



Потребата за Обуки за зелени
компетенции и претприемништво за
Европската млада рурална популација



Co-funded by
the European Union

1. ВОВЕД.....	3
2. ЦЕЛИ НА ПРОЕКТОТ	4
3. МЕТОДОЛОГИЈА.....	4
4. СОДРЖИНА НА УМЕТНОСТ	5
4.1. Зелени работи во Европа, потекло и дефиниција	5
4.2. МОЖНОСТИ ЗА ЗЕЛЕНО ПРЕТПРИЕМНИШТВО МЕЃУ МЛАДИТЕ ВО ЕВРОПА И ВО РУРАЛНИТЕ СРЕДИНИ	6
4.3. Потребата за обука за зелени работни места и претприемништво.....	9
5. РЕЗУЛТАТИ	12
5.1.Зелени сектори за вработување и можности за обука	12
5.1.1. ИДЕНТИФИКУВАНИ ЗЕЛЕНИ ОБЛАСТИ ЗА РАБОТА ВО ОДНОС НА КЛИМАТА И НАМАЛУВАЊЕ НА РИЗИК ОД КЛИМАТСКИТЕ ПРОМЕНИ.....	13
5.1.2. ЗЕЛЕНИ МОЖНОСТИ ЗА ВРАБОТУВАЊЕ ДЕТЕКТИРАНИ ВО ОБЛАСТА НА БИОДИВЕРЗИТЕТОТ	14
5.1.3. ТРАНСВЕРЗАЛНИ ЗЕЛЕНИ МОЖНОСТИ ЗА ВРАБОТУВАЊЕ	15
5.1.4. ПОНУДИ ЗА ОБУКА ЗА ПРИСТАП ДО МОЖНОСТИ ЗА ВРАБОТУВАЊЕ И ЗЕЛЕНО ПРЕТПРИЕМНИШТВО	16
5.2. ДОБРИ ПРЕТПРИЕМНИЧКИ ПРАКТИКИ	17
5.3. ПОТРЕБИ ОД ОБУКА И ЗЕЛЕНИ МОЖНОСТИ ЗА МЛАДИТЕ ОД РУРАЛНИ СРЕДИНИ.....	18
5.3.1. ПОТРЕБИ ЗА ОБУКА НА МЛАДИ ЛУЃЕ КОИ ЖИВЕАТ ВО РУРАЛНИ СРЕДИНИ ЗА СТЕКНУВАЊЕ ЗЕЛЕНИ И ПРЕТПРИЕМАЧКИ ВЕШТИНИ.....	18
6. ЗАКЛУЧОК	38
7. ПРЕПОРАКИ ЗА ЗАДОВОЛУВАЊЕ НА ПОТРЕБИТЕ ЗА ОБУКА НА МЛАДИТЕ РУРАЛНИ ЛУЃЕ	39
АНЕКС I: ОБУКА ЗА ЗЕЛЕНО ПРЕТПРИЕМНИШТВО И ЗЕЛЕНИ РАБОТНИ ПОЗИЦИИ	49
АНЕКС II: ИДЕНТИФИКУВАНИ ДОБРИ ПРАКТИКИ НА ЗЕЛЕНИ ПРЕТПРИЕМНИШТВА.....	51

GREEN UP YOURSELF
Erasmus+ Project:
2022-2-ES02-KA220-YOU-000096446



The project Green Up Yourself is co-funded by the Erasmus+ programme of the European Union. The content of this presentation is the sole responsibility of the partnership and neither the European Commission nor the Spanish National Agency (ANE) is responsible for any use that may be made of the information contained therein.



This work © 2024 by GREEN UP YOURSELF Project
(2022-2-ES02-KA220-YOU-000096446) is licensed
under CC BY-NC-SA 4.0.
To view a copy of this license, visit
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

1. ВОВЕД

Проектот Green Up Yourself е дел од програмата „Еразмус +“. Неговата главна цел е **да го промовира претприемништвото и вработливоста на младите кои живеат во руралните области во Европската унија (ЕУ).**

Проектот има за цел да развие програма за обука дизајнирана да ја промовира вработливоста на младите луѓе од руралните средини на зелени работни места и претприемништво, врз основа на резултатите од опсежните истражувања, кои се претставени во овој извештај.

Затоа, целта на оваа студија е да се идентификуваат потребите за обука во однос на компетенциите опишани во рамките на Европските Зелени Компетенции (GreenComp) и Претприемништвото (EntreComp) кај младото рурално население, да се соберат најдобри практики за зелено претприемништво и да се идентификува зелените сектори за вработување во секоја од земјите учеснички.

