



**Izvještaj o radu kampanje
„Ne budi loš, koristi koš“ -
2024/2025.**

Sastavila: Željka Golob, Siječanj, 2026.

1. UVOD

Kampanja „Ne budi loš, koristi koš“ predstavlja ekološku inicijativu koja djeluje na području Grada Zaprešića i okolnih.

Cilj kampanje je podizanje svijesti o pravilnom odvajanju otpada, poticanje održivih navika i stvaranje kulture odgovornog ponašanja prema okolišu.

Ovaj projekt ne samo da podiže ekološku svijest, već i aktivno radi na stvaranju pozitivnih promjena u zajednici. Kroz suradnju s lokalnim stanovništvom i raznim organizacijama, kampanja teži ostaviti dugotrajan utjecaj i osigurati čišću i zdraviju budućnost za sve nas.

Sama kampanja pokrenuta je na početku 2024. godine u Brdovcu, ali je aktivno počela s provedbom nakon što su se kampanji, na inicijativu voditeljice kampanje Željke Golob, pridružile dolje navedene jedinice lokalne samouprave te nakon što je оформljena radna skupina.

2. PARTNERI I ORGANIZACIJA

Nositelj kampanje je komunalno poduzeće Zaprešić d.o.o.

Glavnu radnu skupinu kampanje čine voditeljica kampanje Željka Golob te članovi Danijel Dropuljić, Petra Nikić, Ana Matijević, Mario Galic, Vlatko Škrilin, Domagoj Eršek, Damir Filipčić te Nina Bionda.

Partneri uključuju Grad Zaprešić, općine: Brdovec, Dubravica, Marija Gorica, Luka, Pušća i Bistra te tvrtke Frula d.o.o., Inspiria i NovaVibe consulting & PR.



3. KLJUČNE AKTIVNOSTI KAMPANJE

3.1. Izrada vizuala kampanje

Osnovni vizual i logotip same kampanje izradila je tvrtka 3-4-SAD d.o.o., a logotip predstavlja upravo sam cilj kampanje - koš za otpad koji čuva prirodu.

Vizualni identitet kampanje nije promijenjen od samog početka, a danas slobodno možemo reći kako je iznimno prepoznatljiv upravo zbog svoje jednostavnosti, ali i postignute vidljivosti kroz brojne aktivnosti koje je sama kampanja provela.

Dodatne materijale i dizajn istih izradila je tvrtka Inspiria i dizajner Mario Galic.

3.2. Radni materijal

U sklopu same kampanje izrađeno je nekoliko osnovnih radnih materijala koji su podijeljeni svim kućanstvima na području jedinica lokalne samouprave koje sudjeluju u samoj kampanji.

Prije svega, ovdje govorimo o brošuri *Prva pomoć u recikliranju* koja je za prvotni cilj imala na vizualno zanimljiv i uključiv način predstaviti samu kampanju, ali i naučiti ljude kamo se koji otpad razvrstava. Upravo polazeći od zadnjeg cilja, brošura je nazvana prva pomoć u recikliranju jer je formatom namijenjena da je osobe drže u svojim kuhinjama ili reciklažnim stanicama te kada ne znaju točno kamo nešto odložiti, slobodno tu informaciju mogu pronaći u našoj brošuri.

Sastavni dijelovi brošure su poziv na radionice, informacije o simbolima na ambalaži, dio pod nazivom koji je koš onaj pravi, kazalo osnovnih ekoloških pojmova, najavu eko semafora, poziv za sudjelovanje svim poduzetnicima te dio sa servisnim informacijama.

Brošura je distribuirana u preko 16 tisuća kućanstava na području naših jedinica lokalne samouprave, a do danas je tiskana u preko 22 tisuće primjeraka.

Izrađena je brošura za pravne osobe s ciljem podizanja svijesti o potrebi razvrstavanja otpada unutar samih tvrtki, ali i upoznavanja naših poduzetnika s pravnim odnosno zakonskim obvezama u području gospodarenja otpadom.

