

SAN MARKOSEKO MANKOMUNITATEAREN EREMUAN KONTSUMO-OHITURAK
ALDATU ETA HONDAKINAK MURRIZTEKO EKINTZEI BURUZKO
KONTZIENTZIAZIO-KANPAINAREN KONTRATAZIORAKO BALDINTZA
TEKNIKOEN ORRIA

AURREKARIAK

1.- Kanpainaren jatorria

San Markoseko Mankomunitatea bere kudeaketa-urteetan zehar konpromiso sendoa mantentzen du herritarren ingurumen-kontzientziazio eta –sentsibilizazioarekin Mankomunitatea osatzen duten 10 udalerrietan. Konpromiso hori jarduera desberdinekin egituratu da baina guztiek alderdi komuna izan dute: hondakinen sorrera murriztea, batetik, eta hondakinak jatorrian hobe bereiztea, bestetik, birzikla badaitezke.

Era berean, azken hamarkadan izandako eboluzioari jarraiki, San Markoseko Mankomunitatean hondakinak bereizteko orduan partaidetza-ehunekoak onak izan arren, oraindik asko dago egiteke ingurumen-bikaintasunaren eta garapen iraunkorraren mailarik gorenetera iristeko; izan ere, gizarte guztiarentzat lehen erronka da hondakinen sorreraren goranzko joera alderantzikatzea; ondoren gaikako bilketa sustatu behar da materiaren birziklapen-ehunekoak gehitzeko eta estuki lotuta dago herritarrek jatorrian bereiztearekin. Hori eremu sozioekonomiko guztietan egin behar da.

2.- Kontratuaren xedea

Kontratuaren xedea San Markoseko Mankomunitatearen eremuan hondakinak murrizteko eta kontsumo-ohiturak aldatzeko ekintzei buruz kontzientziazio kanpaina egitea da.

3.- Hartzaileak

Kanpaina San Markoseko Mankomunitatea osatzen duten 10 udalerrietan zehar zabalduko da, biztanleen sektore bakoitzean planteatutako ekintzei jarraiki.

4.- Planteatutako ekintzen deskribapena

Hondakinak murrizteko ekintzei buruzko kontzientziazio-kanpaina

San Markoseko Mankomunitateak, urtero gaikako bilketa gehitzera bideratutako kanpainen bidez emandako bultzada baino urrunago, duela bost urte baino gehiago

prebentzio-ekintzak desberdinak hasi zituen hondakinen sorrera arazoaren jatorrian murrizteko: kontsumoa eta kontsumo-ohiturak aldatzea. Ideia prebentzio-mezuekin kaltera irtetea da, informazio-ekintza desberdinak aprobetxatuz. Edukia 2005ean argitaratutako gidan dago. Horrek konparazioak eguneratu behar ditu hondakinen sorrera murrizteko adibide praktikoekin. Mezuek argiak eta erakargarriak izan behar dute erosketan erosten dugun hondakinen kopuruari eta, ondoren, etxean kudeatu behar izanari buruz (*J. eranskina*).

5.- Hizkuntza-irizpideak

Eskaintzaren hizkuntza-tratamenduak EAEko bi hizkuntza ofizialak integratu beharko ditu, alde batera utzi gabe bakarrik euskara erabiltzea hala eskatzen duten ekintzetan eta taldeekin.

6.- Lanak kontrolatu eta ikuskatzea

Aurkeztutako proposamena esleitu ondoren, esleipendunak hainbat bilera egin beharko ditu San Markoseko Mankomunitateko arduradunekin. Gainera, horiekin informazio-bidea zehaztuko du astero, aurkeztutakoa behar bezala betetzen dela ikuskatzeko.

7.- Gauzatze-epea

4. atalean deskribatutako hiru ekintzak 2009ko abenduaren 30a baino lehen garatuko dira.

