



Valsts vides dienests

Rūpniecības iela 23, Rīga, LV-1045, tālr. 67084200, e-pasts pasts@vvd.gov.lv, www.vvd.gov.lv

PRASĪBAS RAŽOTĀJU ATBILDĪBAS SISTĒMU APSAIMNIEKOTĀJAM KOMUNIKĀCIJAS PASĀKUMU ĪSTENOŠANAI UN
ATSPUGUĻOŠANAI PĀRSKATĀ

Ražotāju atbildības sistēmas apsaimniekotājam, ar kuru Valsts vides dienests (turpmāk – VVD) noslēdzis līgumu par izlietotā iepakojuma un vienreiz lietojamo galda trauku un piederumu (turpmāk – iepakojums), videi kaitīgu preču (turpmāk – VKP), elektrisko un elektronisko iekārtu (turpmāk – EEI), nolietotu transportlīdzekļu (NTL) apsaimniekošanas sistēmas izveidi un piemērošanu (turpmāk – Apsaimniekotājs) **jānodrošina vismaz četrus komunikācijas pasākumus kalendāra gadā**, katra noslēgtā līguma ietvaros.

Kritēriji	Iepakojums ¹	VKP, EEI ²	NTL ³
<input type="checkbox"/> Vismaz 2 informatīvie pasākumi - publikācijas vai izglītojošos rakstus plašsaziņas līdzekļos ; <input type="checkbox"/> Vismaz 2 izglītojošie pasākumi - ar plašu sabiedrības līdzdalību (akcijas, semināri, konferences, apmācības, atkritumu apsaimniekošanas infrastruktūras objektu apmeklējumi).	✓	✓	
Vismaz četrus komunikācijas pasākumus kalendāra gadā (tai skaitā informatīvos pasākumus, izglītojošos pasākumus, sabiedrības līdzdalības pasākumus) sabiedrības informēšanai un iesaistīšanai nolietotu transportlīdzekļu apsaimniekošanā.			✓
Komunikācijas pasākumus jāorganizē visā Latvijas teritorijā vai arī katru citā atkritumu apsaimniekošanas reģionā.	✓	✓	✓

¹ Ministru kabineta 16.08.2017. noteikumu Nr.480 "Noteikumi par atbrīvojuma piemērošanu no dabas resursu nodokļa samaksas par iepakojumu un vienreiz lietojamiem galda traukiem un piederumiem" 3.3.punkts un šo noteikumu 3.pielikuma 6.punkts

² Ministru kabineta 03.11.2009. noteikumu Nr.1294 "Kārtība, kādā atbrīvo no dabas resursu nodokļa samaksas par videi kaitīgām precēm" 2.2.punkts

³ Ministru kabineta 22.05.2012. noteikumu Nr.361 "Dabas resursu nodokļa piemērošanas noteikumi transportlīdzekļiem" 10.3. punkts

Ar komunikācijas pasākumiem jāinformē sabiedrība par atkritumu (<i>līgumā norādīto</i>) dalītās vākšanas nepieciešamību un iespējām, kā arī iesaistītu atkritumu dalītās vākšanas aktivitātēs un veicinātu vides apziņas veidošanu sabiedrībā (piemēram, paradumu pētīšana, aptauju veikšana).	✓	✓	✓
Katrs no 4 komunikācijas pasākumiem jāorganizē ar atšķirīgu primāro mērķi: <ul style="list-style-type: none"> ○ Sabiedrības informēšana par atkritumu šķirošanas nepieciešamību; ○ Sabiedrības informēšana par šķiroto atkritumu nodošanas iespējām; ○ Sabiedrības iesaistīšana atkritumu šķirošanas aktivitātēs; ○ Vides apziņas veidošana. 	✓		
Organizēto komunikācijas pasākumu rezultātam ir jābūt izmērāmam un salīdzināmam.	✓	✓	✓
Mērķauditorija - ne mazāk par 100 dalībniekiem.	✓	✓	✓
Informācijai par organizēto komunikācijas pasākumu un tā rezultātiem jābūt atspoguļotiem apsaimniekotāja mājaslapā.	✓	✓	✓