Brošura je podijeljena na adrese preko 600 tvrtki s područja JLS. Sama brošura za pravne osobe je koncipirana na iznimno jednostavan način kako bismo što više olakšali dobivenu količinu i protok informacija, a za poduzetnike je i nekoliko puta otvoreno savjetovanje o čemu ćemo više malo kasnije.

Ostali radni materijali koji su javno dostupni su online edukacija za naše najmlađe odnosno vrtićance i škole, prezentacija o simbolima na ambalaži te prezentacija o razvrstavanju otpada.



3.3. Internetska stranica i društvene mreže

Jedan od najvažnijih koraka same kampanje bio je formiranja internetske stranice te otvaranje društvenih profila na odgovarajućim društvenim mrežama.

Internetska stranica, koja je dostupna na domeni koristi-kos.hr, osnovni je komunikacijski kanal kampanje s javnosti te se na njoj mogući pronaći sve potrebne informacije. Sastavni dijelovi su aktivnosti i novosti, o nama/projekt, vjerovali ili ne, dječji kutak s interaktivnim kvizom te korisne informacije. Stranicu je izradila tvrtka Frula d.o.o.

Što se tiče društvenim mreža, kampanja je prisutna na Facebook- u i TikTok-u na kojima, za sada, bilježimo dobre brojke, a kroz 2026. godinu krenut će se s usmjerenim djelovanjem kako bi nam finalni doseg društvenim mreža bio još značajniji. Društvene mreže vodi Nina Bionda.



Nebudioš koristikoš (Koristi koš)

96 pratitelji • 26 pratim

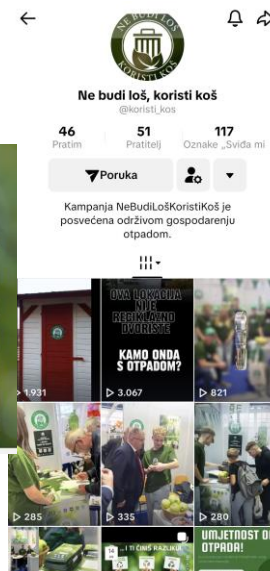
Kampanja "Ne budi loš, koristi koš" je opsežna ekološka inicijativa koja djeluje na područje Grada Zaprrešića i okolnih općina – Brodovec, Dubravica, Marija Gorica, Luka i Bistra te predstavnici Grada Zaprrešića, komunalno poduzeće Zaprrešić d.o.o. i TV Zapad

