



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

NAUJIENLAIŠKIS - 2022 SAUSIS

ŽIEDINĖ EKONOMIKA PROFESINIO MOKYMO KONTEKSTE: CIRCLE

Projekto numeris 2019-1-LT01-KA202-060517

Erasmus+ programos projektas



Matt Seymour nuotrauka: Unsplash

Kaip jau rašėme ankstesniuose naujienlaiškiuose, nuo 2019 m. rugsėjo mėn. dirbame kurdami ir testuodami mokomąją medžiagą, skirtą profesinių mokyklų mokinių supažindinimui su žiedine ekonomika.

2022 m. gegužės mėn., pasibaigus projektui, profesinės mokyklos galės naudotis bendra ir 4 sektoriams (turizmui, transportui ir logistikai, žemės ūkiui bei statybai) parengta metodine medžiaga. Ateinančiais mėnesiais pristatysime Jums projekto metu sukurtą medžiagą, supažindinsime su įžvalgomis, mūsų ar mūsų partnerių patirtimi, internete rastais įdomiais faktais, žiedinės ekonomikos tema.



Projekto partneriai

Profesinė mokykla
Panevežio darbo rinkos mokymo
centras

Komunikacijos agentūra
Bluebook srl, Italija

Kalbų mokykla
Lawton School S.L., Ispanija

Prekybos, pramonės ir amatų rūmai
Chamber of Commerce of Tarsus,
Turkija

Universitetas
Glasgow Caledonian University,
Škotija

Žingsnis

1

Kas yra žiedinė ekonomika?

Ellen MacArthur fondo apibrėžimas teigia, kad žiedinė ekonomika remiasi atliekų ir taršos pašalinimu, produktų ir medžiagų naudojimo priežiūros bei natūralių sistemų atkūrimo principais.

Peržiūrėkite šiuos vaizdo įrašus ir susipažinkite su trimis pagrindinėmis sąvokomis: [„Ši be atliekų pakuotė pagaminta iš jūros dumblių“](#), ["Ar tai pasaulinių maisto sistemų ateitis?"](#) ir keletas [pavyzdžių](#) (anglų kalba, galima įjungti automatinius lietuviškus subtitrus).

Pradėkite nuo žinių apie žiedinę ekonomiką pasitikrinimo pasinaudodami mūsų parengta [priemone](#)...

GfK ATASKAITA "ŽALIOJI VARTOTOJŲ EUROPA"



Ataskaita atskleidžia keletą teigiamų tendencijų, rodančių, kad vartotojų susidomėjimas tvarumu labai išaugo.

Jei ši tendencija išliks, iki 2025 m. daugiau nei 40% vartotojų pakeis savo pirkimo elgseną, siekdami labiau įsitraukti į žaliają revoliuciją, o tokio nuotaikų pasikeitimo ignoravimas gali pakenkti verslo rezultatams. Ankstesnėse GfK „Žaliojo vartotojo“ ataskaitose buvo pažymėta, kad anksčiau vartotojų susidomėjimas aplinką tausojančiu elgesiu daugiausia buvo susijęs su plastiko atliekų mažinimu. Dabar susidomėjimas išsiplėtė ir kitas sritis. Vartotojai vis labiau suvokia gyvenimo būdo poveikį aplinkai ir renkasi pirkti iš vietinių pardavėjų, ieško kaip sumažinti CO2 pėdsaką, atidžiau skaito etiketes norėdami sužinoti pakuotė yra pagaminta iš perdirbtų medžiagų.

**...ir sužinokite daugiau
CIRCLE bendrojoje
mokymo medžiagoje.**

GfK tyrimai rodo, kad du iš dešimties žmonių mano, kad individualūs asmenys gali padaryti didžiausią pokytį „kontroliuodami ir ribodami žmonių daromą žalą aplinkai“, o keturi iš dešimties mano, kad tokią galią turi gamintojai. Tai rodo, kaip svarbu žiedinius verslo modelius taikantiems prekių ženklams bendradarbiauti su savo vartotojais, siekiant sumažinti paliekamą kolektyvinį ekologinį pėdsaką. Efektyvus žingsnis to link galėtų būti paprasta ir nuosekli informacija apie tai, kaip verslas įsilieja į žiedinę ekonomiką ir kokį neutralų poveikį aplinkai galima pasiekti kartu su klientais.



Kitas naujienlaiškis –
2022 vasarį

**Sužinokite
daugiau apie tai
čia (anglų kalba)**

**KITAS
NAUJENLAIŠKIS –
JAU NETRUKUS!**