Plašsaziņas līdzekļi⁴ - plašām iedzīvotāju aprindām adresēti preses izdevumi, radio un televīzijas raidījumi, kā arī interneta ziņu vietnes. Plašsaziņa jeb masu komunikācija ir process, kurā ar tehniskiem līdzekļiem (iespiestu līdzekļu, radio, kinematogrāfu, televīziju u.c.) skaitliski lielām un izkļiedētām auditorijām tiek nodota informācija ar mērķi ietekmēt cilvēku vērtējumu, viedokli un rīcību

➤ Plašsaziņas līdzekļi **nav** – sociālie tīkli (*Facebook, Twitter, uc*), uzzīņu portāli (*1188, ZL, uc*), citas privātas interneta vietnes.

⁴ atbilstoši Latvijas Zinātņu akadēmijas (LZA) Terminoloģijas komisijas apstiprinātajam terminam

PRASĪBAS KOMUNIKĀCIJAS PASĀKUMIEM:

INFORMATĪVS PASĀKUMS	IZGLĪTOJOŠS PASĀKUMS
MĒRĶIS: <u>sabiedrības</u> informēšanai un iesaistīšanai atkritumu apsaimniekošanā	MĒRĶIS: veicināt vides apziņas veidošanu, iesaistīt sabiedrību atkritumu apsaimniekošanā, šķirošanā, atkritumu rašanās samazināšanā
ĪSTENOŠANAS VEIDS: <ul style="list-style-type: none"> - publikācija, raidījums, intervija; - izglītojošs raksts. - identificējams (pierādāms laiks, vieta, aptvertā teritorija, iesaistīto skaits) 	ĪSTENOŠANAS VEIDS: <ul style="list-style-type: none"> - akcijas, semināri, konferences, apmācības, atkritumu apsaimniekošanas infrastruktūras objektu apmeklējumi, pētījumi; - identificējams (pierādāms laiks, vieta, aptvertā teritorija, iesaistīto skaits)
KANĀLS: Plašsaziņas līdzekļi: <ul style="list-style-type: none"> ○ Drukātā prese; ○ Interneta ziņu portāli; ○ Radio; ○ TV. 	KANĀLS: Pasākums, kurā piedalās sabiedrība (ne mazāk kā 100 dalībnieki)
MĒRĶAUDITORIJAS UZSKAITE: Plašsaziņas līdzekļu sniegtais apmeklētāju uzskaitījums	MĒRĶAUDITORIJAS UZSKAITE: Apsaimniekotāja nodrošinātais apmeklētāju uzskaitījums
Par komunikācijas pasākumiem apsaimniekošanas sistēmas ietvaros <u>nav uzskatāmi:</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - apsaimniekotāja vai tā sadarbības partneru reklāma bez izglītojoša satura par atkritumu apsaimniekošanu; - nodokļa objektu uzskaites apmācības / semināri/ izglītojoši raksti; - sadarbības partneru sveikšanas un godināšanas pasākumi. 	
! Izglītojošs raksts plašsaziņas līdzekļos nav izglītojošs pasākums, bet informatīvs pasākums.	

KOMUNIKĀCIJAS PASĀKUMU ATSKAITES VADLĪNIJAS UN PIEMĒRI.

PIEMĒRS. Komunikācijas pasākumu plāna izpilde (iepakojuma sistēmai):

