga, tvrtka je pokrenula inovativne eksperimente, poput razvoja boca od obnovljenih i recikliranih morskih plastika, kako bi istražila rješenja za smanjenje štetnosti pakiranja.

Međutim, aktivisti za okoliš tvrde da iako su ove inicijative korak naprijed, neće biti dovoljne za suočavanje s rastućim problemom zagađenja plastikom. Izvještaj poziva na više transparentnosti i odgovornosti od tvrtki poput Coca-Cole kako bi osigurale da poduzmu stvarne akcije koje imaju za cilj smanjenje upotrebe plastike i njezin utjecaj na okoliš.

Povezanost Coca-Cole s zagađenjem plastikom nije nova. U posljednjim godinama tvrtka se suočila s sve većim pritiskom od potrošača, organizacija za zaštitu okoliša i vlada na rješavanje problema plastike. Unatoč nekim naprecima, mnogi dionici smatraju da tvrtka treba poduzeti ambicioznije mjere, uključujući značajno smanjenje plastike u pakiranju i ulaganje u recikliranje zatvorenog kruga.

S rastom svijesti potrošača o zagađenju plastikom, tvrtke poput Coca-Cole suočavaju se s povećanim pritiskom da pokažu istinsko i ozbiljno opredjeljenje prema održivosti. Kriza plastike je kompleksan izazov koji zahtijeva sveobuhvatna rješenja. Tek kroz transparentne i dugotrajne napore mogu Coca-Cola i drugi veliki brandovi pridobiti povjerenje javnosti i učinkovito pridonijeti održivijoj budućnosti.



#### Jumbo plakati

Jumbo plakati tvrtke INA s porukama "Očuvanje okoliša", "Zazelenimo Hrvatsku zajedno!" i sličnim, postavljeni su diljem zemlje tijekom posljednjih nekoliko godina. Nakon svih skandala povezanih s INA-om u posljednjim godinama, kao što su ekološka i ljudska tragedija u Sisku, neopravdano povećanje cijena goriva, nečistoće u gorivu te uvrede direktora INA-e prema ekološkim aktivistima, pojedinci smatraju da INA nije imala pravo na takvu reklamnu kampanju. INA-ina kampanja smatra se jasnim primjerom "greenwashinga" s obzirom da se dovodi dojam da tvrtka pokušava manipulirati javnošću putem ovih plakata, koristeći slike prirode i životinja koje nemaju veze s INA-inim aktivnostima.



U vrijeme kada su vijesti o klimatskim promjenama sve češće i kada više nisu samo priče koje govore ekolozi, INA-ine metode oglašavanja, koje su grubo iskrivile percepciju CO2 kao glavnog uzročnika klimatske katastrofe, smatraju se u najmanju ruku neodgovornima.

INA je optužena da namjerno obmanjuje javnost koristeći pojmove poput "pogon na sva četiri kotača", "interkontinentalni let" i slično, u kontekstu održivosti i vlastite promocije. Problem je što se štetan utjecaj svakog pojedinačnog vozila s pogonom na sva četiri kotača smatra do 4 puta većim od običnog automobila (350 - 400 grama CO2 emitirano po kilometru za vozila s pogonom na sva četiri kotača, u usporedbi s 100 grama za manje automobile). Poznato je da zrakoplovi proizvode do 6 puta više CO2 po putniku nego automobili koji prevoze 4 osobe. Unatoč upozorenjima o klimatskim promjenama, vozila s pogonom na sve četiri kotače i jeftini letovi postajali su sve popularniji. Ova reklamna kampanja smatra se neizravnom podrškom njihovoj popularnosti i ekvivalentnom nehotičnom nepravilnom postupku. Nakon nekog vremena, revoltirani pojedinci intervenirali su na plakatima jer su vjerovali da sada odražavaju istinu.



#### "Prirodni plin"

Opće je poznato da industrije fosilnih goriva, poput one koju predstavlja INA, žele uvjeriti javnost da je prirodni plin gorivo koje je klimatski neutralno. Česta su inzistiranja na korištenju manipulativnog pojma "prirodni plin", no to je daleko od njegove istinske prirode. Kao što se ugljen i nafta ne nazivaju "prirodnim ugljenom" i "prirodnom naftom", iako također potječu iz prirode, plin se ne bi trebao nazivati "prirodnim", već fosilnim gorivom. Već godinama, autobusi javnog prijevoza u Zagrebu i Rijeci prikazuju slogane poput "Štitimo okoliš! Vozimo na prirodni plin!" ili "Vozim na plin, prema prirodi sam pristojan i fin!".

Plin nije ni čist ni "zelen" niti je prijelazno gorivo ka održivijim alternativama. Kao i ostala fosilna goriva, on je značajan izvor emisija CO<sub>2</sub> i metana - plin koji je, kada se oslobodi u atmosferu, 84 puta jači kao staklenički plin od ugljičnog dioksida, izmjereno tijekom 20-godišnjeg razdoblja.



## Španjolska

### Repsol-ova "Greenwashing" kampanja

Repsol, velika španjolska energetska kompanija, suočila se s kritikama zbog svoje kampanje "Somos Repsol", koja je isticala kompanijinu predanost obnovljivoj energiji i ekološkoj održivosti. Međutim, ekološki aktivisti tvrdili su da Repsolove osnovne poslovne aktivnosti i dalje snažno ovise o fosilnim gorivima, uključujući eksploataciju nafte i prirodnog plina. Kampanja je mnogima izgledala kao pokušaj "greenwashinga" svoje slike, a da pritom nije potpuno prešla na manje ugljično intenzivne operacije.

## Kontroverza održive kolekcije Zare

Zara, poznati španjolski brend brze mode pod matičnom kompanijom Inditex, suočila se s optužbama za "greenwashing". Lansirali su održivu liniju odjeće pod nazivom "Join Life" koja je naglašavala ekološke materijale i proizvodne procese. Kritičari su tvrdili da iako kolekcija naglašava održivost, nije se bavila širim problemima koji su povezani s brzom modom, kao što su prekomjerna potrošnja i njezin ekološki utjecaj.



### St. Maarten

#### "Ekološki prijateljski" resorti s ograničenim održivim praksama

Na Svetom Martinu, neki resorti se promoviraju kao "ekološki prijateljske" ili "zelene" destinacije kako bi privukli ekološki svjesne putnike. Ističu značajke poput energetski učinkovitog osvjetljenja, programa ponovne uporabe posteljine i napora za očuvanje vode u svojim marketinškim materijalima. Međutim, detaljnim pregledom postaje jasno da su ovi postupci često minimalni, a resorti nemaju sveobuhvatne inicijative održivosti.

Pokazatelji "greenwashinga":

Nedostatak transparentnosti: Stvarni ekološki prijateljski resorti obično pružaju detaljne informacije o svojim naporima za održivost, uključujući podatke o uštedi energije i vode, smanjenju otpada i angažmanu zajednice. Tvrtke koje se bave "greenwashingom" često nemaju transparentnost i konkretne podatke.

Simbolički naponi: Neki "ekološki prijateljski" resorti implementiraju samo površne promjene, poput poticanja gostiju da ponovno koriste ručnike, dok se ne bave ozbiljnijim izazovima održivosti, poput odgovornog nabavljanja hrane i građevinskih materijala te održivog upravljanja otpadom.

Nedostatak certifikata: Legitimni ekološki resorti često traže certifikate trećih strana, kao što su Earth Check ili Green Globe, kako bi potvrdili svoje tvrdnje o održivosti. Mnogi od ovih resorta nemaju ove certifikate ili prikazuju lažne.

## Kruzeri koji promoviraju "zelene" krstarenja

Primjerice, kruzeri koji prometuju na St. Maartenu kritizirani su zbog "greenwashinga" promovirajući svoja krstarenja kao ekološki prijateljska, ali ne rješavajući dovoljno ekološke probleme povezane s njihovim djelovanjem. Neke kruzing kompanije ističu manje ekološke inicijative, poput recikliranja na brodu ili smanjenja potrošnje goriva, ali neadekvatno se bave pitanjima poput onečišćenja zraka i vode, generiranja otpada i utjecaja masovnog kruzinga na lokalne ekosustave i zajednice.

Pokazatelji "greenwashinga":

**Selektivne informacije:** Kruzeri koji se bave "greenwashingom" često naglašavaju manje ekološke inicijative, a ne suočavaju se sa širim ekološkim utjecajem svoje industrije, kao što su emisije izgaranja teških goriva i odlaganje otpada na moru.

**Preuveličavanje koristi:** Neke kruzing kompanije pretjeruju s ekološkim koristima svojih aktivnosti ili koriste nejasne termine poput "najzelenijeg krstarenja" bez pružanja konkretnih dokaza koji podržavaju njihove tvrdnje.

**Nedostatak transparentnosti:** Transparentnost često nedostaje, pri čemu kruzeri ne objavljuju svoje ekološke podatke ili napore za potpunim smanjenjem svog utjecaja.

Kako bi se borili protiv "greenwashinga" na Svetom Martinu, potrošači i putnici trebaju tražiti jasne i specifične tvrdnje o održivosti koje podupiru certifikati trećih strana prilikom odabira resorta, krstarenja ili drugih putničkih iskustava. Osim toga, podržavanje poslovanja koja zaista prioritetiziraju održivost i ekološku odgovornost može pomoći u poticanju pozitivnih promjena u regiji.



# Održive alternative u borbi protiv *greenwashinga*

Borba protiv greenwashinga zahtijeva pristup s više strana kroz različite dionike, uključujući tvrtke, potrošače, regulatorna tijela i nevladine organizacije. Prihvatanjem ovih održivih alternativa, tvrtke pokazuju dosljednu predanost održivosti, a potrošači mogu donositi informirane odluke kako bi podržali tvrtke koje su odgovorne prema okolišu, što u konačnici pomaže u suzbijanju greenwashing-a i promicanju održive budućnosti. U sljedećem tekstu moguće je pronaći osnovne kriterije koji moraju biti ispunjeni u borbi protiv greenwashing-a i stvaranju održivih alternativa, kako je navedeno u članku *Journal of Consumer Behavior* (2020.).

## Transparentnost i odgovornost

Tvrtke moraju prioritetno osigurati transparentnost pružanjem provjerljivih informacija o svojim praksama održivosti i otkrivanjem njihovih okolišnih utjecaja. Certifikati i eko-oznake neovisnih tijela osiguravaju vjerodostojnost tvrdnji o održivosti, što omogućuje potrošačima donošenje informiranih odluka.

## Neovisne revizije i izvještavanje

Neovisne revizije imaju ključnu ulogu u provjeri točnosti tvrdnji o održivosti i postupanju tvrtki. Standardizirani okviri izvještavanja poput Global Reporting Initiative (GRI) ili Sustainability Accounting Standards Board (SASB) mogu voditi dosljedno otkrivanje okolišnih i društvenih utjecaja.

## Edukacija potrošača

Educiranje potrošača o taktikama greenwashing-a i prepoznavanju istinskih napora kompanija prema održivosti je ključan korak u borbi protiv ove nepoštene prakse. Poticanje istraživanja i provjere tvrdnji brand-ova prije donošenja odluka o kupnji može pomoći potrošačima da izbjegnu padanje u zamku zavaravajućeg i štetnog marketinga.

## Regulacija i provedba

Jačanje regulacija protiv greenwashing-a ključno je za odbijanje zavaravajućih tvrdnji. Ovlašćivanje regulatornih tijela da primjenjuju kazne na tvrtke koje su krive za zavaravajuće marketinške prakse šalje jasnu poruku da takvo ponašanje neće biti tolerirano.

## Suradnja i kolektivno djelovanje

Poticanje suradnje između tvrtki, nevladinih organizacija i agencija vlada ključno je za razvoj standardiziranih mjera i referentnih točaka održivosti. Podupiranje inicijativa kolektivnog djelovanja, poput programa održivosti cijele industrije, može stvarati stvarne promjene u različitim sektorima.

### Investiranje u istinsku održivost

Nagraditi tvrtke koje pokazuju istinsku predanost održivosti podrškom od investitora, potrošača i partnera potiče prelazak prema dugoročnim ciljevima održivosti umjesto površinskih, kratkoročnih marketinških taktika.

### Podrška inicijativama eko-oznaka

Promoviranje upotrebe uglednih eko-oznaka i certifikata koji neovisno potvrđuju održive prakse. Vlade i organizacije mogu razvijati kampanje osvješćivanja kako bi informirali potrošače o pouzdanim eko-oznakama i pomogli im u donošenju informiranih odluka.

### Jačanje korporativnog upravljanja

Uključivanje održivosti u strukture korporativnog upravljanja čini je ključnim dijelom poslovne strategije. Imenovanje neovisnih dužnosnika ili odbora za održivost za nadzor i izvješćivanje o održivim praksama tvrtke dodaje vjerodostojnost naporima prema održivosti tvrtke.