Pratim Poruka

Objave Informacije Više

Pojednosti

Stranica • Organizacija za očuvanje

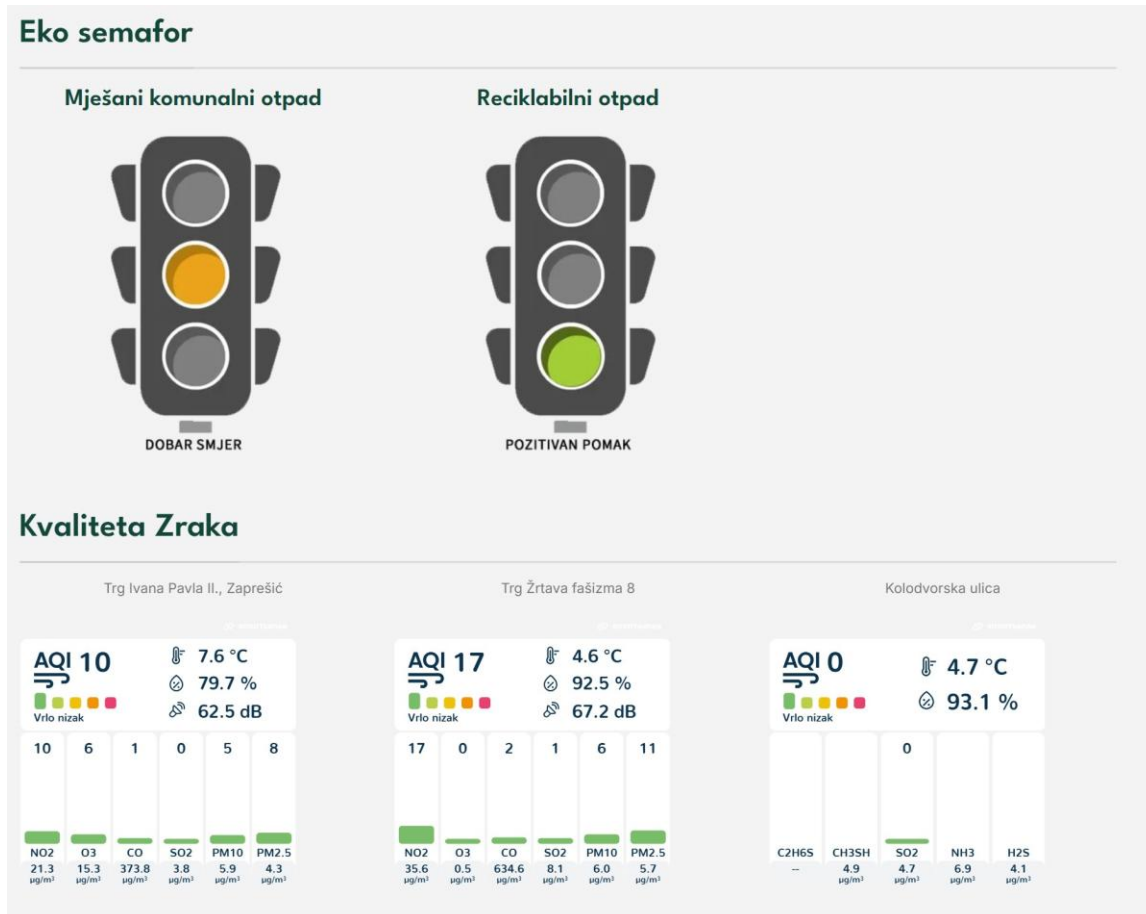


3.4. Eko semafor

U okviru kampanje o podizanju svijesti o gospodarenju otpadom oformili smo tzv. Zeleni (ekološki) semafor koji omogućava praćenje rezultata kampanje u stvarnom vremenu.



Ekološki semafor možete pratiti na koristi-kos.hr, a sadrži redovno ažurirane podatke i to: podatke o udjelu proizvedenog otpada po stanovniku, stopu odvajanja otpada, stopu recikliranja otpada i podatke o kvaliteti zraka (s meteoroloških postaja sa šireg područja grada Zaprešića).



3.5. Edukacija - radionice i brošure

- Radionice u školama i vrtićima:



U svim osnovnim školama i vrtićima Grada Zaprešića i općina održane su radionice pod nazivom „Mali koraci za veliki planet“ za djecu i učenike u sklopu kampanje – edukatorice su bile Željka Golob, Ana Matijević te edukator Vlatko Škrlin.

- Edukacije za kućanstva i pravne osobe

Održane su radionice u općinama koje su uključivale teme poput oznaka na ambalaži, ponovne uporabe materijala, kružnog gospodarstva.

3.6. Eko-akcije čišćenja, manifestacije i ostale aktivnosti



U sklopu kampanje provedena je velika akcija čišćenja jezera Veliko Jezero Zajarki i okolnih područja, povodom Dana planeta Zemlje, uz sudjelovanje građana, škola i lokalnih organizacija gdje je prikupljen značajan volumen otpada. Ronioci su vadili otpad iz jezera a građani volonteri skupljali otpad na području oko jezera. Ista akcija, ponovljena je dvije godine za redom.

Također, u Gornjoj Bistra održana je akcija „Čista Bistra“ uz slogan kampanje. Kampanja je prisustvovala i manifestaciji Dani Bistre.