I. ERANSKINA: HONDAKINAK MURRIZTEKO EKINTZEI BURUZKO KONTZIENTZIAZIO-KANPAINA. KONTSUMO-OHITURAK ALDATZEA

1.- Aurrekariak

San Markoseko Mankomunitateak kanpaina honetarako oinarri bezala “Zaborra murrizteko Gida” gidaren arrakasta hartu nahi du. Hori 2005ean argitaratu zuen eta behin eta berriz argitaratu da beste mankomunitateetan, bai Gipuzkoan, bai beste lurralde-eremuetan. Gidak kanpainaren hari gidaria izan nahi du komunikabideetan eta hiriko publizitate-euskarrietan (banderatxoak, markesinak, autobusak...). Denbora igaro da eta prezioak, tipologiak, ontziak eta produktuen formatuak aldatu dira, beraz, arrazoizkoa da kasu praktikoak eguneratzea eta gure kontsumoa eta hondakinen sorrera murriztu behar direla azpimarratzea.

San Markoseko Mankomunitateak kalera atera nahi du prebentzio-mezuekin eta errefusaren zatia murriztearekin. Adibide praktikoak jarri nahi ditu erosketan erositako hondakin-kopuruari buruz. Horiek, ondoren, etxean kudeatu behar dira.

2.- Helburuak

- Kontsumoa murriztu eta hondakin gutxiago sortu behar dela azpimarratzea.
- Lorategiko auto-konpostatzea eta bermikonpostatzea aurkeztea hondakinak ekoizteko orduan murrizteko bi hautabide bezala.
- Hondakinen azkeneko gidaren arrakasta aprobeztatzea kalera ateratzeko.
- Hondakinen sorrera zentzugabeen eta saihets daitezkeen adibideak eguneratzea.
- Ondoren kudeatu behar dugun zaborra ez erostearen ideia zabaltzea.

3.- Hartzaileak

Herritarrak, orokorrean, kanpainaren jende objektiboaren artean kokatzen dira, aurreko kasuetan bezala eta San Markoseko Mankomunitatea osatzen duten udalerrietako biztanleak izango dira. Proposamenak hondakinen sorreran etxeetan izandako prebentzioaren ikuspuntuari erantzun beharko dio eta gaur egun gure gizartean dagoen etxeen tipologia anitza kontuan hartuko da.

4.- Kanpaina garatzeko lan-metodologia

Kanpoko ingurunea informazio-bitarteko estrategiko bihurtu da eta kultura anglosaxoian '*out of home advertising*' esaten zaio, hau da, etxean publizitatea saihesteko modua kalean egonda. Hala, komunikazio-ekintzari eraginkortasuna, nabarmentasuna eta errentagarritasuna eransten zaizkio. Proposamenak hori kontuan hartu beharko du eta gidaren mezu eguneratuak kalean egongo dira enpresa esleipendunak planteatzen duen sentsibilizazio-ekintzatik abiatuta.

Proposamenak bide azkarrak, zehatzak eta eraginkorrak erabili beharko ditu transmititu nahi den mezua berehala asimilatzen laguntzeko. Sentsibilizazio-ekintzaren garapena, egutegia eta proposamenarekin batera datozen diseinuak kanpainari atxikitako San Markoseko Mankomunitateko langileek onartu beharko dituzte eta kronograman sartu beharko da aldaketak edota zuzenketak sartzeko denbora-aurreikuspenak planteatutako ekintzei dagokienez.

5.-Kanpainaren garapena

Kanpaina, oso-osorik ez bada ere, enpresa esleipendunak planteatzen dituen ekintzetan San Markoseko Mankomunitatea osatzen duten udalerrri guztietara iritsiko da. Kalean gutxienez hilabete iraun beharko du, berriz kontuan hartuta planteatutako ekintzen multzoa. Enpresa esleipendunak eskainitako ekintzak egiteko gastu guztiak kontuan hartuko ditu. Halaber, beharrezkoa izanez gero, espazioak eskatu edota