### Suradnja s grupama za zagovaranje

Nevladine organizacije i skupine za zagovaranje igraju ključnu ulogu u provjeri tvrdnji o korporativnoj održivosti. Suradnja s njima pomaže procijeniti okolišni utjecaj tvrtki i osigurava objektivniju procjenu.

### Politike zelene nabave

Vlade i velike korporacije mogu voditi primjerom putem politika zelene nabave koje favoriziraju proizvode i usluge tvrtki s vjerodostojnim praksama održivosti, potičući potražnju za odgovornim ponudama.



# Razvoj kritičkog mišljenja i sposobnosti prepoznavanja greenwashinga


Kritičko razmišljanje može se definirati kao intelektualno disciplinarni proces aktivnog i vještog konceptualiziranja, analiziranja, vrednovanja i sintetiziranja informacija prikupljenih iz promatranja, iskustva, razmišljanja ili komunikacije. Uključuje postavljanje pitanja o pretpostavkama, razmatranje više perspektiva i ispitivanje dokaza kako bi se došlo do dobro promišljenih i informiranih zaključaka. U svojoj biti, kritičko razmišljanje odnosi se na sposobnost da se kritički i neovisno razmišlja, izbjegavajući žurne prosudbe i emocionalne reakcije. Ono ide dalje od prihvatanja informacija površno i uključuje dublje istraživanje temeljnih pretpostavki, pristranosti i mogućih logičkih pogrešaka. Kritički mislioci koriste analitičko razmišljanje, razbijajući kompleksne probleme na manje dijelove i sistematski procjenjujući svaki od njih. Oni su otvoreni umu, voljni razmatrati različite perspektive i prijemčivi za promjenu svojih mišljenja na temelju novih dokaza. Primjenjujući razmišljanje temeljeno na dokazima, kritički mislioci procjenjuju vjerodostojnost i relevantnost izvora informacija prije nego što ih uključe u svoje razmišljanje. Cijene točnost i objektivnost, tražeći pouzdane podatke i izbjegavajući neutemeljene pretpostavke.

Kritičko razmišljanje nije ograničeno na određene predmete ili discipline; to je prijenosna vještina koja se može primijeniti u raznim akademskim, profesionalnim i osobnim kontekstima. To je ključna vještina za rješavanje problema, donošenje odluka, učinkovitu komunikaciju i cjeloživotno učenje. Sveukupno, kritičko razmišljanje opskrbljuje pojedince alatima za snalaženje u složenostima svijeta, donošenje informiranih odluka i pristup izazovima s logičnim i promišljenim stavom.

Kritičko razmišljanje iznimno je važno za suzbijanje greenwashing-a jer omogućuje po jedincima da razlikuju između istinskih napora prema održivosti i zavaravajućih marketinških praksi.

U središtu kritičkog razmišljanja leži sposobnost analiziranja tvrdnji o održivosti koje iznose tvrtke. Kritički mislioci pristupaju tim tvrdnjama sa skeptičnim stavom, procjenjujući pružene dokaze i tražeći vjerodostojne izvore koji podupiru ili pobijaju te tvrdnje. Postavljajući pitanja o pretpostavkama i gledajući iza površinskih izjava, mogu identificirati neusklađenosti i zavaravajuće informacije.





---

Greenwashing se često oslanja na nejasan, pretjeran ili emocionalno nabijen narativ kako bi stvorilo dojam održivosti bez suvislih dokaza. Kritički mislioci su vješti u prepoznavanju takvih jezičnih taktika i mogu proći kroz zelenu fasadu. Traže konkretnu i provjerljivu dokumentaciju, umjesto da budu impresionirani neargumentiranim marketinškim izjavama.

Tvrtke koje su istinski posvećene održivosti transparentne su u vezi sa svojim praksama i izlažu provjerljive informacije. Kritički mislioci cijene transparentnost i traže odgovornost tvrtki za njihove tvrdnje. Potiču tvrtke da dijele podatke o svom okolišnom utjecaju i preuzmu odgovornost za svoje postupke.

Druga uobičajena taktika greenwashinga može uključivati isticanje manjih ekoloških inicijativa, dok se prešućuju ili zanemaruju veći okolišni utjecaji. Kritički mislioci su budni prema selektivnom izvještavanju i razmatraju cjelokupnu sliku. Procjenjuju cijeli životni ciklus proizvoda ili usluga, od proizvodnje do odlaganja, kako bi otkrili skrivene okolišne posljedice.

S druge strane, neke tvrtke koriste ugledne certifikate ili eko-oznake trećih strana kako bi potvrdile svoje tvrdnje o održivosti. Kritički mislioci provjeravaju autentičnost i vjerodostojnost tih certifikata. Prepoznaju da legitimne eko-oznake pružaju neovisne procjene održivih praksi tvrtke i budno prate samoprozване oznake koje nemaju potvrdu treće strane.

Kritički mislioci također uspoređuju prakse održivosti među tvrtkama u istoj industriji. Ako tvrdnje jedne tvrtke izgledaju nerazmjerno ambiciozno u odnosu na druge, to može izazvati sumnju. Razmatrajući kontekst i industrijske standarde, kritički mislioci mogu identificirati zavaravajuće pretjerivanje.

Naoružani vještinama kritičkog razmišljanja, potrošači mogu donositi informirane i odgovorne odluke. Podupiru tvrtke koje istinski daju prednost održivosti i izbjegavaju zelene proizvode. Svojim odabirima, potrošači potiču potražnju za transparentnim i odgovornim praksama prema okolišu.

Kritičko razmišljanje izaziva tvrtke da budu odgovornije za svoje okolišne utjecaje. Kako potrošači zahtijevaju transparentnost i autentičnost, tvrtke su motivirane da poboljšaju svoje stvarne prakse održivosti. Ova povećana pažnja potiče kulturu korporativne odgovornosti i održivog rasta. Identificirajući i ističući greenwashing, javnost vrši pritisak na tvrtke da poboljšaju svoje stvarne napore prema održivosti. Zahtjev za transparentnošću i autentičnošću potiče tvrtke da usklade svoje akcije sa svojim marketinškim tvrdnjama. Kako se sve više tvrtki istinski posvećuje održivosti, kolektivni utjecaj može dovesti do stvarnih promjena na globalnoj razini (Fernandes, Segev & Leopold, 2020).

Kritičko razmišljanje osnažuje pojedince da pronađu kroz taktike greenwashing-a, razlikuju između istinskog održivosti i površinskih tvrdnji te donose informirane odluke koje doprinose održivijoj budućnosti. Razvijanjem vještina kritičkog razmišljanja, pojedinci mogu aktivno sudjelovati u suzbijanju greenwashing-a i promicanju istinske odgovornosti prema okolišu. Pažljivom analizom, vrednovanjem i pregledom, kritički mislioci zahtijevaju odgovornost tvrtki, promoviraju održive potrošačke izbore i potiču pozitivne promjene prema odgovornijoj budućnosti. Prihvatanje kritičkog razmišljanja ključno je za pojedince koji žele ostvariti opipljiv utjecaj u suzbijanju greenwashinga i izgradnji održivog svijeta za buduće generacije.

# Interaktivne igre i vježbe na temu *greenwashing-a*

## Greenwashing trening

### Opći cilj:

Poučiti sudionike o važnosti održivosti i načinima "zelenog" načina života.

### Specifični ciljevi:

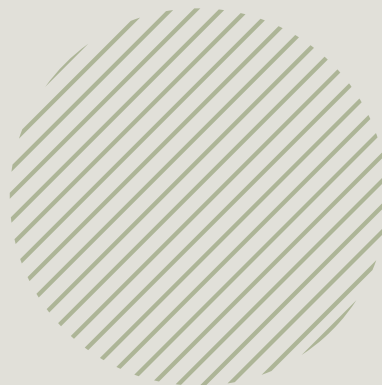
- Naučiti o ključnim pojmovima i konceptima poput klimatskih promjena, smanjenja emisija ugljika, upravljanja otpadom itd.
- Aktivno promovirati održivost u lokalnim zajednicama.
- Podijeliti najbolje prakse među organizacijama i sudionicima.
- Naučiti o procesu pretvaranja otpada u nove proizvode (upcycling).
- Razmišljati i dijeliti ideje o tome kako živjeti "zelenije".

### Trajanje:

5 dana

### Ciljna skupina:

Mladi i youth worker-i





Dan 1	Dan 2	Dan 3	Dan 4	Dan 5
Uvod u tijek treninga i upoznavanje	Learning about terms and critical thinking	Zelena transformacije u organizacijama mladih	Nečije smeće nekom je blago	Ideje za budućnost i zatvaranje treninga
Pauza za ručak	Pauza za ručak	Pauza za ručak	Pauza za ručak	Pauza za ručak
Definiranje ključnih koncepata	Održivost u našoj zajednici	Zelena transformacije u organizacijama mladih	Savjeti i trikovi za promicanje zelenog stila života među mladima	Ideje za budućnost i zatvaranje treninga

# DAN 1

## Naslov sesije

### Uvod u tijek treninga i upoznavanje

#### Ciljevi

- Upoznati se međusobno;
- Naučiti nešto o sudionicima i razumjeti njihovu motivaciju za sudjelovanje u treningu;
- Postaviti očekivanja koja sudionici imaju od aktivnosti i predstaviti načine na koje mogu doprinijeti treningu;
- Dogovoriti pravila suradnje tijekom treninga;
- Započeti proces izgradnje grupe.

#### Trajanje (u minutama)

**180 minuta** uključujući pauzu za osvježenje

#### Potrebni resursi/materijali/oprema

Karte s pitanjima za međusobno upoznavanje, Dixit karte, kocka, razni materijali za izradu mosta (papir, karton, traka, škare, ljepilo, baloni itd.), papir za flipchart i flomasteri.

**Korak po korak opis** (sadržaj, elementi, metode, vrijeme) + pitanja za debriefing (ako je primjenjivo)

1.Voditelji pozdravljaju sudionike, govore im nešto više o sebi i o prostoru (10 minuta).

2.Krug s imenima - sudionici sjede u krugu, izgovaraju svoja imena i kratko objašnjavaju kako su stigli na tečaj (10 minuta).

3.Upoznavanje - Četiri kutka (35 minuta)

Trener daje upute da se sudionici podijele u 4 grupe (svaka grupa sastoji se od sudionika iz različitih zemalja/zajednica/organizacija). Svaka grupa započinje svoje putovanje u jednom od 4 kuta prostorije. Svaki kut ima određeni zadatak za grupu kako bi se međusobno bolje upoznali. Trener objašnjava što se nalazi u svakom kutu.



- Kutak 1 ima različita pitanja/teme na karticama koje sudionici biraju i dijele o sebi. (Voditelji mogu pripremiti vlastita pitanja ili koristiti već pripremljene kartice. Moguća pitanja: Odakle dolazim? Što radim? Koji mi je profesionalni pozadina? Kakva je moja uloga u organizaciji? Tko sam u privatnom životu? Koji su mi hobiji? Koja mi je omiljena knjiga? Tko mi je uzor? Što sam morao/la savladati kako bih sudjelovao/la na ovom tečaju? Itd.).
- Kutak 2 ima jednu kocku. Svaki sudionik baca kocku. Broj koji dobiju na kocki odgovara broju fotografija s mobitela koje trebaju podijeliti unutar svoje grupe te podijeliti kratku priču o fotografijama i zašto su im važne.
- Kutak 3 ima hrpu Dixit kartica (ili bilo koje druge vrste kartica s ilustracijama). Svaki sudionik bira jednu karticu koja ih na bilo koji način opisuje. Kad svatko odabere svoju karticu, svaki sudionik pokazuje karticu i dijeli kratku priču o tome zašto ju je odabrao/la.
- Kutak 4 ima papir s pitanjem napisanim na njemu - Što vas je motiviralo da se pridružite ovom tečaju? Svaki sudionik dijeli svoju priču.

4. Dnevni red treninga i postavljanje očekivanja (35 minuta) - voditelji predstavljaju program tečaja i pozivaju sudionike da napišu svoja očekivanja na papiriće i postave ih na flipchart kako bi ih svi vidjeli. Voditelji komentiraju očekivanja.

5. Izgradnja mostova - vježba za izgradnju grupe (90 minuta) - pogledajte detaljnije vježbu ovdje. - <https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/building-bridges.305/>

## Naslov sesije

### Definiranje ključnih koncepata

### Ciljevi

- Upoznati se s konceptima poput održivog razvoja, zaštite okoliša i ugljičnog otiska
- Istražiti pojam "greenwashing" i njegove posljedice

### Trajanje ( u minutama)

**180 minuta** uključujući pauzu za osvježenje

## Resursi/materijali/potrebna oprema

Flipchart, post-it, markeri, Internet, laptop, ppt prezentacija

**Korak po korak opis** (sadržaj, elementi, metode, vrijeme) +pitanja za debriefing (ako je primjenjivo)

1.Dijeljenje naših stvarnosti (20 minuta) - sudionici su pozvani podijeliti primjere klimatskih promjena u lokalnim zajednicama. To mogu biti male ili velike promjene. Treneri potiču i vode raspravu te bilježe primjere na flipchartu.