Kampanja je sudjelovala i na sportskoj (atletskoj) manifestaciji ŽŠĆ10 edukativnim i promotivnim aktivnostima za djecu

- **Sajmovi i panel-rasprave**



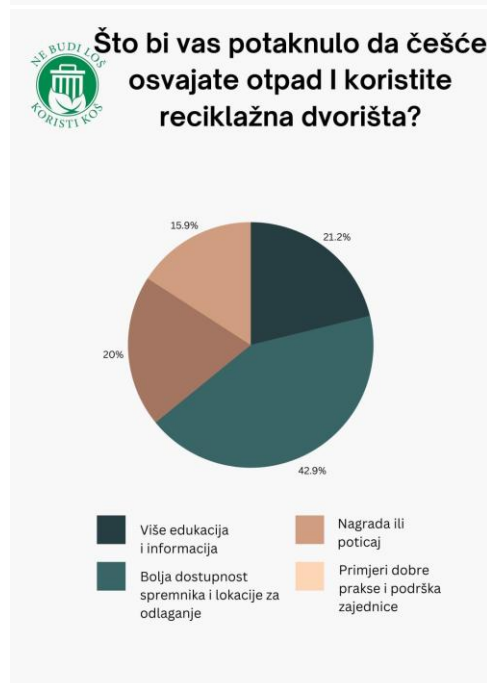
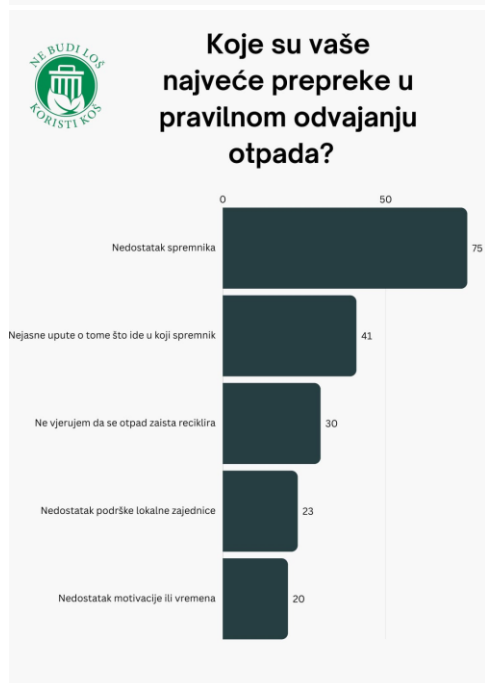
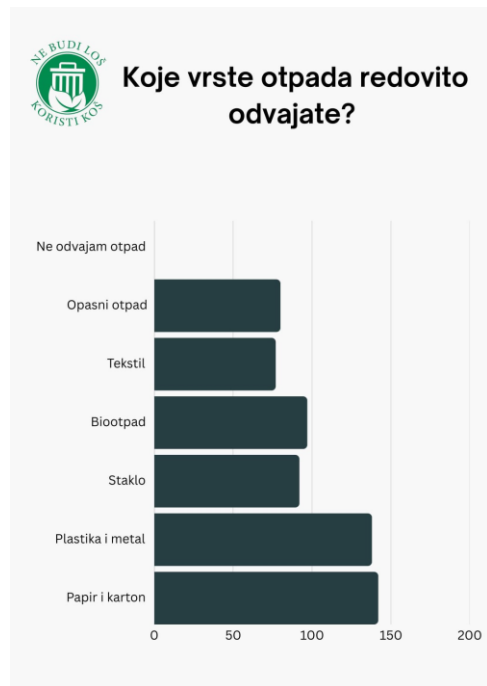
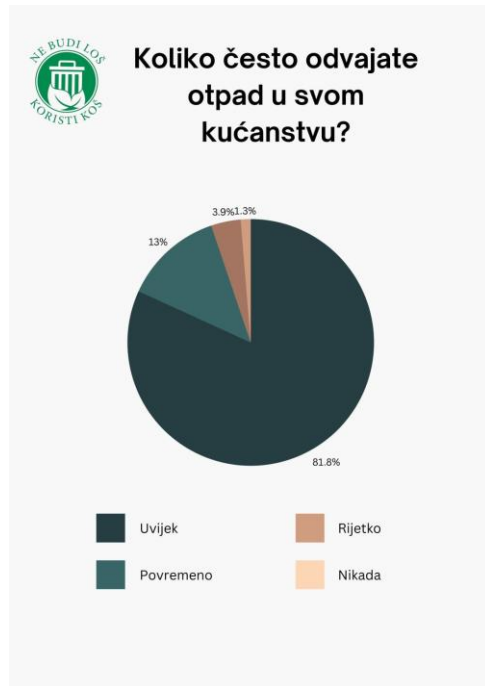
Kampanja je bila prisutna na Sajam gospodarstva u Zaprešiću 2024. i 2025. godine s nagradnom igrom: donesi 5 plastičnih vrećica → torba, 10 → majica, anketom o navikama u odvajanju otpada za građane i mještane. Također održana je panel-rasprava „Održivost kao brand – Izgradnja i promocija održivih vrijednosti u poslovanju“ te aktivnu podršku gospodarstvenicima/izlagačima kroz savjetovanje o pravilnom gospodarenju otpadom.