Проектот предводен од Шпанија преку Fundación Santa María la Real (FSMLR) има учество на пет ентитети дистрибуирани во различни земји-членки на ЕУ, кои се: Кипар (CARDET), Словенија (STEP), Грција (iED), Италија (CIAPE), Северна Македонија (ЛАГ), земји во кои е спроведено ова истражување и чии субјекти биле вклучени во собирањето на добиените информации.

Овој документ ги собира целите на проектот во вториот дел, проследено со користената методологија, која е детално опишана во третиот дел; четвртиот дел ги прикажува најсовремените состојби за младинско и рурално зелено вработување и претприемништво и постоечките потреби за обука; петтиот дел ги одразува добиените резултати, поделени во три дела; Шестиот дел завршува со главните наоди од истражувањето и на крајот во последниот дел се претставени препораките што треба да се земат предвид за изработка на програмата за обука.

2. ЦЕЛИ НА ПРОЕКТОТ

Општата цел на проектот Green Up Yourself е „Да се поттикне претприемништвото и вработливоста на младите луѓе кои живеат во руралните средини во Европската унија преку обука за зелени и претприемачки вештини, како и преку промоција на зелено претприемништво“.

Конкретно, овој извештај има за цел да одговори на **Специфичната цел 1**, која се состои од **„Идентификување на потреби за обука, зелени сектори за вработување и добри практики поврзани со зелено вработување во Европската унија“** со цел да се развие модул за обука наменет за младите луѓе кои живеат во руралните области и да се промовира нивната вработливост и зелено претприемништво во ЕУ.

Оваа програма за обука ќе се базира на истражувањето презентирano овде, кое вклучува ажурирана „Состојба на уметност“ за зелените работни места и претприемништвото во шесте земји-членки на ЕУ-учеснички. Исто така, ќе помогне да се одредат содржините кои треба да ги обликуваат единиците за учење на програмата за обука и ќе ги потенцираат иновативните иницијативи поврзани со зелените работни места и претприемништвото.

3. МЕТОДОЛОГИЈА

За да се постигне оваа цел, користена е **мешана методологија**, која се состои од неколку техники кои комбинираат преглед на секундарни извори и квантитативни и квалитативни методи, кои се поделени во следните фази:

1. Преглед на секундарни извори:

Прво, беше спроведена прелиминарна студија за тековната состојба на зеленото вработување во Европа и претприемничките карактеристики на земјите-партнери на проектот и, на крајот, беше направен преглед на литературата на можностите што ги нуди младото, зеленото и руралното претприемништво. Разгледани се вкупно **83 библиографски референци**. Второ, по овој преглед, **беа идентификувани новите зелени сектори за вработување и можна обука за пристап до нив, кои подоцна беа дополнети со информациите добиени од интервјуата.**

1. Збир на добри практики:

Ентитетите учеснички на проектот собраа 68 добри практики на зелени бизниси, меѓу кои и иницијативи промовирани од млади луѓе и/или имплементирани во рурални средини беа земени во предвид.

2. Квантитативна аналитичка фаза:

Откако беше анализиран контекстот на вработување млади од рурални средини и зелено претприемништво во шесте земји-членки на ЕУ кои учествуваат во проектот, беа имплементирани квантитативните техники, спроведени вкупно 4 анкети за различни профили и достигнаа вкупно 430 учесници: 322 млади од

рурални средини, 14 компании кои припаѓаат на зелениот сектор, 71 професионалци кои работат со млади и рурално население и 23 професионалци од јавната администрација и третиот сектор.

3. Квалитативна аналитичка фаза:

Четврто, со цел да се продлабочат претходно собраните информации, спроведени се 32 интервјуа: 12 со младиод рурални средини; 11 со професионалци кои работат со млади од рурални средини или со интерес за работа во рурални средини; и 9 со зелени компании чиито главни активности се поврзани со грижата за планетата.

4. Финална анализа:

Финално, добиените информации преку различни истражувачки методологии беа триаголирани со цел да се репродуцира оваа анализа во делот со резултати. И овој извештај е подготвен, завршувајќи со сет препораки што треба да се следат за развој на последователниот модул за обука.