2.Sudionici se dijele u 4 grupe, svaka grupa dobiva jedan pojam za daljnje istraživanje - napisati definiciju, istražiti povijest i trenutno stanje pojma, pronaći primjere ili preuzeti ih s flipcharta iz prethodne rasprave. Ovi četiri pojma su:

- a. Održivi razvoj
- b. Ekološka neutralnost
- c. Klimatske promjene
- d. Ugljični otisak

Svaka grupa prezentira svoj rad te potiče se daljnja rasprava (60 minuta).

3.Greenwashing (90 minuta) - treneri predstavljaju pojam "greenwashing" i prikazuju primjere. Sudionici su pozvani podijeliti druge primjere ako ih znaju. Treneri detaljno objašnjavaju koje su taktike greenwashing-a, kako se boriti protiv njega i što su održive alternative protiv njega.

4.Zatvaranje dana kratkom refleksijom o svim temama i pružanje informacija za sljedeći dan (10 minuta)

**Potrebni dokumenti** (radni listovi, ppt, ...)

Zeleni priručnik pdf.

# DAN 2

## Naslov sesije

### Učenje o pojmovima i kritičko razmišljanje

#### Ciljevi

- Podizati svijesti o ekološkim problemima i njihovim utjecajima
- Pružiti znanje i dublje razumijevanje različitih koncepata vezanih uz područje okoliša.
- Razvijati suradničke i izražajne vještine sudionika.
- Dopustiti youth worker-ima istraživanje i integraciju različitih inkluzivnih i kreativnih pristupa u njihovu radu s mladima i za obrazovanje mladih.

#### Trajanje (u minutama)

**180 minuta** uključujući pauzu za osvježenje

#### Resursi/materijali/potrebna oprema

Isprintane kartice, Internet, primjeri dobrih praksi i greenwashing-a

**Korak po korak opis** (sadržaj, elementi, metode, vrijeme) + pitanja za debriefing (ako je primjenjivo)

1. Treneri započinju dan kratkim energizerom, objasne plan dnevnog programa ostavljajući prostor za pitanja (15 minuta).

2. ABC za ekološke probleme (80 minuta) –

Aktivnost koristi dva digitalna alata:

- Spin wheel (vrtuljak) sastavljen od tri različita zadatka - mimika, govorenje i crtanje.
- Skup karata s pojmovima i definicijama vezanim uz informacije koje želite prenijeti - naš set odnosi se na ekološke pojmove.

Ako nemate internet vezu, možete staviti bilješke s različitim zadacima i pojmovima/definicijama te ih staviti u dvije različite kutije koje sudionici mogu koristiti.



Grupa može varirati od 10 do 40 ljudi.

Podijelite grupu na dvije ekipe. Jedan po jedan, sudionik okreće spin wheel (vrtuljak) kako bi dobio zadatak. Nakon toga, uzima karticu. Ostali sudionici ne smiju vidjeti sadržaj kartice.

Sudionik uzima minutu vremena da razmisli i razumije definiciju pojma, te ima još jednu minutu da svojoj ekipi objasni pojam, obavljajući dodijeljeni zadatak. Primjer: crtanje biološke raznolikosti.

Nakon svakog kruga, svaka ekipa dobiva bodove na sljedeći način:

1 bod ako ekipa pogodi pojam. Ako ekipa ne pogodi, druga ekipa ima priliku ukrasti bod. Imaju minutu za konzultaciju i smiju reći samo jedan odgovor. Ako je odgovor točan, bod ide njima.

1 bod ako sudionik uspije objasniti/definirati pojam ispravno. To će vam (kao voditelju/youth worker-u) pružiti priliku da se uvjerite da je svatko razumio pojam ispravno.

Svaki sudionik mora sudjelovati, tako da neće biti dva kruga za istog sudionika osim ako su svi već sudjelovali. Krugovi se izmjenjuju između ekipa.

Više informacija i karata - <https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/abc-for-environmental-education.3260/>

3. Razvijanje kritičkog razmišljanja i sposobnosti prepoznavanja greenwashing-a (90 minuta) –

- a. Treneri daju kratki teorijski uvod o kritičkom razmišljanju, zašto je važno i kako ga poticati.
- b. Treneri prikazuju niz primjera greenwashing-a, ali i primjere dobrih praksi tvrtki koje promoviraju održivost i "zelenu" politiku. Sudionici su pozvani zauzeti stav s jedne ili druge strane sobe, ovisno o tome vjeruju li da je riječ o zelenoj laži ili dobroj praksi. Treneri podržavaju raspravu i pružaju više informacija o svakom primjeru.

**Potrebni dokumenti (radni listovi, ppt, ...)**

ABC za probleme okoliša - <https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/abc-for-environmental-education.3260/>

## Naslov sesije

### Održivost u našim zajednicama

#### Ciljevi

- Podržati kritičko razmišljanje
- Potaknuti sudionike da razmisle o elementima održivosti u vlastitoj zajednici
- Razmisliti o osobnim životnim izborima i što se može poboljšati

#### Trajanje (u minutama)

180 minuta

#### Resursi/materijali/potrebna oprema

Flipchart, markeri, olovke, flomasteri u bojama, škare, ljepilo, Internet

**Korak po korak opis** (sadržaj, elementi, metode, vrijeme) + pitanja za debriefing (ako je primjenjivo)

- 1. Sudionici su podijeljeni u 4-5 malih grupa koristeći kratki energizer (5 minuta).
- 2. Svaka grupa pozvana je raspravljati o tome kako bi njihova idealna zajednica izgledala. Zamoljeni su da napišu elemente koje bi njihova idealna zajednica imala (npr. škola, policija, centar za mlade, prijevoz itd.).

Nakon toga, svaka grupa pozvana je dodati elemente održivosti svojoj zajednici - kako bi njihova zajednica živjela zelenim načinom života i borila se protiv klimatskih promjena.

Svaka grupa pozvana je nacrtati svoju zajednicu uključujući održive elemente koje su prethodno naveli.

Grupe su pozvane predstaviti svoju zajednicu cijeloj grupi, a treneri su vodili Q&A sesiju s pitanjima:

1. Koji elementi se prepoznaju u vašoj vlastitoj zajednici?
2. Koji elementi nedostaju?
3. Kako možete živjeti održivim načinom života u vlastitoj zajednici?
4. Što vaša organizacija može učiniti?

- 3. Kratka refleksija o dnevnom programu i informacije o Danu 3 (10 minuta)

# DAN 3

## Naslov sesije

### Zelena transformacija u organizacijama mladih

## Ciljevi

- Upoznati se s "zelenim" organizacijama
- Inspirirati se za budući rad s mladima
- Dobiti ideje za zelene transformacije i aktivnosti koje promoviraju održivost

## Duration (in minutes)

**Cijeli dan**, uključujući pauzu za ručak

## Resursi/materijali/potrebna oprema

## Prijevoz

**Korak po korak opis** (sadržaj, elementi, metode, vrijeme) + pitanja za debriefing (ako je primjenjivo)

Treći dan treninga planiran je kao posjeta nevladinim organizacijama koje promoviraju poticanje zelene transformacije i zelenog načina života.

Sudionici će posjetiti 2 organizacije koje rade s mladima i volonterima koji organiziraju različite aktivnosti za održivost i zeleni način života. Sudionicima će biti omogućeno postavljanje pitanja te će dobiti ideje o tome kako uključiti različite aktivnosti u svoj rad.



# DAN 4

## Naslov sesije

Nečije smeće nekom je blago

## Ciljevi

- Potaknuti kreativnost
- Povećati svijest o klimatskim promjenama
- Poboljšati vještine svakog pojedinca
- Prakticirati upcycling (ponovnu uporabu i prenamjenu materijala)



## Trajanje (u minutama)

180 minuta uključujući pauzu za osvježenje

## Resursi/materijali/potrebna oprema

## Prijevoz

**Korak po korak opis** (sadržaj, elementi, metode, vrijeme) + pitanja za debriefing (ako je primjenjivo)

- 1. Treneri započinju dan kratkim energizerom i traže povratne informacije o prethodnom danu (20 minuta):
  - a. Što ste jučer naučili?
  - b. Što vas je najviše zainteresiralo?
  - c. Možete li primijeniti nešto što ste čuli u svojoj svakodnevnoj rutini i aktivnostima?
- 2. Nastavljaju objašnjavajući sljedeću vježbu i definirajući pojam "upcycling".
- 3. Svaki sudionik bit će unaprijed obaviješten da donese predmet iz svojeg doma koji više ne koristi (prije dolaska na projekt). Svaki će pokazati što su donijeli sa sobom, a voditelji će ih podijeliti u timove na temelju onoga što su donijeli i raznolikosti grupe. Voditelji će sudionicima pružiti osnovnu opremu koja se obično nalazi kod kuće, poput šivaćih alatki i mehaničkih alata (15 minuta).

- 4. Sudionici će imati neko vrijeme da razmisle o tome što žele prenamijeniti i kako to učiniti. U idealnom slučaju, svaki predmet koji su donijeli bit će prenamijenjen do kraja sesije, ali čak i ako ne pronađu svrhu za sve, to se i dalje može smatrati uspjehom. (60 minuta).
- 5. Na kraju sesije, svaka grupa će predstaviti predmet(e) koje su uspjeli napraviti tog dana. Zatim ćemo razmisliti o tome što smo postigli tog dana i pokušati potaknuti sudionike da nastave s prenamjenom predmet u svojoj svakodnevnoj rutini (30 minuta).

## Naslov sesije

### Savjeti i trikovi za promicanje zelenog stila života među mladima

#### Ciljevi

- Razmjenjivanje ideja o tome kako živjeti zelenije
- Promocija "zelenog" načina života
- Dijeljenje dobrih praksi

#### Trajanje

**180 minuta uključujući pauzu za osvježenje**

#### Resursi/materijali/potrebna oprema

Flipchart, markeri, post-it-i, laptop, Internet

**Korak po korak opis** (sadržaj, elementi, metode, vrijeme) +pitanja za debriefing (ako je primjenjivo)

1. Obavijestite sudionike da će sljedeća metoda biti "svjetska kavica". Podijelite sudionike u 4 grupe. Na 4 kraja sobe postavite flipchart papir s jednom temom. Svaka grupa će imati 10 minuta u svakom kutu da dodaju svoje ideje i uvide, nakon čega će trener dati znak za prelazak u sljedeći kut. Četiri kuta/teme su:

- Ured
- Mobilnost
- Hrana
- Upravljanje otpadom

---

2. Svaka grupa ima zadatak da razmišlja kreativno i dodaje svoje ideje o tome kako živjeti "zeleno" u svakoj od navedenih tema/kategorija.