3.7. Istraživanje i ankete



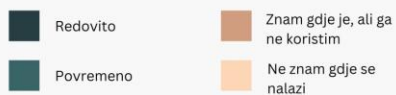
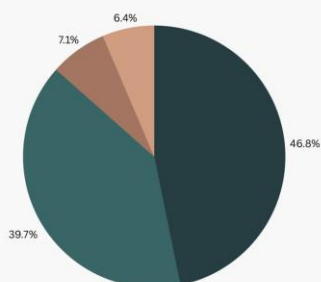
Kampanja je pokrenula online anketu o navikama građana u odvajanju otpada i korištenju reciklažnih dvorišta. Prikupljeni podaci će se koristiti za oblikovanje budućih aktivnosti.

Najveći uzorak anketiranja zaprimljen je u toku Sajma gospodarstva 2025. u Zaprešiću kojom je sama kampanja dobila najveću povratnu reakciju i, sukladno rezultatima, zapravo pozitivan zamah za provođenjem kampanje i dalje.

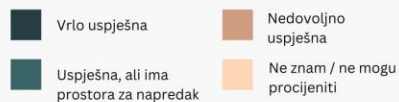
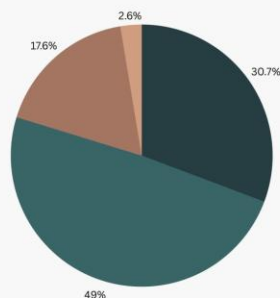




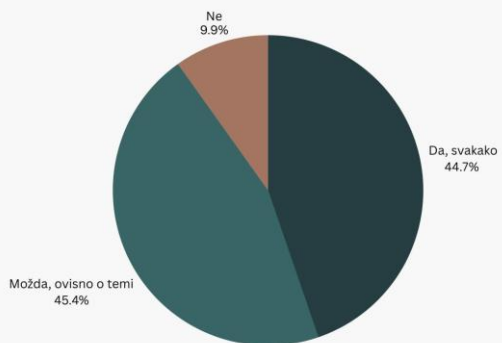
Koristite li reciklažno dvorište u svom gradu ili općini?



Koliko smatrate da je vaša zajednica (grad/općina) uspješna u gospodarenju otpadom?



Biste li bili zainteresirani za besplatne radionice, online savjetovanja ili materijale o pravilnom odvajanju otpada?



Kroz kreativne formate i angažman pratitelja, kampanja je osigurala vidljivost i utjecaj koji nadilazi broj pratitelja – fokusirajući se na stvarnu interakciju, doseg i prepoznatljivost u lokalnoj zajednici.

Podršku za društvene mreže pruža obrt NovaVibe iz Zaprešića.