Nr	Pasākuma mērķis	Pasākuma veids ¹²	Sasniegtā mērķauditorija (skaits) ¹³	Mērķa sasniegšanas veids / Detalizēts pasākuma apraksts un novērtējums	Pasākuma īstenošanas laiks	Pasākuma īstenošanas vieta, aptvertā teritorija, informācijas izplatīšanas kanāli, informācijas publicēšanas vieta ¹⁴	Pasākuma īstenošanai izlietotais finansējums (euro)
1	2	3	4	5	6	7	
1.	Sabiedrības informēšana par atkritumu šķirošanas nepieciešamību	Informatīvais pasākums (izglītojošs raksts <i>Laikrakstā</i>)	<i>Laikraksta</i> redakcijas uzrādītā tirāža: 19000	Apsaimniekotājs sagatavoja preses relīzi, kurā pamatojoties uz datiem (atsauce uz datu avotu) informēja sabiedrību par atkritumu šķirošanas ieguvumiem. Preses relīze tika publicēta <i>Laikrakstā</i> . Preses relīzē tika sniegta informācija par to, kā stikla iepakojuma šķirošana samazina ietekmi uz vidi. Publikācijā ietvertā informācija veicināja sabiedrības izpratni par atkritumu šķirošanas nepieciešamību.	09.09.2019	<i>Laikraksta</i> izplatīšana visā Latvijā. Pārpublicācija: www.apsaimniekotajs.lv/raksts	100

2.	Sabiedrības informēšana par šķirotu atkritumu nodošanas iespējām	Informatīvais pasākums (publikācija <i>Ziņu portālā</i>)	Unikālie apmeklētāji mēnesī: 400000	Apsaimniekotājs sagatavoja viedokļa rakstu <i>Ziņu portālam</i> par šķirotu atkritumu nodošanas iespējām. Publikācijā sabiedrība iegūst informāciju par to, kāds ir plastmasas iepakojuma sastāvs un kur pareizi sašķirotos atkritumus var nodot pārstrādei.	09.09.2019	Visa Latvija; www.zinuportals.lv/publikacija www.apsaimniekotajs.lv/publik	100
3.	Sabiedrības iesaistīšana atkritumu šķirošanas aktivitātēs	Izglītojošais pasākums (poligona Daibe apmeklējums)	Dalībnieku uzskaites lapa: 314	Apsaimniekotājs organizēja izglītojošu atkritumu apsaimniekošanas infrastruktūras objekta - poligona Daibe apmeklējumu, kur uzaicinātie pašvaldību un mediju pārstāvji iepazinās ar atkritumu šķirošanas tehnoloģijām. Apmeklētājiem bija jāpaņem līdzīgas nederīgas lietas, kuras viņi varēja sašķirot un redzēt, kā sašķirotie atkritumi tiek sagatavoti pārstrādei. Pasākuma laikā sabiedrība tika iesaistīta šķirošanas aktivitātēs.	09.09.2019 10.09.2019 11.09.2019	Ziemeļvidzemes AAR (adrese) www.operators.lv/pasak www.apsaimniekotajs.lv/pasak	100

4.	Vides apziņas veidošana	Izglītojošais pasākums (pētījums par šķirošanas paradumiem)	Pētījuma respondenti: 1000	Apsaimniekotājs sadarbībā ar GFK organizēja pētījumu valsts iestādēs par atkritumu šķirošanas paradumiem. Pētījums tika veikts elektroniskā vidē un tajā tika noskaidrots, cik lielā mērā valsts iestādes iesaistās atkritumu šķirošanā un vai izprot šķirošanas nozīmi. Jautājumi tika sastādīti tā, lai respondenti ne tikai sniegtu savu viedokli, bet arī caur jautājumiem tiktu informēti par šķirošanas nozīmīgumu, tādejādi veidojot vides apziņu.	09.09.2019 – 29.09.2019	Visā Latvijā. www.gfk.lv/petijums www.apsaimniekotajs.lv/rezultati	100
Kopā							400

¹² Informatīvie pasākumi (publikācijas un izglītojošie raksti plašsaziņas līdzekļos), izglītojošie pasākumi ar sabiedrības līdzdalību (akcijas, semināri, konferences, apmācības, atkritumu apsaimniekošanas infrastruktūras objektu apmeklējumi).

¹³ Vismaz 100 dalībnieku auditorija katrā pasākumā.

¹⁴ Norāda hipersaiti uz tīmekļvietni, kas apliecina pasākuma īstenošanu.