3. Nakon što su sve grupe posjetile svaki kut, pozvane su da prezentiraju ono što su napisale.

4. Treneri daju teoretski uvod i dodaju informacije koje bi mogle nedostajati na posterima. Informacije se mogu preuzeti ovdje - <https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/green-life.1991/>

### **Potrebni dokumenti (radni listovi, ppt, ...)**

<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/green-life.1991/>



# DAN 5

## Naslov sesije

### Ideje za budućnost i zatvaranje treninga

#### Ciljevi

- Raspraviti o budućoj suradnji
- Dati povratne informacije o treningu
- Razmisliti o treningu i osobno naučenom

#### Trajanje (u minutama)

**180 minuta** uključujući pauzu za osvježenje

#### Resursi/materijali/potrebna oprema

Dugačko uže, šareni papiri, markeri, olovke, škare, ljepilo

**Korak po korak opis** (sadržaj, elementi, metode, vrijeme) + pitanja za debriefing (ako je primjenjivo)

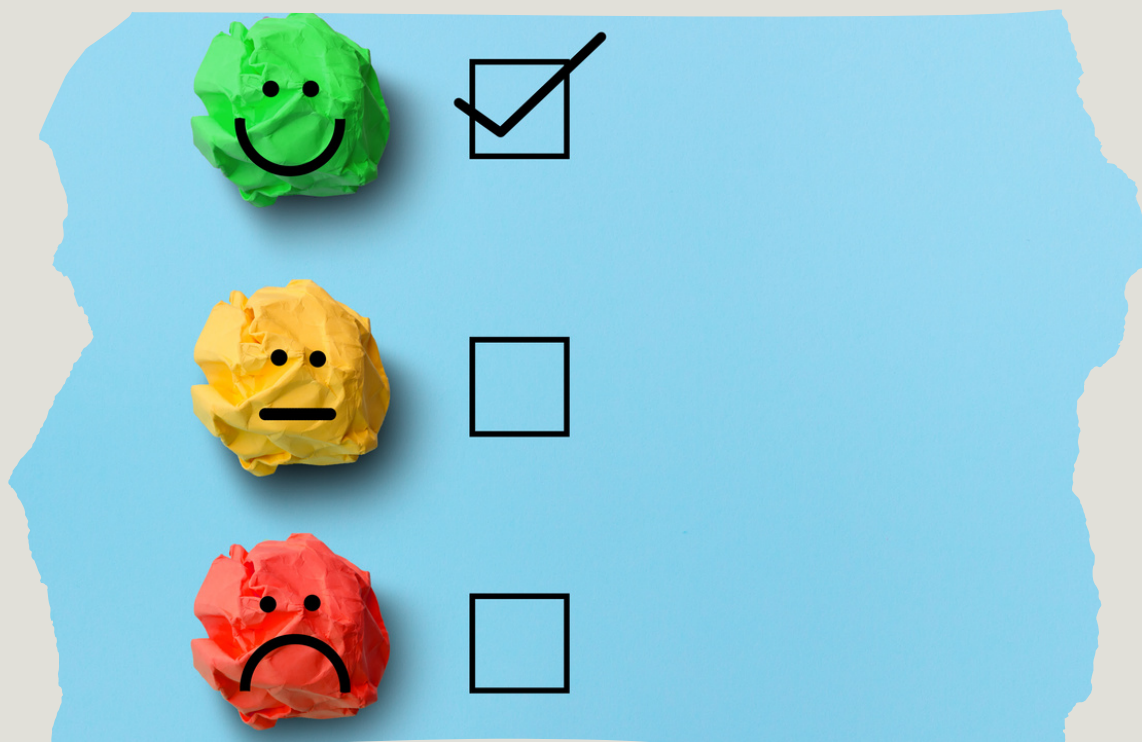
- 1. Treneri započinju dan kratkim energizerom (10 minuta).
- 2. Treneri traže od sudionika da pojedinačno razmisle o idejama za moguću buduću suradnju. Može se raditi o projektu ili nečemu drugom. Sudionici su zamoljeni da svoje ideje zapišu na papiriće i stave ih na flipchart kako bi ih svi mogli vidjeti (20 minuta).
- 3. Sudionici su pozvani da pristupe jedni drugima ako im se sviđa ideja nekoga i da dalje raspravljaju (30 minuta).
- 4. Treneri daju materijale (šareni papir, škare, ljepilo, flomastere) sudionicima i traže ih da nacrtaju/stvore plakat koji će predstavljati njihovo učenje tijekom ovog treninga. To je individualni zadatak i samo oni koji žele mogu podijeliti i objasniti svoj plakat (45 minuta).
- 5. Treneri traže od sudionika da ispunite službeni obrazac za evaluaciju (30 minuta).






- 6. Završna runda - povratne informacije uz pomoć užeta - Svi stoje u krugu, trener drži uže. Trener započinje dijeleći svoje osjećaje o treningu. Dok drži kraj užeta, trener baca ostatak užeta nasumičnoj osobi u krugu i traži povratne informacije. Nakon što ta osoba podijeli svoje misli, ona drži dio užeta i baca ga drugoj osobi. Na kraju, svi će podijeliti svoje završne misli, a cijela grupa bit će povezana jednim komadom užeta (45 minuta)

### Potrebni dokumenti (radni listovi, ppt, ...)

### Službeni evaluacijski obrazac



The image shows a light blue, torn-edge paper form with three rows of evaluation options. Each row consists of a crumpled paper ball with a face and a checkbox to its right.

	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>


# PRIMJERI DOBRE PRAKSE I SMJERNICE ZA ZELENU TRANSFORMACIJU ORGANIZACIJA

Ovo poglavlje usredotočuje se na pružanje primjera dobrih praksi i smjernica za zelenu transformaciju organizacija. U doba kad je ekološka održivost od presudne važnosti, organizacije igraju ključnu ulogu u usvajanju održivih praksi i promicanju zelenije budućnosti. Mapirajući organizacije koje rade s mladima i koje imaju potencijal započeti put zelene transformacije, nudeći savjete za restrukturiranje prema održivim praksama i dijeleći inspirativne primjere uspješnog rada s mladima u području održivosti, ovo poglavlje ima za cilj pružiti vrijedne uvide i praktično vođenje organizacijama koje žele prihvatiti odgovornost prema okolišu.

Svijet sve više prepoznaje hitnost rješavanja okolišnih izazova, poput klimatskih promjena i iscrpljenosti resursa. Organizacije, bez obzira na njihovu veličinu, imaju jedinstvenu priliku i odgovornost doprinijeti održivoj budućnosti. Prihvatanjem održivih praksi, organizacije mogu smanjiti svoj ekološki otisak, ublažiti okolišne utjecaje i poticati kulturu odgovornosti prema okolišu.

Prvi dio ovog poglavlja usredotočuje se na mapiranje organizacija koje rade s mladima i s kojima će započeti proces zelene transformacije. Identificirajući i proučavajući ove organizacije, može se steći vrijedne uvide u praktične korake koje su poduzele i izazove s kojima su se susrele tijekom svog puta prema održivosti. Razumijevanje njihovih iskustava i rezultata može pružiti vrijedne lekcije i inspiraciju drugim organizacijama koje teže proći kroz sličnu transformaciju.

Drugi dio nudi savjete za restrukturiranje organizacija prema održivim praksama. Ovaj dio pruža praktične smjernice i preporuke organizacijama kako uskladiti svoje operacije, politike i procese donošenja odluka s održivim načelima. Obuhvaća različite aspekte, uključujući energetske učinkovitost, upravljanje otpadom, održivu nabavu i angažman zaposlenika. Implementacijom ovih savjeta, organizacije mogu postupno prijeći na održiviji i ekološki osviješten pristup.



---

Završni dio ovog poglavlja predstavlja inspirativne primjere i priče o uspješnom radu s mladima u području održivosti. Prepoznajući da mladi imaju ključnu ulogu u oblikovanju održive budućnosti, ovaj dio ističe inicijative i projekte koji su učinkovito uključili mlade ljude u svijest, obrazovanje i djelovanje u vezi s okolišem. Ove priče o uspjehu pokazuju snagu uključivanja mladih i pružaju praktične primjere od kojih se druge organizacije mogu učiti i primijeniti u vlastitim kontekstima.

Istraživanjem dobrih praksi, smjernica i uspješnih priča koje su predstavljene u ovom poglavlju, organizacije mogu steći vrijedne uvide i praktično znanje kako započeti vlastiti put prema zelenoj transformaciji. Prihvatanjem održivosti, organizacije ne samo da doprinose zelenijem i održivijem svijetu, već se također pozicioniraju kao vođe u svojim područjima, privlačeći društveno i ekološki osviještene dionike i kupce.

Transformacija prema ekološkoj održivosti je kontinuirani proces koji zahtijeva predanost, kontinuirano poboljšanje i suradnju. Kroz primjere i smjernice koje su podijeljene u ovom poglavlju, organizacije mogu poduzeti važne korake prema izgradnji zelenije i održivije budućnosti.

### **Green Claims Direktiva**

Prijedlog Green Claims Direktive objavljen je od strane Europske komisije 22. ožujka 2023. Direktiva je predložena s ciljem suočavanja s praksom greenwashinga i zavaravanja potrošača putem nepouzdatih ekoloških poruka na tržištu EU. Direktiva postavlja pravila o tome kako tvrtke trebaju oglašavati svoje ekološke utjecaje i rezultate. Zahtijevat će značajne promjene u načinu na koji tvrtke dokazuju i komuniciraju svoje ekološke tvrdnje i upravljaju svojim ekološkim potvrdama.

Očekuje se da će se Direktiva odnositi na dobrovoljne tvrdnje koje tvrtke daju potrošačima u EU-u o proizvodima, uslugama ili organizacijama koje impliciraju pozitivne ekološke učinke. Neće obuhvatiti obvezne tvrdnje ili tvrdnje koje su već regulirane, poput oznaka za organsku hranu ili energetske učinkovitosti. Većina tvrtki koje posluju u EU-u, od malih i srednjih poduzeća do velikih javnih tvrtki, bit će obuhvaćene. Tvrtke koje ciljaju potrošače u EU-u izvan EU-a također će biti podvrgnute pravilima.

Ključni zahtjevi predložene direktive uključuju potvrđivanje, komuniciranje i provjeru ekoloških tvrdnji potrošačima. Tvrtke će trebati čvrst okvir za upravljanje ekološkim tvrdnjama koji se usredotočuje na integritet, transparentnost i provjeru podataka. Analize životnog ciklusa (LCA) bit će od suštinske važnosti, a potrebna će biti vanjska provjera od strane akreditirane neovisne strane.

---

Implementacija ovih promjena zahtijevat će prilagodbe u načinu rada tvrtki, uključujući procese, upravljanje podacima, tehnologiju i organizacijske sposobnosti. Očekuju se izazovi poput nedostatka znanja, prikupljanja podataka i povećanih troškova. Tvrtke bi trebale pregledati procese upravljanja, usklađujući ih s novim zahtjevima.

Tvrtke se mogu osloniti na postojeće procese, ali mogu se suočiti s značajnim ispitivanjem usklađenosti. Ispunjenje zahtjeva može povećati vrijednost brenda, smanjiti reputacijske i odgovornosne rizike te podržati strateško planiranje i donošenje odluka. Međutim, neke tvrtke mogu odlučiti smanjiti ili prestati davati ekološke tvrdnje zbog tereta usklađenosti. MSP-ovi (mala i srednja poduzeća) mogu se suočiti s većim izazovima koji mogu utjecati na konkurenciju.

Tvrtke bi trebale procijeniti svoje trenutne dokaze i komunikaciju ekoloških tvrdnji te razmotriti izradu okvira za upravljanje ekološkim tvrdnjama. Rana akcija može donijeti koristi, ali postoji rizik da će konačna pravila biti drugačija od trenutnog prijedloga. Pregled ekoloških tvrdnji i zahtjeva za usklađenost je važan, jer su zainteresirane strane izvan zakonodavaca i regulatora zabrinute zbog greenwashinga. ("Directorate-General for Environment," 2023).



# Savjeti za restrukturiranje organizacija prema održivim praksama


Restrukturiranje organizacija kako bi se uskladile s principima održivosti ne samo da smanjuje ekološki utjecaj, već također pojačava cjelokupnu otpornost, konkurentnost i ugled u svjesnom društvu. Implementacijom ovih održivih praksi, organizacije mogu poticati pozitivne promjene, ostaviti trajan utjecaj na svoje dionike i doprinijeti održivijem svijetu.

Evo nekih ključnih savjeta koji otvaraju put uspješnoj transformaciji prema održivosti.

## Procjena trenutnih praksi

Započnite provođenjem sveobuhvatne procjene trenutnih operacija, politika i praksi vaše organizacije. Identificirajte područja u kojima se mogu napraviti poboljšanja u smjeru održivosti, kao što su potrošnja energije, upravljanje otpadom, korištenje vode, opskrbni lanac, prijevoz i uključenost zaposlenika. Procjena trenutnih praksi uključuje temeljitu procjenu postojećih operacija, politika i praksi organizacije kako bi se identificirala područja u kojima se mogu napraviti poboljšanja prema održivosti. Ova procjena je ključna jer pruža osnovno razumijevanje ekološkog utjecaja vaše organizacije i pomaže u određivanju najučinkovitijih strategija za restrukturiranje prema održivim praksama. Da biste to učinili, vaša organizacija može provesti ekološku reviziju kako bi procijenila potrošnju energije, generiranje otpada, korištenje vode, emisiju stakleničkih plinova i druge relevantne ekološke čimbenike. Ova revizija može uključivati pregledavanje računa za komunalne usluge, analizu procesa upravljanja otpadom i mjerenje ugljičnog otiska.

Također, vrlo je važno prikupiti relevantne podatke i informacije o praksama, procesima i potrošnji resursa organizacije. To može uključivati podatke o potrošnji energije, generaciji otpada, potrošnji vode, praksama nabave, prijevozu i više. Analizirajte te podatke kako biste identificirali obrasce, trendove i područja za poboljšanje. To će vam pomoći da prepoznate područja unutar organizacije koja imaju najveći ekološki utjecaj ili pružaju najveće mogućnosti za poboljšanje. To može uključivati energijski intenzivne procese, rasipne prakse ili neefikasno korištenje resursa. Usredotočite se na područja gdje promjene mogu donijeti značajne koristi u smislu održivosti.