Sav promotivni materijal kampanje koji je uključivao majice, platnene torbe, kape, zastave, plakate, beach-flagg-ove, brošure i ostalo dizajnirao je i realizirao obrt Inspiria iz Zaprešića.

Kampanja je također imala objave događanja i najave na ZFM radiju te na TV Zapad: emisije u sklopu „Zelene zone“ i izvještaje s događanja.

4. Zaključni učinak kampanje

Kampanje je do sada:

- Posjetila preko 1500 vrtičke djece
- Posjetila preko 800 školske djece
- Dosegnula preko 36 000 tisuća stanovnika JLS-ova
- Održala dvije velike ekološke akcije čišćenja i nekoliko manjih
- Postignula jedan od ciljeva, a to je češći odvoz reciklabilnog otpada na području svih JLS-ova
- Ostvarila suradnju s brojnim tvrtkama, medijima, zainteresiranim građanima
- Održala nekoliko radionica za odrasle osobe
- Održavala savjetovanja sa pravnim subjektima

4.1 Učinkovitost odvajanja otpada i stope recikliranja

Prema dostupnim službenim podacima i izvješćima o gospodarenju komunalnim otpadom, na području Grada Zaprešića i okolnih općina bilježi se kontinuirani rast odvojenog prikupljanja otpada. Posljednji javno dostupni podaci za Grad Zaprešić pokazuju da je stopa odvojeno prikupljenog komunalnog otpada dosegla približno **48 %**, što predstavlja značajan napredak u odnosu na ranija razdoblja.

Na nacionalnoj razini stopa odvojeno prikupljenog otpada kreće se oko **49 %**, dok stopa recikliranja iznosi približno **37 %**, što potvrđuje da se rezultati na području provedbe kampanje kreću u skladu s nacionalnim trendovima i ciljevima.

Službeni objedinjeni podaci za 2025. godinu bit će objavljeni tijekom 2026. godine. Međutim, s obzirom na kontinuirano unaprijeđenje sustava prikupljanja otpada, povećanu učestalost odvoza reciklabilnih frakcija te provedene edukativne aktivnosti, procjenjuje se da stopa odvajanja otpada za 2025. godinu doseže ili prelazi **50 %**, čime se lokalna zajednica dodatno približava nacionalnim i europskim ciljevima kružnog gospodarstva.

Pozitivnim pomacima pridonose razvoj komunalne infrastrukture, dostupnost reciklažnih dvorišta, kontinuirano informiranje građana te edukativne aktivnosti provedene u okviru kampanje. Daljnje povećanje stope recikliranja zahtijeva nastavak edukacije, transparentnu komunikaciju o sustavu gospodarenja otpadom i aktivno uključivanje građana.

5. Zaključak i plan za 2026 godinu

Kampanja „Ne budi loš, koristi koš“ tijekom razdoblja 2024. – 2025. uspješno je uspostavila prepoznatljiv sustav informiranja i edukacije građana o pravilnom odvajanju otpada i odgovornom odnosu prema okolišu. Provedene aktivnosti uključile su djecu, građane, obrazovne ustanove, poslovni sektor i lokalne zajednice te značajno doprinijele jačanju ekološke svijesti i vidljivosti održivih praksi. Kontinuirana suradnja komunalnog poduzeća Zaprešić d.o.o., jedinica lokalne samouprave i partnerskih organizacija pokazala se ključnom za postizanje rezultata, unaprjeđenje sustava gospodarenja otpadom i jačanje povjerenja građana. Ostvareni pomaci u odvajanju otpada, rast interesa zajednice i prepoznatljivost kampanje potvrđuju opravdanost njezina nastavka i daljnjeg razvoja. U narednom razdoblju naglasak će biti na promjeni ponašanja građana, transparentnosti sustava te dugoročnom jačanju održivih navika, s ciljem postizanja viših standarda zaštite okoliša i kvalitete života u lokalnoj zajednici.

Detaljan Plan aktivnosti kampanje za 2026. godinu izrađen je kao zaseban dokument koji definira daljnje korake i prioritete provedbe.