Paskaidrojumi par atskaites kolonās norādāmo informāciju.

1. Pasākuma mērķis – norāda tikai vienu no četriem mērķiem, kura sasniegšanai tika organizēts konkrētais pasākums. Sasniedzamie mērķi norādīti MK noteikumu Nr.480 5.pielikuma 7.punktā:

- Sabiedrības informēšana par atkritumu šķirošanas nepieciešamību;
- Sabiedrības informēšana par šķirotu atkritumu nodošanas iespējām;
- Sabiedrības iesaistīšana atkritumu šķirošanas aktivitātēs;
- Vides apziņas veidošana.

Ja ar konkrēto pasākumu tika sasniegti vairāki mērķi, 1.kolonā norāda tikai vienu – galveno, bet 4.kolonā var (nav obligāti) norādīt, ka šī pasākuma rezultātā tika sasniegti arī citi mērķi. Tomēr, katrs pasākums jāorganizē ar akcentu uz vienu – galveno mērķi.

2. Pasākuma veids – norāda piederību vienam no noteikumos noteiktajam pasākuma veidam:

- Informatīvs pasākums;
- Izglītojošs pasākums.

Pēc pasākuma veida iekavās norāda precīzāku informāciju, kurā norādīta informācija atbilstoši noteikumos noteiktajam:

- Ja tika organizēts informatīvs pasākums, tad iekavās norāda – publikācija vai izglītojošs raksts + precīzāka informācija par plašsaziņas līdzekli.
- Ja tika organizēts izglītojošs pasākums, tad iekavās norāda - akcija, seminārs, konference, apmācības, atkritumu apsaimniekošanas infrastruktūras objekta apmeklējums, pētījums, vai cita veida pasākums, kurā nodrošināta sabiedrības fiziska līdzdalība.

Piemēri:

- Informatīvs pasākums (publikācija *Laikrakstā Diena, Neatkarīgā rīta avīze utt*);
- Informatīvs pasākums (viedokļa raksts ziņu portālā www.delfi.lv);
- Informatīvs pasākums (intervija radio LR1 raidījumā *Kā dzīvot labāk*);
- Informatīvs pasākums (sižets LTV1 raidījumā *Rīta Panorāma*);
- Izglītojošs pasākums (akcija “Stiklu pudeļu otrā dzīve”);
- Izglītojošs pasākums (poligona Daibe apmeklējums);
- Izglītojošs pasākums (konference “Atkritumu apsaimniekošanas problēmas mājāsaimniecībās”).

3. Sasniegtā mērķauditorija (skaits) – norāda datu avotu un skaitu (laikposmā).

Sasniegtās mērķauditorijas skaits plašsaziņas līdzekļos jānorāda:

- Laikraksta redakcijas uzrādītā tirāža;
- Interneta ziņu portāla unikālo apmeklētāju skaits mēnesī vai unikālo apmeklētāju skaits konkrētajai publikācijai, ja pieejams;
- Radio stacijas vidējā dienas auditorija;
- TV kanāla vai raidījuma vidējā dienas auditorija.

Sasniegtās mērķauditorijas skaits sabiedrības līdzdalības pasākumos jānorāda:

- Dalībnieku uzskaites lapā norādītais skaits;
- Saņemto anketu skaits;
- Cits veids, kā tika mērīts pasākumā iesaistīto dalībnieku skaits.

4. Mērķa sasniegšanas veids / Detalizēts pasākuma apraksts un novērtējums – norāda, ko apsaimniekotājs darīja, lai sasniegtu mērķi. Koncentrēti apraksta īstenoto pasākumu un novērtē, vai ar šo pasākumu tika sasniegts plānotais mērķis.