---

Regulatorna usklađenost je također važno razmotriti. Procijenite usklađenost organizacije s ekološkim propisima i standardima. Osigurajte da trenutne prakse usklađuju s primjenjivim zakonima, dozvolama i certifikacijama. Identificirajte eventualne praznine ili područja na kojima se organizacija može usmjeriti na postizanje viših održivih standarda. Ovo također omogućuje utvrđivanje gdje organizacija stoji u pogledu održivosti u odnosu na druge organizacije. Također može pružiti uvide u inovativne pristupe i strategije koje se mogu usvojiti (Zhang i sur., 2023).

### **Postavljanje jasnih ciljeva održivosti**

Ovo se odnosi na proces postavljanja specifičnih i mjerljivih ciljeva koji se usklađuju s vrijednostima organizacije i dugoročnom vizijom održivosti. Ti ciljevi pružaju jasan smjer i okvir za provedbu održivih praksi unutar organizacije. Najbolji način za to je osigurati da ciljevi održivosti budu usklađeni s vrijednostima i dugoročnom vizijom organizacije. Razmislite o tome kako se održivost usklađuje s misijom, svrhom i općim strateškim ciljevima organizacije. Ta usklađenost osigurava da održivost postane integralni dio identiteta organizacije i procesa donošenja odluka. Umjesto postavljanja neodređenih ciljeva poput "postati održiviji", budite konkretni u vezi s onim što želite postići. Na primjer, postavite ciljeve za smanjenje emisije stakleničkih plinova za određeni postotak, postizanje određene ocjene energetske učinkovitosti ili smanjenje generiranja otpada za određenu količinu. Ovi konkretni ciljevi pružaju jasnu točku od koje možete pratiti napredak i evaluirati izvedbu.

Još jedna važna stvar je prioritizacija ciljeva održivosti na temelju njihove relevantnosti i značaja za vašu organizaciju. Razmislite o ekološkim, društvenim i ekonomskim utjecajima različitih ciljeva i usredotočite se na one koji imaju najveći potencijal za poboljšanje i pozitivne promjene. Usmjerite ciljeve prema najvažnijim izazovima i prilikama za održivost unutar konteksta vaše organizacije. Razmislite o trenutnoj izvedbi organizacije, dostupnim tehnologijama, financijskim mogućnostima i razini predanosti i podrške dionika. Postavljanje preambicioznih ciljeva koji su izvan dosega organizacije može izazvati frustraciju i demotivaciju. Podjela ciljeva na kratkoročne, srednjoročne i dugoročne ciljeve također može pomoći u stvaranju osjećaja hitnosti i olakšava bolje planiranje i provedbu. Postavite međukorake i rokove za praćenje napretka i osiguravanje odgovornosti. Postavljanjem jasnih ciljeva održivosti organizacije pružaju plan za provođenje održivih praksi i mjerenje napretka prema okolišno odgovornoj i društveno svjesnoj budućnosti. Ovi ciljevi vode donošenju odluka, raspodjelu resursa i opći smjer napora organizacije prema održivosti (Kiselakova i sur., 2020).

## Uključivanje zaposlenika

Ova smjernica odnosi se na aktivno uključivanje i osnaživanje pojedinaca na svim razinama organizacije u procesu provođenja održivih praksi. Važno je poticati zaposlenike da aktivno sudjeluju u inicijativama održivosti, uključujući ih u procese donošenja odluka, tražeći njihovu suradnju te cijeneći njihove ideje i povratne informacije. Stvarajte prilike za otvoreni dijalog, radionice i sesije za stvaranje ideja kako biste prikupili različite perspektive i inovativna rješenja. Kao organizacija, potrudite se razviti kulturu održivosti tako da djelotvorno komunicirate važnost održivosti i njezinu relevantnost za uloge zaposlenika i organizaciju u cjelini. Redovito informirajte zaposlenike o ciljevima održivosti, napretku i postignućima kako biste ih održali informiranim i angažiranim. Podignite svijest o ekološkim, društvenim i ekonomskim koristima održivih praksi i kako pojedinačne akcije pridonose većim ciljevima održivosti.

Obuka i edukacija vezana za jačanje razumijevanja zaposlenika o konceptima održivosti, praksama i njihovoj ulozi u postizanju ciljeva održivosti jedan je od ključnih koraka na putu prema održivosti. Ponudite radionice, seminare i internetske resurse za stjecanje znanja i vještina vezanih za energetska učinkovitost, smanjenje otpada, održivu nabavu i druge relevantne teme. Time osnažujete zaposlenike da donose informirane odluke i integriraju održivost u svoju svakodnevnu radnu rutinu. Kroz ovu suradnju i timski rad potiče se u organizaciji na različitim odjelima i razinama. Potaknite prekogranične timove da surađuju na održivim projektima kako bi se potaknula osjećaj zajedničke odgovornosti i kolektivne akcije. Prepoznajte i slavite uspješne suradničke napore, ističući pozitivne učinke postignute kroz timski rad. Korisno je da organizacije uspostave mehanizme za kontinuirano prikupljanje povratnih informacija od zaposlenika u vezi s praksama i inicijativama održivosti. Koristite te povratne informacije kako biste identificirali područja za poboljšanje, rješavali izazove i usavršavali strategije održivosti. Potaknite zaposlenike da sudjeluju u kontinuiranim raspravama o održivosti i pružite sugestije za unapređenje napora održivosti.

Uključivanjem zaposlenika u putovanje prema održivosti, organizacije koriste dragocjeni resurs znanja, ideja i predanosti. Uključeni zaposlenici postaju zagovornici održivosti, potičući pozitivne promjene unutar organizacije i inspirirajući druge na djelovanje. Njihovo aktivno sudjelovanje promovira kulturu održivosti i povećava izgleda za uspješno postizanje ciljeva održivosti (Imran i sur., 2022).


## Implementacija energetske učinkovite prakse

Ovo uključuje identifikaciju i usvajanje strategija za smanjenje potrošnje energije unutar organizacije. Implementacijom energetske učinkovite tehnologije i promoviranjem ponašanja koja štede energiju, organizacije mogu pridonijeti ekološkoj održivosti i smanjiti operativne troškove. Organizacije mogu provesti energetske revizije ili ocjenu kako bi identificirali područja visoke potrošnje energije i mogućnosti za uštedu energije unutar organizacije. Ova procjena pomaže prioritetizirati napore i odrediti najučinkovitije strategije za smanjenje potrošnje energije.

Energetske učinkovite tehnologije su nužan alat u stvaranju održivijeg okoliša. To može uključivati instaliranje LED rasvjetnih sustava, energetske učinkovite sustava grijanja, ventilacije i klimatizacije (HVAC), pametnih sustava automatizacije zgrada i energetske učinkovite aparata. Ove tehnologije pomažu optimizirati potrošnju energije i smanjiti gubitke. Također, ovo može uključivati upravljački softver za praćenje i analizu uzoraka potrošnje energije u stvarnom vremenu. Ti podaci mogu pomoći identificirati područja neučinkovitosti, postaviti ciljeve za potrošnju energije i pratiti napredak prema ciljevima smanjenja energije. Softver za upravljanje energijom može pružiti uvide i preporuke za optimizaciju potrošnje energije i poboljšanje ukupne učinkovitosti. Jedan od najvažnijih alata u održivom razvoju su obnovljivi izvori energije. Istražite uporabu obnovljivih izvora energije unutar organizacije. To može uključivati instaliranje solarnih panela, kupnju certifikata za obnovljive izvore energije ili sklapanje ugovora s pružateljima obnovljive energije. Uključivanje obnovljive energije u energetske mješavine organizacije pomaže smanjiti ovisnost o fosilnim gorivima i doprinosi održivijem energetske otisku. Implementacija energetske učinkovite prakse ne samo da pomaže organizacijama smanjiti njihov utjecaj na okoliš, već i dovodi do uštede troškova putem smanjenih troškova energije. Uvođenjem energetske učinkovite tehnologije, promoviranjem ponašanja koja štede energiju i istraživanjem obnovljivih izvora energije, organizacije mogu pridonijeti održivijoj budućnosti i poboljšati svoju operativnu učinkovitost (Bórawski i sur., 2022).

## Prihvatanje načela kružnog gospodarstva

Karobliene i Pilinkiene (2021) istražuju ulogu ekonomije dijeljenja u kontekstu ciljeva održivog razvoja. Neki od ključnih elemenata vezanih uz ovaj koncept su ponovno razmišljanje o upravljanju resursima. Prebacivanje s linearnog modela "uzmi-napravi-odloži" na kružni model koji ima za cilj smanjiti otpad i maksimizirati učinkovitost resursa. To uključuje ponovno procjenjivanje načina korištenja resursa, prepoznavanje mogućnosti za smanjenje otpada i primjenu prakse poput recikliranja i ponovne uporabe materijala unutar operacija vaše organizacije. Implementirajte strategije za minimiziranje generiranja otpada i



---

potičite recikliranje. To može uključivati uspostavljanje programa recikliranja, postavljanje praksi odvajanja otpada i obučavanje zaposlenika o pravilnom upravljanju otpadom. Istražite inovativne tehnologije recikliranja i suradujte s partnerima za recikliranje kako biste osigurali da se materijali učinkovito recikliraju i ponovno uvode u proizvodni ciklus.

Drugi važan ključni element je ponovna uporaba i popravak materijala. Potražite mogućnosti za ponovnu uporabu materijala unutar vaše organizacije. Razmislite o implementaciji sustava za popravak i obnovu proizvoda ili komponenti umjesto da ih odbacite. To može produžiti životni ciklus proizvoda, smanjiti potrošnju resursa i minimizirati otpad.

### **Promoviranje održive nabave**

Ovaj dio uključuje procjenu i poboljšanje održivih praksi u opskrbi vaše organizacije. Procijenite održive prakse vaših dobavljača i prodavača. Razmislite o njihovom utjecaju na okoliš, društvenu odgovornost, etičko nabavljanje i usklađenost s relevantnim standardima i certifikacijama. Prioritet dajte suradnji s dobavljačima koji dijele vašu predanost održivosti. Suradite s dobavljačima kako biste poticali održive prakse. Uspostavite otvorene komunikacijske kanale kako biste razgovarali o ciljevima održivosti i izazovima. Razvijajte dugoročne odnose s dobavljačima i zajedno radite na kontinuiranom poboljšanju učinkovitosti održivosti.

Restrukturiranje organizacija u skladu s održivim praksama nije samo trend; to je imperativ za poslovne subjekte i institucije u 21. stoljeću. Prioritiziranjem odgovornosti prema okolišu, učinkovitosti resursa i društvenoj svijesti, organizacije mogu smanjiti svoj ekološki otisak i pozitivno doprinijeti zajednicama kojima služe. Međutim, restrukturiranje organizacija prema održivosti nije bez izazova. To zahtijeva promjenu paradigme u razmišljanju, probijanje tradicionalnih barijera i prevladavanje otpora prema promjenama. Ipak, potencijalne nagrade daleko nadmašuju uložene napore.

Kako napreduju, ključno je da organizacije usvoje holistički pristup koji uključuje ekonomske, ekološke i društvene dimenzije u procesu donošenja odluka. Suradnička partnerstva, dijeljenje znanja i inicijative cijele industrije mogu povećati utjecaj i ubrzati usvajanje održivih praksi.

# Inspirativni primjeri uspješnog rada mladih i s mladima u području održivosti

## The Ocean Cleanup

The Ocean Cleanup je prominentna inicijativa koja ima za cilj rješavanje problema onečišćenja plastikom u svjetskim oceanima. Osnovana je 2013. godine od strane nizozemskog izumitelja i poduzetnika Boyana Slata, koji je tada imao samo 18 godina. Glavni cilj inicijative je razviti napredne tehnologije za uklanjanje plastičnih otpadaka iz oceana u velikoj mjeri.

Koncept The Ocean Cleanup-a uključuje postavljanje plutajućih pregrada na strategijskim lokacijama poznatim kao oceanske "garbage" zone. Ove pregrade koriste prirodne morske struje da koncentriraju i uhvate plastične otpatke, omogućavajući njihovo naknadno sakupljanje i pravilno zbrinjavanje. Tehnologija inicijative dizajnirana je da bude pasivna i autonomna, što znači da koristi prirodne sile bez potrebe za vanjskim izvorom energije.

The Ocean Cleanup privukao je široku pažnju i podršku putem izuzetno uspješne kampanje prikupljanja sredstava 2014. godine. To je omogućilo organizaciji provođenje opsežnih istraživanja, testiranja i razvoja inovativne tehnologije čišćenja. Godine 2018., The Ocean Cleanup lansirao je svoj prvi sustav za čišćenje, System 001, poznat i kao "Wilson," u Velikoj Pacifičkoj smećarskoj zoni.

Rad inicijative pokreću tehnologija, inovacije i znanstvena istraživanja. Cilj nije samo ukloniti postojeći plastični otpad iz oceana, već i spriječiti daljnje zagađivanje baveći se korijenskim uzrocima. The Ocean Cleanup naglašava važnost razvoja održivih praksi upravljanja otpadom, poticanja recikliranja i odgovorne potrošnje te podizanja svijesti o utjecaju plastičnog onečišćenja na okoliš.

Inicijativa je privukla značajnu pažnju i suradnju različitih dionika, uključujući znanstvenike, inženjere, zaštitnike okoliša i volontere. Nastavlja razvijati i usavršavati svoje tehnologije i metode kroz kontinuirane napore istraživanja i razvoja. Konačna vizija The Ocean Cleanup-a je postići svijet u kojem plastika neće predstavljati prijetnju našim oceanima i morskom životu.

The Ocean Cleanup predstavlja inspirativan primjer inovacija i poduzetništva mladih u području održivosti. Pokazuje moć vizije jednog pojedinca i kolektivnih napora posvećenog tima u suočavanju s hitnim ekološkim izazovima na globalnoj razini.

## **Turntoo**

Koncept i poslovni model Turntoo promoviraju načela kružne ekonomije i održivog upravljanja resursima. Nizozemski arhitekt i poduzetnik Thomas Rau razvio je ovu ideju. Temeljna zamisao iza Turntoo-a je prijelaz iz linearnog modela "uzmi-napravi-odbaci" u kružnu ekonomiju gdje se proizvodi i materijali koriste u zatvorenom sustavu.

U Turntoo modelu, proizvodi nisu u vlasništvu potrošača ili tvrtki; umjesto toga iznajmljuju se ili pružaju kao usluga. To znači da proizvođači zadržavaju vlasništvo nad proizvodima i odgovorni su za njihovo održavanje, popravak i upravljanje na kraju životnog ciklusa. Cilj je potaknuti proizvođače da dizajniraju proizvode koji su trajni, popravljivi i lako reciklirajući, čime se smanjuje otpad i potrošnja resursa. Model Turntoo također naglašava koncept "putovnice materijala". Svaki proizvod ima putovnicu materijala koja sadrži detaljne informacije o upotrijebljenim materijalima, njihovom sastavu i podrijetlu. Te informacije omogućuju učinkovito recikliranje i ponovno korištenje materijala na kraju životnog ciklusa proizvoda.


Implementacijom modela Turntoo, tvrtke mogu stvoriti održiviji i resursno učinkovit pristup proizvodnji i potrošnji. Potiče suradnju među različitim dionicima, uključujući proizvođače, dobavljače i potrošače, kako bi se osiguralo optimalno korištenje proizvoda i očuvanje materijala u cirkulaciji. Turntoo je primijenjen u različitim sektorima, uključujući građevinarstvo, namještaj i rasvjetu. Model je dobio priznanje i primijenjen je u nekoliko projekata i inicijativa diljem svijeta. U skladu je s načelima kružne ekonomije, koja ima za cilj smanjiti otpad, očuvati resurse i stvoriti regenerativno i održivo gospodarstvo.

Turntoo predstavlja vizionarski pristup dizajnu proizvoda, potrošnji i upravljanju resursima, promovirajući prijelaz prema kružnom i održivom ekonomskom sustavu. Pokazuje potencijal inovativnih poslovnih modela u poticanju pozitivnih promjena u okolišu i doprinosu održivoj budućnosti.

## **Earth Guardians**

Earth Guardians je globalna organizacija koju vode mladi ljudi, a fokusira se na osnaživanje mladih da postanu aktivni lideri i zagovornici za pitanja okoliša i društvene pravde. Organizacija je osnovana 1992. godine od strane Xiuhtezcatla Martinez, aktivista azteckog porijekla koji je tada imao 13 godina.

Earth Guardians djeluje na uvjerenju da mladi ljudi imaju moć stvarati značajne promjene i biti u prvim redovima okolišnog aktivizma.



---

Misija organizacije je educirati i osnažiti mlade kako bi se bavili hitnim pitanjima okoliša, poput klimatskih promjena, gubitka bioraznolikosti, onečišćenja i društvene nejednakosti. Jedan od zapaženih aspekata Earth Guardians je naglasak na kombiniranju moći umjetnosti, glazbe i pripovijedanja s okolišnim aktivizmom. Organizacija koristi kreativne medije kako bi privukla i nadahnula mlade ljude, potičući osjećaj povezanosti i hitnosti oko pitanja okoliša.

Pristup Earth Guardians uključuje organiziranje baze, vođenje kampanja od strane mladih, programe obrazovanja i obuke te sudjelovanje na međunarodnim konferencijama i događajima. Organizacija potiče mlade da se izraze, djeluju i surađuju s lokalnim zajednicama, donositeljima politika i organizacijama kako bi implementirali održiva rješenja. Earth Guardians ima decentraliziranu strukturu s lokalnim poglavljima i grupama diljem svijeta. Ta poglavlja rade na različitim okolišnim i socijalnim inicijativama, prilagođenim specifičnim potrebama i prioritetima njihovih zajednica. Organizacija također pruža resurse, podršku i mentorstvo mladim liderima koji su strastveni u stvaranju promjena.

Tijekom godina, Earth Guardians je stekao priznanje za svoj rad i sudjelovao u različitim kampanjama i inicijativama visokog profila. Aktivno sudjeluje u međunarodnim konferencijama o klimi, zagovarajući snažnije okolišne politike i prava budućih generacija.

Earth Guardians predstavlja inspirativan primjer osnaživanja mladih i aktivizma u okviru okolišnog pokreta. Ističe važnost međugeneracijske suradnje, raznolikih perspektiva i kolektivnog djelovanja u suočavanju s kompleksnim izazovima s kojima se suočava naš planet. Kroz svoj rad, Earth Guardians ima za cilj stvaranje održivijeg i pravednijeg svijeta za sadašnje i buduće generacije.

### **Projekti urbanih vrtova**

Projekti urbanih vrtova su inicijative koje promoviraju uzgoj biljaka, voća, povrća i začina u urbanoj ili gusto naseljenoj okolini. Ovi projekti imaju za cilj pretvoriti neiskorištene prostore poput krovova, balkona, zajedničkih vrtova, neobrađenih parcela ili čak unutarnjih prostora u produktivne zelene površine za vrtlarstvo i proizvodnju hrane. Takvi projekti mogu se naći u mnogim gradovima diljem svijeta.

Projekti urbanih vrtova mogu imati različite oblike, kao što su zajednički vrtovi, vrtovi na krovovima zgrada, vertikalni vrtovi, ilegalno uređivanje (uređivanje zapuštenih ili neiskorištenih javnih prostora) ili urbani farmi. Ove inicijative često uključuju kombinaciju pojedinaca, zajedničkih grupa, neprofitnih organizacija, podršku lokalnih vlasti i suradnju sa školama, tvrtkama ili sveučilištima.

Mnogi projekti urbanih vrtova uključuju održive prakse poput organskih tehnika vrtlarenja, kompostiranja, prikupljanja kišnice i korištenja recikliranih ili obnovljenih materijala za infrastrukturu vrta. Projekti urbanih vrtova nude mnoge prednosti, od sigurnosti hrane i okolišne održivosti do uključivanja zajednice i poboljšanja blagostanja. Doprinosе zelenijim, zdravijim i otpornijim gradovima, stvarajući prostore koji potiču povezanost s prirodom i promiču održive načine života.

## Inspirativni primjeri i priče uspješnog rada s mladima na polju održivosti

### HRVATSKA

#### Zelena akcija

Zelena akcija je dobro poznata nevladina organizacija za zaštitu okoliša sa sjedištem u Hrvatskoj. Osnovana je 1990. godine i od tada je postala jedna od vodećih ekoloških organizacija u zemlji. Zelena akcija se fokusira na različita ekološka pitanja, zagovara održivi razvoj, zaštitu prirode i promovira ekološki prihvatljive prakse.

Organizacija je aktivna u područjima kao što su klimatske promjene, obnovljiva energija, gospodarenje otpadom, zaštita bioraznolikosti, kvaliteta zraka i pravednost u okolišu. Bave se istraživanjem, lobiranjem i kampanjama podizanja svijesti javnosti kako bi ukazali na ekološke probleme i zagovarali pozitivne promjene.

Zelena akcija Hrvatska je dio međunarodnih mreža i surađuje s drugim ekološkim organizacijama i nevladinim organizacijama diljem Europe i svijeta. Njihove kampanje često teže utjecati na politike i zagovarati ekološki prihvatljive prakse na nacionalnoj i regionalnoj razini. Tijekom svog postojanja, Zelena akcija je sudjelovala u brojnim kampanjama i projektima za zaštitu okoliša i suočavanje s ekološkim pitanjima u Hrvatskoj. Radili su na podizanju svijesti javnosti, zahtijevanju odgovornosti korporacija i vlasti te promicanju održivih rješenja za ekološke izazove. Zelena akcija Hrvatska je aktivan član nekoliko nacionalnih i međunarodnih mreža i saveza koji se bave ekološkim i održivim pitanjima. Ta povezanost omogućuje Zelenoj akciji suradnju s organizacijama istih ciljeva i dijeljenje znanja i stručnosti o raznim ekološkim izazovima. Neki od saveza i mreža kojima Zelena akcija pripada su:

- Justice&Environment
- Zero Waste Europe
- Break Free From Plastic
- CEE Bankwatch
- Europski biro za okoliš (EEB)

- Climate Action Network Europe
- GAIA (Global Alliance for Incinerator Alternatives)
- IPEN (International Pollutants Elimination Network)
- SEENET (Jugoistočna europska mreža za prirodne resurse, energiju i promet)
- Zeleni forum


Sudjelovanjem u ovim mrežama, Zelena akcija jača svoje zagovaračke napore i pridonosi širim regionalnim i međunarodnim inicijativama usmjerenim na zaštitu okoliša, promicanje održivosti i zagovaranje značajnih promjena u politikama. Suradnja unutar ovih mreža omogućuje Zelenoj akciji da pojača svoj glas, razmijeni najbolje prakse i zajednički radi na stvaranju održivije i ekološki osviještene budućnosti.

### **ZMAG- Zelena mreža aktivističkih grupa**

ZMAG je kooperativna organizacija sa sjedištem u Zagrebu, Hrvatska, koja se bavi promicanjem održivih energetske prakse i uključivanjem zajednice u energetske sektor. ZMAG ima za cilj osnažiti građane i lokalne zajednice kako bi aktivno sudjelovali u tranziciji prema obnovljivoj energiji i energetske učinkovitosti. Zelena mreža aktivističkih grupa djeluje kao inicijativa s temeljima u zajednici i radi na podizanju svijesti o mogućnostima održive energije, zagovaranju politika obnovljive energije te pružanju podrške za razvoj i implementaciju projekata energetske usmjerenih na zajednicu. Nastoje demokratizirati energetske sektor poticanjem sudjelovanja građana, decentralizacije proizvodnje energije i korištenja lokalno dostupnih obnovljivih izvora energije.

ZMAG se uključuje u različite aktivnosti kako bi ostvario svoje ciljeve. Nude edukacijske programe, radionice i javne događaje kako bi informirali građane o tehnologijama obnovljive energije, mjerama energetske učinkovitosti i održivim praksama života. Također pružaju savjetovanje i podršku pojedincima i zajednicama zainteresiranima za razvoj vlastitih projekata obnovljive energije, poput solarnih instalacija ili energetske zadruga.

Kooperativa aktivno surađuje s lokalnim vlastima, tvrtkama i drugim organizacijama kako bi stvorila potporni okvir za održive energetske inicijative. Zagovaraju politike koje promiču čistu energiju, energetske demokraciju i prijelaz s fosilnih goriva. Dodatno, ZMAG ističe važnost društvene i ekološke odgovornosti u energetske sektoru, teži osigurati da energetske prakse usklađene s ciljevima održivosti i koriste zajednici u cjelini.



---

ZMAG igra ključnu ulogu u promicanju održivih energetske prakse, podizanju svijesti i poticanju sudjelovanja zajednice u energetske sektoru u Zagrebu, Hrvatska. Njihovi napori doprinose tranziciji prema održivijem i decentraliziranom energetske sustavu te osnažuju građane da aktivno sudjeluju u oblikovanju svoje energetske budućnosti.

### **Green Sail**

Green Sail je neprofitna organizacija posvećena promicanju održivog turizma u Hrvatskoj i zagovaranju ekološki osviještenih prakse i odgovornog korištenja Jadranskog mora. Kroz programe za marine i charter tvrtke, Green Sail aktivno radi na sprječavanju stvaranja morskog otpada pružanjem edukativnih materijala i provođenjem informativnih aktivnosti. Organizacija također organizira inicijative čišćenja plaža i podvodnih područja kako bi potaknula ekološku svijest unutar lokalnih zajednica. Osim toga, Green Sail nudi Eko Šetaj Pričaj, povijesnu turu u gradu Splitu koja kombinira istraživanje kulture s raspravama o aktualnim ekološkim pitanjima, pružajući posjetiteljima dublje razumijevanje lokalne kulture i izazova u okolišu.