Veidi, kā apsaimniekotājs (pats vai ar sabiedrisko attiecību aģentūras starpniecību) sasniedz mērķauditoriju plašsaziņas līdzekļos (piemēri):

- 1) Sagatavota preses relīze vai viedokļa raksts:
 - a. Nosūta vienam vai vairākiem plašsaziņas līdzekļiem (e-pasts *Letai, Dienai, Delfiem, utml*) publicēšanai;
 - b. Sazinās ar kādu plašsaziņas līdzekļa žurnālistu un vienojas par publikāciju;
 - c. Sazinās ar mediju (reklāmas nodaļu) par reklāmraksta publicēšanu (vienošanas vai iesniedz gatavu rakstu, vai to sagatavo žurnālists).
- 2) Rīko pasākumu, kurā uzaicina medijus, kuri tālāk informē par pasākumu TV, radio, presē vai interneta ziņu portālā.

Veidi, kā apsaimniekotājs nodrošina sabiedrības līdzdalību izglītojošos pasākumos (piemēri), organizējot:

- 1) akciju (vai konkursu), kurā sabiedrības daļa (mērķauditorija) ar savu piedalīšanos akcijā gūst izglītojošu informāciju, piemēram – apsaimniekotājs rīko akciju, kurā cilvēki aicināti tukšās stikla pudeles nodot konkrētā laukumā ar mērķi samazināt kādu nelabvēlīgu faktoru, kas rodas nešķirojot stikla iepakojumu (piemēram, ūdens / gaisa piesārņošana jaunu pudeļu ražošanā / poligonu noslodze, neatgūti dabas resursi utt). Akcijas laikā obligāts ir izglītojošais faktors. Ja sabiedrība netiek izglītotā, bet tikai aicināta nodot konkrētu atkritumu grupu, tāda apsaimniekotāja darbība drīzāk būtu uzskatāma par atkritumu savākšanas nodrošināšanu, nevis izglītojošu pasākumu;

- 2) semināru studentiem vides apziņas veidošanai, kurā stāsta par iepakojuma ķīmisko sastāvu un sekām, kad šis iepakojums nokļūst dabā;
- 3) konferenci Rīgas (Daugavpils, Rēzeknes, utml) iedzīvotājiem “Atkritumu apsaimniekošanas problēmas mājāsaimniecībās”, informējot par atkritumu apsaimniekošanas iespējām, šķirotu atkritumu nodošanas iespējām;
- 4) atkritumu apsaimniekošanas infrastruktūras objekta apmeklējumu mērķauditorijas grupām, kurā izglīto par atkritumu aprites ciklu, no atkritumiem iegūstamiem produktiem, tādejādi veicinot izpratni par atkritumu šķirošanas nepieciešamību;
- 5) pētījumu, kurā ar jautājumiem tiek noskaidrots sabiedrības viedoklis vai paradumi kādā atkritumu apsaimniekošanas tēmā, kā arī veicināta izpratne par pētījuma tēmu.

Pasākumu saturs – informācija sabiedrībai par atkritumu dalītās vākšanas nepieciešamību un iespējām, kā arī lai iesaistītu atkritumu dalītās vākšanas aktivitātēs un veicinātu vides apziņas veidošanu sabiedrībā. Sniegta informācija par dažādiem sabiedrībai kopumā aktuāliem atkritumu apsaimniekošanas jautājumiem – par tādiem atkritumu veidiem, par kādiem ir noslēgts apsaimniekošanas līgums ražotāju atbildības sistēmu ietvaros.

Par komunikācijas pasākumiem apsaimniekošanas sistēmas ietvaros **nav uzskatāmi** – komersanta vai to sadarbības partneru reklāma bez izglītojoša satura atkritumu apsaimniekošanas jautājumos; nodokļa objektu uzskaites apmācības/semināri/izglītojoši raksti, sadarbības partneru sveikšanas un godināšanas, citi kolektīvi izklaides pasākumi.

Mērķa sasniegšanas veids – norāda, kādā veidā sasniedza mērķauditoriju un ar kādu pasākuma saturu tika sasniegts mērķis.

J: Ko apsaimniekotājs darīja, lai sasniegtu mērķi?