Green Sail surađuje s marinama, charter tvrtkama i vlasnicima brodova kako bi implementirali održive prakse i smanjili svoj ekološki otisak. Pružaju smjernice i podršku za usvajanje ekološki prihvatljivih mjera i nude programe certificiranja za priznavanje i nagrađivanje organizacija koje ispunjavaju određene kriterije održivosti. Inicijativa obrađuje različite aspekte održive plovidbe, uključujući gospodarenje otpadom, energetske učinkovitost, štednju vode i zaštitu morskog biodiverziteta. Potiču implementaciju sustava recikliranja otpada, korištenje obnovljivih izvora energije, smanjenje upotrebe plastike za jednokratnu upotrebu i zaštitu morskih ekosustava. Green Sail također promiče održive turističke prakse poticanjem nautičara da poštuju obalna i morska okoliša, uključe se u ekološke aktivnosti i podrže lokalne zajednice. Suradjuju s lokalnim dionicima, vladinim tijelima i nevladinim organizacijama kako bi stvorili partnerstva i podigli svijest o važnosti održivih prakse plovidbe.

Kroz edukaciju, osposobljavanje i kampanje svijesti, ova inicijativa ima za cilj pretvoriti industriju plovidbe u održiviji i ekološki osviješten sektor. Poticanjem nautičara i operatora turizma da usvoje odgovorne prakse, doprinose očuvanju morskih ekosustava i općoj održivosti obalnih područja. Green Sail igra ključnu ulogu u promicanju održive plovidbe i turističkih prakse. Podizanjem svijesti, pružanjem smjernica i poticanjem suradnje, nastoje zaštititi morske okoline, smanjiti ekološki utjecaj rekreativne plovidbe i stvoriti održiviju budućnost za industriju plovidbe.

## **Eko Zadar**

Eko Zadar je organizacija sa sjedištem u Zadru, Hrvatska, koja se fokusira na ekološko obrazovanje i promicanje održivih praksi. Centar ima za cilj podizanje svijesti o ekološkim pitanjima i osnaživanje pojedinaca, posebno mladih, da djeluju za održiviju budućnost. Eko Zadar nudi razne edukacijske programe, radionice i projekte koji obuhvaćaju teme poput gospodarenja otpadom, obnovljive energije, zaštite bioraznolikosti i održivog razvoja. Tesno surađuju sa školama, sveučilištima, lokalnim zajednicama i drugim organizacijama kako bi provodili ove edukativne inicijative. Centar također promiče učenje kroz iskustvo kroz izlete, ekološke izlete i aktivnosti na otvorenom. Ove aktivnosti omogućuju sudionicima da se povežu s prirodom, nauče o lokalnim ekosustavima i razumiju važnost očuvanja okoliša. Eko Zadar aktivno surađuje s vladinim institucijama, nevladinim organizacijama i tvrtkama kako bi razvijao i provodio održive inicijative u regiji. Zagovaraju ekološki prihvatljive politike i prakse, s ciljem stvaranja održive i ekološki osviještene zajednice. Eko Zadar igra važnu ulogu u promicanju ekološkog obrazovanja, podizanju svijesti i poticanju održivih praksi u Zadarskoj regiji Hrvatske. Njihovi napori doprinose prelasku prema održivijem i decentraliziranom energetske sustavu te osnažuju građane da aktivno sudjeluju u oblikovanju svoje energetske budućnosti.

## **ŠPANJOLSKA**

### **Fridays for Future Španjolska**

Španjolska mladež aktivno sudjeluje u globalnom pokretu "Fridays for Future" koji je pokrenula Greta Thunberg. Aktivisti poput Adriána Fernández, mladog klimatskog aktivista iz Španjolske, organizirali su i vodili klimatske štrajkove i prosvjede diljem zemlje. Njihovi napori privukli su značajnu medijsku pažnju i utjecali na rasprave o klimatskoj politici u Španjolskoj.

### **Ecoembes-ov program "Jóvenes por el Planeta"**

Ecoembes, neprofitna organizacija posvećena promicanju recikliranja i ekološke održivosti u Španjolskoj, pokrenula je program "Jóvenes por el Planeta" (Mladi za Planet). Ova inicijativa uključuje mlade ljude u edukativne radionice, projekte održivosti i inicijative za recikliranje, osnažujući ih da aktivno sudjeluju u naporima za očuvanje okoliša.

## St. MAARTEN

Sint Maarten aktivno uključuje mlade u projekte održivosti i inicijative. Neki primjeri uspješnih projekata održivosti u kojima sudjeluju mladi na Sint Maartenu su:

### **Environmental Protection in the Caribbean (EPIC)**

EPIC je neprofitna organizacija posvećena očuvanju i zaštiti prirodne i kulturne baštine Karipske regije. EPIC se fokusira na očuvanje okoliša, edukaciju i angažman zajednice s ciljem promicanja održivog razvoja i odgovornog upravljanja prirodnim resursima u Karibima, uključujući i Sint Maarten.

EPIC djeluje u više zemalja diljem Karipske regije, a njezini naponi obuhvaćaju širok spektar ekoloških pitanja, od očuvanja mora i biološke raznolikosti do otpornosti na klimatske promjene i održivog razvoja. Njihov rad usklađen je s globalnim naporima za rješavanje ekoloških izazova i doprinos održivijem i otpornijem Karibima.

### **EPIC na Sint Maartenu:**

Projekti:

#### **Čišćenje obale na Sint Maartenu**

Godišnje, EPIC organizira dobrovoljce za čišćenje obale na Sint Maartenu / Saint Martinu na više lokacija, što rezultira uklanjanjem tisuća funti smeća, uključujući mnogo plastike, tijekom više od dva desetljeća. Sve ove aktivnosti uključuju aktivno sudjelovanje škola, mladih i drugih partnera.

Kako bi smanjili smeće na plažama, EPIC je surađivao sa Sint Maarten Tourist Bureau i Princess Juliana International Airport kako bi 2012. godine postavio 22 vrlo potrebna kanti za smeće na plažama. Neke kante su zamijenjene nakon uragana Irma 2017. godine zahvaljujući podršci Prins Bernhard Culture Fonda.

Lokacije čišćenja razlikuju se širom, a uključivale su Little Bay Pond i Mullet Pond, gdje je više od 40 volontera, uključujući tri skupine Pathfinders, ronilo, snorklalo, kajakiralo i šetalo oko ovog mangrovnog šuma u Simpson Bay Lagoon. U roku od dva sata, kontejner za smeće dug 20 metara, koji je pružila Agencija za okoliš pod nazivom VROMI, bio je popunjen do kapaciteta. Ovaj događaj podržala su Change Foundation, Nature Foundation, Tri-Sport, Odjel za VROMI i Island Water World.

Postoji oko 20 godina čišćenja, često u suradnji s programom International Coastal Cleanup, koji obrađuje podatke o količini i vrsti smeća koje je prikupljeno.

## EKOLOŠKO OBRAZOVANJE ZA MLADE NA SINT MAARTENU

U mnogim školama na Sint Maartenu postoji ograničeno formalno obrazovno kurikulum o okolišu. Kroz prezentacije i terenske izlete, EPIC doseže različite mlade ljude, od osnovne do sveučilišne razine. Prezentacije u učionici uključuju PowerPoint, letke, radne listiće i poklone poput naljepnica, ali glavni fokus je na praktičnim aktivnostima i interakciji.

Terenski izleti variraju od planinarenja do iskustava s kajakom i brodom. Programi za mlade također ciljaju ljetne kampove, knjižnice, školovanje kod kuće i nepriviligiranu mladež. Većina programa nudi se besplatno zahvaljujući projektima financiranja, iako se uvijek traži trajno financiranje za obrazovanje mladih. Mnogi tisuće djece na Sint Maartenu / Saint Martinu steklo je znanje o prirodnom svijetu i iskustva koja potiču brigu o otoku. Briga o otoku intenzivno se promovira, posebno nakon utjecaja uragana!

Tijekom godina, obrazovni programi financirani su sredstvima Prins Bernhard Culture Fonda, IUCN-a, Nacionalne zaklade za ribarstvo i divlje životinje, Optics for the Tropics, St. Maarten Hospitality and Trade Association i donatora. Posljednjih deset godina, inicijatori Erasmus Plus Programa bili su potaknuti da budu dio takvih projekata. Imajući na umu da se te organizacije bave ogromnom mrežom mladih (radnika)!

## OBNOVA STANIŠTA I SADNJA MANGROVA NA ST MAARTENU

Prekrasni karipski otoci poput Sint Maartena / Saint Martina suočavaju se s istim problemima kao i veće zemlje gdje su prirodna područja na kopnu i duž obale degradirana zbog razvojnih aktivnosti, onečišćenja, oluja i drugih čimbenika. Važna intervencija je čin "obnove" gdje biolozi, volonteri, financijeri i vlasnici zemljišta ponovno sade drveće, njeguju tla, uklanjaju onečišćivače i otpad, obnavljaju povijesne tokove i prate utjecaj projekta. Cilj je omogućiti prirodi da prosperira.

Godine 2017., tri lokacije bile su središnje točke akcija obnove, uključujući:

- Little Key je otočić u Simpson Bay Lagoon, velikom močvarnom području, gdje je posađeno 290 crvenih mangrova. Volonteri, uglavnom mladi, svaka dva tjedna pratili su ove sadnice koristeći brod doniran od strane St. Maarten Sails-a. Konačna stopa preživljavanja bila je odlična, 84,5% na Little Key.

- Sentry Hill, stanište suhih šuma, gdje su volonteri uklonili neautohtone biljke prije sadnje otprilike 309 sadnica različitih autohtonih vrsta. Učenici znanstvenici iz obližnje srednje škole St. Dominic regrutirani su da prate sadnice s oznakama na Sentry Hillu jednom tjedno tijekom osam tjedana kako bi osigurali njihovo preživljavanje. Konačna stopa preživljavanja bila je odlična, 96,1%.
- Cay Bay, stanište obale terestričke šikare, područje je gdje je posađeno 125 sadnica autohtonih vrsta. Osoblje EPIC-a svakog tjedna osam tjedana pratilo je i zalijevalo biljke u Cay Bayu kako bi osiguralo njihovo preživljavanje. Na ovom su mjestu izgubljene 13 biljke kad su koze koje su pobjegle kroz oštećenu ogradu pojeli. Ipak, postignuta je uspješna konačna stopa preživljavanja od 89,6%.

Ovaj projekt rezultirao je povećanom biodiverzitetom na mjestima obnove u usporedbi s procjenama prije obnove i, kako nove biljke rastu u velika stabla, povećava se zadržavanje ugljika. Osim toga, 1.253 sudionika, uglavnom mladih (radnika), imalo je osobno iskustvo s projektom obnove i vjerojatno je naučilo više o prirodi na svom rodnom otoku. Ovaj projekt je proveden u partnerstvu s Rainforest Adventures i financiran je putem programa BEST 2.0 IUCN-a, GlobalGiving-a, BirdsCaribbean Hurricane Relief Fund, Prince Bernhard Culture Fund i donatora EPIC-ovog Irma Recovery Fund-a.

### **St. Maarten Nature Foundation**

St. Maarten Nature Foundation je nevladina organizacija (NGO) sa sjedištem na St. Maartenu. Organizacija je posvećena očuvanju i zaštiti prirodne okoline St. Maartena, uključujući njegove morske i kopnene ekosustave. St. Maarten Nature Foundation radi na raznim ekološkim pitanjima, uključujući zaštitu mora, očuvanje biološke raznolikosti, održivi turizam i ekološko obrazovanje.

Jedan od značajnih aspekata rada St. Maarten Nature Foundation je angažman s mladima u zajednici. Aktivno uključuju mlade ljude na sljedeće načine:

Vijeće za mlade okolišne aktiviste (Youth Environmental Council - YEC): St. Maarten Nature Foundation osnovala je Vijeće za mlade okolišne aktiviste (YEC), koje pruža mladima prilike da se aktivno uključe u podizanje svijesti o okolišu i napore za očuvanje prirode. YEC uključuje mlade volontere koji sudjeluju u raznim aktivnostima, uključujući:

- Čišćenje plaža: Mladi članovi često sudjeluju u čišćenju plaža kako bi uklonili morski otpad i smeće s obale, podižući svijest o važnosti održavanja čistoće plaža na St. Maartenu.
- Edukativne radionice: YEC provodi i sudjeluje u ekološkim radionicama i obrazovnim programima. Ove radionice obuhvaćaju teme poput zaštite mora, biološke raznolikosti, klimatskih promjena i održivih životnih praksi.
- Projekti zaštite: Mladi volonteri sudjeluju u različitim projektima zaštite, uključujući praćenje koraljnih grebena, zaštitu morskih kornjača i očuvanje ključnih staništa.
- Zagovaranje: YEC se također bavi naporima zagovaranja, promovirajući odgovorno ponašanje prema okolišu među svojim vršnjacima i zagovarajući za zaštitu okoliša i održivost.

2. Ekološko obrazovanje: St. Maarten Nature Foundation surađuje s školama i obrazovnim institucijama kako bi pružila programe ekološkog obrazovanja. Ti programi su osmišljeni kako bi informirali i inspirirali mlade ljude o važnosti očuvanja i održivih praksi.

3. Društvena angažiranost: Organizacija provodi događaje i aktivnosti društvene angažiranosti s ciljem podizanja svijesti o okolišu među mladima. Ti događaji mogu uključivati čišćenje zajednice, sadnju drveća i sudjelovanje u globalnim ekološkim kampanjama.

4. Uključivanje mladih u istraživanje: Nature Foundation uključuje mlade ljude u istraživačke projekte i prikupljanje podataka vezane uz ekološka pitanja. Ovo praktično iskustvo omogućuje mladima da doprinesu znanstvenim naporima dok uče o lokalnom okolišu.

5. Klubovi mladih za okoliš: Organizacija podržava i surađuje s klubovima mladih za okoliš u školama i zajednicama. Ti klubovi pružaju platformu mladima za povezivanje, učenje i djelovanje na ekološkim pitanjima.

Angažman mladih na ovim različitim aktivnostima St. Maarten Nature Foundation ima za cilj usadivanje osjećaja odgovornosti prema okolišu, podizanje svijesti o jedinstvenim ekološkim izazovima s kojima se otok suočava i inspiriranje sljedeće generacije skrbnika okoliša koji su posvećeni očuvanju i održivom upravljanju prirodnim resursima St. Maartena.

# Zaključak

Ovaj priručnik predstavlja sveobuhvatan i osnažujući resurs koji ide dalje od pukog teoretskog znanja. To je poziv na djelovanje koji potiče edukatore i vođe mladih da preuzmu inicijativu u promicanju klimatske neutralnosti i održivog razvoja. S jasno definiranim ciljevima na početku, priručnik postavlja temelje za transformacijsko putovanje prema zelenijoj budućnosti.

Razumijevanje važnosti održivog razvoja postaje ključno kako ulazimo u njegovu definiciju i istražujemo njegov višestruki utjecaj na borbu protiv klimatskih promjena i zaštitu našeg okoliša. Razumijevanjem biti održivih praksi, edukatori mogu učinkovito prenijeti ovo znanje mladima, osnažujući ih da postanu odgovorni skrbnici našeg planeta.

Jedan od ključnih izazova koji se obrađuje u priručniku je "greenwashing" - praksa koja obmanjujuće prikazuje fasadu ekološke održivosti dok skriva štetne stvarnosti. Poučavanjem mladih kako prepoznati znakove "greenwashinga" i promoviranjem održivih alternativa, potičemo kritičko razmišljanje i njegujemo generaciju koja vidi izvan površinskih tvrdnji.

Priručnik također nudi mnoštvo praktičnih alata i metodologija za planiranje i provođenje edukativnih aktivnosti s minimalnim ugljičnim otiskom. Aktivnim uključivanjem mladih i poticanjem njihove sudjelovanja, edukatori stvaraju dinamično okruženje učenja u kojem mlade umove mogu istraživati složenosti klimatskih promjena i održivog razvoja s entuzijazmom.

Nadalje, interaktivni moduli za obuku o "greenwashingu" služe kao moćno iskustvo učenja, omogućujući sudionicima da shvate posljedice obmanjujućih praksi i razviju sposobnost rasuđivanja kako bi donosili informirane odluke. Opremljeni ovim vještinama, mladi će postati pokretači promjena, aktivno izazivajući "greenwashing" i tražeći istinsku održivost.

Slavljenjem organizacija koje su već krenule putem zelene transformacije, priručnik nudi inspirativne primjere i praktične smjernice. On služi kao svjetionik nade, osvjetljavajući put prema budućnosti u kojoj održivost postaje norma, a ne iznimka.

Zaključno, ovaj priručnik nije samo zbirka znanja; to je katalizator promjene. Osmišljen je kako bi osnažio edukatore i vođe mladih da posade sjeme održivih praksi u srcima i umovima mladih, njegujući generaciju koja će zagovarati ekološke ciljeve. Zeleni priručnik predstavlja vrijedan resurs za edukatore, vođe mladih i organizacije posvećene stvaranju održive budućnosti.

Opremajući mlade znanjem, vještinama i inspiracijom, težimo stvoriti generaciju ekoloških šampiona koji će nas voditi prema zelenijem i održivijem svijetu. Zajedno, poduzmimo značajne korake u borbi protiv klimatskih promjena i prihvatimo održivost za dobrobit našeg planeta i budućih generacija.

# Popis izvora :

- Adolescence and Their Relationship to Pro-environmental Behavior. *Frontiers in Psychology*, 11, 582920. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.582920>
- Adrian Martin, M. Teresa Armijos, Brendan Coolsaet, Neil Dawson, Gareth A. S. Edwards, Roger Few, Nicole Gross-Camp, Iokiñe Rodriguez, Heike Schroeder, Mark G. L. Tebboth & Carole S. White (2020) Environmental Justice and Transformations to Sustainability, *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 62:6, 19-30, DOI: 10.1080/00139157.2020.1820294
- Agata Szymańska & Elżbieta Zalewska (2021) Education in the light of sustainable development goals - The case of the European Union countries, *Globalisation, Societies and Education*, 19:5, 658-671, DOI: 10.1080/14767724.2021.1878010
- Balundė, A., & Perlaviciute, G. (2020). Sustainability in Youth: Environmental Considerations in
- Barreda, A. (2018). Assessing the level of awareness on climate change and sustainable
- Blesserholt, J. (2021). The 'sins' of greenwashing: A content analysis of greenwashing's role in the fast fashion industry. (Master's thesis, Stockholm University, Department of Economic History and International Relations).
- Bórawski, P.; Wyszomierski, R.; Bełdycka-Bórawska, A.; Mickiewicz, B.; Kalinowska, B.; Dunn, J.W.; Rokicki, T. Development of Renewable Energy Sources in the European Union in the Context of Sustainable Development Policy. *Energies* 2022, 15, 1545. <https://doi.org/10.3390/en15041545>
- Braga Junior, S., Pagán Martínez, M., Miranda Correa, C., Cox Moura-Leite, R., & Da Silva, D. (2019). Greenwashing effect, attitudes, and beliefs in green consumption. *RAUSP Management Journal*, <https://doi.org/10.1108/RAUSP-08-2018-0070>
- Delmas, M., & Burbano, V. (2011). The Drivers of Greenwashing. *California Management Review*, 54. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>
- development among students of Partido State University, Camarines Sur, Philippines. *Journal of Sustainability Education* Vol. 17. <http://www.susted.com/wordpress/wp-content/uploads/2018/02/Barreda-JSE-Feb-2018-Arts-Issue-PDF.pdf>
- Directorate-General for Environment. (2023, March 22). Proposal for a Directive on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive) [https://environment.ec.europa.eu/publications/proposal-directive-green-claims\\_en](https://environment.ec.europa.eu/publications/proposal-directive-green-claims_en)
- Evans, D. (1981) *The Planning of Nonformal Education*. Center for International Education Faculty Publications. 77. [https://scholarworks.umass.edu/cie\\_faculty\\_pubs/77](https://scholarworks.umass.edu/cie_faculty_pubs/77)

- 
- Falkner, R., & Buzan, B. (2019). The emergence of environmental stewardship as a primary institution of global international society. *European Journal of International Relations*, 25(1), 131-155. <https://doi.org/10.1177/1354066117741948>
  - Fernandes, J., Segev, S., & Leopold, J. K. (2020). When consumers learn to spot deception in advertising: testing a literacy intervention to combat greenwashing. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(4), 1115-1149. <https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1765656>
  - Fleetwood, J. Social Justice, Food Loss, and the Sustainable Development Goals in the Era of COVID-19. *Sustainability* 2020, 12, 5027. <https://doi.org/10.3390/su12125027>
  - Imran, M.; Liu, X.; Wang, R.; Saud, S.; Zhao, Y.; Khan, M.J. The Influence of Digital Economy and Society Index on Sustainable Development Indicators: The Case of European Union. *Sustainability* 2022, 14, 11130. <https://doi.org/10.3390/su141811130>
  - Karobliene, V.; Pilinkiene, V. The Sharing Economy in the Framework of Sustainable Development Goals: Case of European Union Countries. *Sustainability* 2021, 13, 8312. <https://doi.org/10.3390/su13158312>
  - Ki-moon, Ban. Sustainability—engaging future generations now (2016)
  - Kiselakova, D., Stec, M., Grzebyk, M., & Sofrankova, B. (2020). A Multidimensional Evaluation of the Sustainable Development of European Union Countries – An Empirical Study. *Journal of Competitiveness*, 12(4), 56–73. <https://doi.org/10.7441/joc.2020.04.04>
  - KnowESG. (2023, April 17). What Are The Main Greenwashing Tactics Companies Use? retrieved from: <https://www.knowesg.com/featured-article/what-are-the-main-greenwashing-tactics-companies-use>
  - Kwauc, C., & Casey, O. (2021). A New Green Learning Agenda: Approaches to Quality Education for Climate Action. Center for Universal Education at The Brookings Institution.
  - Newton, P.W.; Rogers, B.C. Transforming Built Environments: Towards Carbon Neutral and Blue-Green Cities. *Sustainability* 2020, 12, 4745. <https://doi.org/10.3390/su12114745>
  - Orange, E., & Cohen, A. M. (2010). From eco-friendly to eco-intelligent. *The Futurist*, 44(5), 28-32.
  - Ronja Bechauf, Emma Cutler, Andrea Bassi, Liesbeth Casier, Michail Kapetanakis, Georg Pallaske, Benjamin Simmons, The Value of Incorporating Nature in Urban Infrastructure Planning December 9, 2022.
  - The Lancet, Volume 387, Issue 10036, 2356 - 2358. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(16\)30271-9](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(16)30271-9)
  - Zhang, J.; Zhang, S.; Huang, X.; Zhang, Z.; Jin, C. Spatiotemporal Evolution of Coordinated Development between Economic Resilience and Green Finance under the Background of Sustainable Development. *Sustainability* 2023, 15, 9101. <https://doi.org/10.3390/su15119101>
  - World Commission on Environment and Development. (1987). Our Common Future.
-

## Internet izvori :

- <https://www.unep.org/explore-topics/climate-action/what-we-do/mitigation>
- [https://environment.ec.europa.eu/strategy/environment-action-programme-2030\\_en](https://environment.ec.europa.eu/strategy/environment-action-programme-2030_en)
- [https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/levels\\_en](https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/levels_en)
- <https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/ar4-wg3-chapter12-1.pdf>
- <https://theoceancleanup.com/>
- <https://www.earthguardians.org/>
- <https://turntoo.com/en/>
- <https://foodtank.com/news/2015/07/urban-farms-and-gardens-are-feeding-cities-around-the-world/>
- <https://www.goodnet.org/articles/5-inspiring-urban-community-garden-projects-for-citydwellers>
- <https://www.ekokvarner.hr/>
- <https://www.zmag.hr/>
- <https://www.green-sail.com/>
- <https://ekozadar.hr/>
- [https://www.consumidorglobal.com/noticias/noticias-servicios/greenwashing-repsol-diesel-renovable-presume-es-ineficiente\\_5695\\_102.html](https://www.consumidorglobal.com/noticias/noticias-servicios/greenwashing-repsol-diesel-renovable-presume-es-ineficiente_5695_102.html)
- <http://ekologija.hr/news/post/804/preinaka-plakata-kompanije-ina/>
- <https://www.euronews.com/green/2022/06/26/clothes-made-from-carbon-emissions-why-zaras-new-line-is-just-more-greenwashing>





# IMPRESSUM

## AUTORI:

### BACKSLASH

- Gilberto Martinez
- Joan Quixal

### CARIBBEAN EDUCATION AND CULTURE FOUNDATION

- Feroz Habiboellah
- Mesut Bayezit

### UDRUGA ZAŽELI

- Mateja Šimunović
- Veronika Janković

## SURADNICI

- ZMAG-Zelena mreža  
aktivističkih grupa
- Hrvatska Udruga za Zaštitu  
Potrošača
- Energetski institut Hrvoje Požar

## REDAKTOR:

- Maja Katinić Vidović