A: [Veids kā organizēja komunikācijas pasākumu + komunikācijas pasākuma saturs, ar kuru iecerēts sasniegt mērķi]

Piemērs – *Apsaimniekotājs sagatavoja preses relīzi, kurā pamatojoties uz datiem (piemēram, atsauce uz kādu pētījumu) informēja sabiedrību par atkritumu šķirošanas ieguvumiem. Preses relīze tika publicēta Laikrakstā.*

Detalizēts pasākuma apraksts un novērtējums – koncentrēti apraksta īstenoto pasākumu un novērtē, vai ar to tika sasniegts plānotais mērķis.

J: Kāda informācija tika pasniegta pasākumā? Vai ar šīs informācijas palīdzību tika sasniegts izvirzītais mērķis?

A: [Raksturo galveno informāciju, pasākuma vēstījumu, lai varētu identificēt, par ko bija pasākuma saturs (vēstījums). Secina, vai vēstījums sasniedza izvirzīto mērķi?]

Piemērs – *Preses relīzē tika sniegta informācija par to, kā stikla iepakojuma (← apsaimniekošanas objekts) šķirošana samazina ietekmi uz vidi (← vēstījums). Publikācijā ietvertā informācija veicināja (← secinājums) sabiedrības izpratni par atkritumu šķirošanas nepieciešamību (← mērķis).*

5. Pasākuma īstenošanas laiks – norāda raksta publicēšanas datumu, radio vai TV raidījuma dienu, akcijas periodu, semināra cikla datumus, utml.

6. Pasākuma īstenošanas vieta, aptvertā teritorija, informācijas izplatīšanas kanāli, informācijas publicēšanas vieta – norāda:

- 1) kurā atkritumu apsaimniekošanas reģionā vai visā Latvijā pasākums īstenots;
- 2) kur konkrēti tika izplatīta informācija (kanāli) – *Laikrakstā*, TV, radio, interneta ziņu vietnē, *Skolā/s*, atkritumu apsaimniekošanas infrastruktūras objektā (adrese), pētījuma aptaujas norises vieta, semināra, apmācību, konferences norises vieta;
- 3) informācijas publicēšanas vieta – hipersaite uz vietni, kurā atspoguļota pasākuma informācija (interneta ziņu vietne, TV raidījuma arhīva vietne; radio raidījuma arhīva vietne; citas interneta vietnes, kurās var iegūt informāciju par organizēto pasākumu).

! Apsaimniekotājam jānodrošina savu organizēto pasākumu atspoguļošana arī savā interneta vietnē.

! Informācijas publicēšanas vietai jābūt pieejamai VVD, lai iepazītos ar publikācijas vai raksta saturu, ar sabiedrības līdzdalības pasākuma saturu vai citiem materiāliem, kas ļauj pārliecināties par pasākuma īstenošanu un atbilstību normatīvo aktu prasībām.

7. Pasākuma īstenošanai izlietotais finansējums – norāda apsaimniekošanas sistēmas ietvaros izlietoto finansējumu komunikācijas pasākumam.

Citi norādījumi:

- Atskaitē **nav jānorāda** lieka un vispārīga informācija, tā nav jāatspoguļo grafikos vai shematiskos attēlos.
Piemērs, kā nevajag rakstīt aprakstā vispārīgu informāciju, kas nesniedz priekšstatu par konkrēta pasākuma īstenošanu – *Apsaimniekotājs ikdienā strādā pie dažādu vides projektu un iniciatīvu izstrādes un realizācijas, tostarp atbalstošas publicitātes nodrošināšanas, kas izglītotu sabiedrību un nostiprinātu tās apziņu un atbildību pret vidi.*
- Atskaitē **nav jānorāda** tādi pasākumi, kas neattiecas uz MK noteikumu prasībām attiecībā uz vismaz četrus komunikācijas pasākumu organizēšanu kalendāra gadā (reklāmas pasākumi, klientu pasākumi, informācija sociālajos tīklos, utml), taču, ja šie pasākumi veicina atkritumu apsaimniekošanas sistēmas darbību, tie var tikt atspoguļoti kā papildu pasākumi, atsevišķā tabulā.