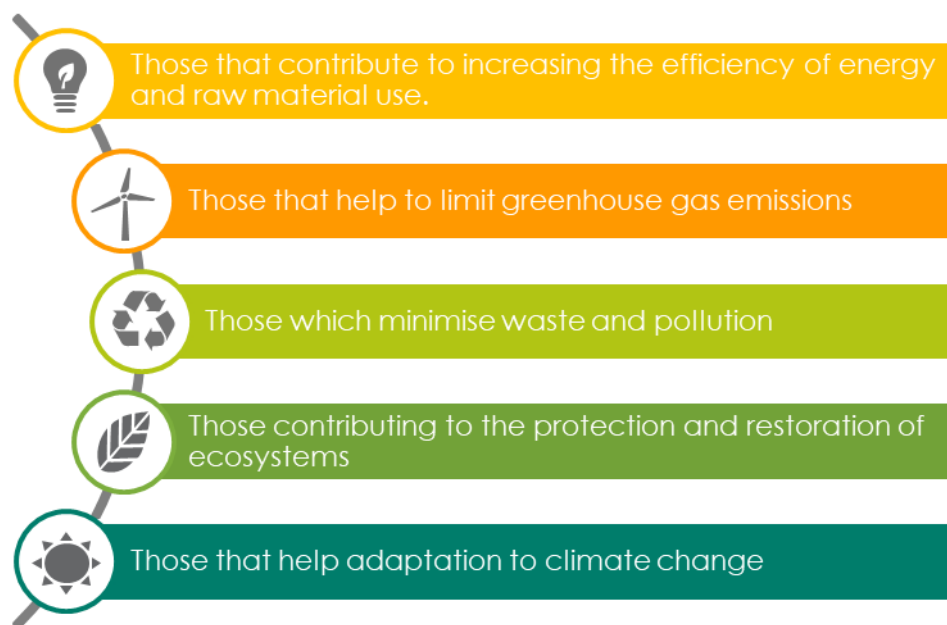
4. СОДРЖИНА НА УМЕТНОСТ

4.1. Зелени работи во Европа, потекло и дефиниција

Засилените ефекти од климатските промени на глобалното ниво беа промовирани на политичките заложби посветени на зачувување на биодиверзитетот и запирање на уништувањето на животната средина. Во 2015 година, Парискиот договор беше усвоен на меѓународно ниво, договор за запирање и поставеност на глобалната просечна температура (Обединети нации, 2015), **оттогаш, факторите на бројот на емисиите на стаклени гасови (GHG) станаа приоритет за Европа**, каде што се прават различни различни директиви и регулативи со енергетската администрација кон употреба на обновливи извори на енергија, **обврзување да се постигне климатска неутралност до 2050 година** (Европска комисија, 2019).

Овој контекст, во текот на последните две децении, поттикна **појава на нови работни места фокусирани на постигнување и придонес кон поодржлив развој**, популарно познати како „**зелени работни места**“. Во моментот, не постои унифицирана дефиниција за тоа што се смета за зелена работа, но постои унифицирана дефиниција за вклучените активности. Институциите како што се Меѓународната организација на трудот (МОТ) и Програмата за животна средина на Обединетите нации (UNEP) ги идентификуваат зелените работни места како оние кои придонесуваат за постигнување одржлив развој, односно оние „пристојни работни места кои **придонесуваат за зачувување и обновување на животната средина**“ (МОТ, 2016 година: 1). Овие работни места може да се лоцираат или во традиционални сектори, како што се производството или градежништвото, или во новите и новите сектори, како што се обновливите извори на енергија и енергетската ефикасност (UNEP, 2008). Затоа, **во контекст на овој проект, зелени работни места се сметаат сите оние, без оглед на секторот во кој се наоѓаат, кои овозможуваат извршување на една или повеќе од активностите предвидени со МОТ (2016) прикажани на слика 1:**

Фигура 1. Листа на зелени работни места



Извор: сопствен елаборат

Интернационално, десетици милиони зелени работни места се создадени и се очекува да се создаде (UNEP, 2011), потенцијално да се создаде 24 милиони работни места до 2030 година на глобално ниво (MOT, 2018). Еропски Зелен Договор (Европска комисија, 2019) утврдува дека транзицијата кон нова декарбонизирана економија мора да биде фер, особено за оние групи кои се негативно погодени од транзицијата кон нова економија без јаглерод, и оние кои се возила во поранливите географски области, како (MOT, 2018).

4.2. МОЖНОСТИ ЗА ЗЕЛЕНО ПРЕТПРИЕМНИШТВО МЕЃУ МЛАДИТЕ ВО ЕВРОПА И ВО РУРАЛНИТЕ СРЕДИНИ

4.2.1. Претприемни меѓу младите во Европа

Според Глобалниот монитор за претприемништво (GEM), глобалниот мониторинг за претприемништво, претприемништвото за состојбата на идните услови, се и условите кои се однесуваат на процесот во кој едно лице станува сопственик, косопственик или основач на еден или повеќе бизниси кои опстојуваат во периодот помеѓу 0 и 42 месеци (3 се директно извадени од официјаните регистри на компании ,5 години) (GEM, 2023a). **Така, зеленото претприемништво се дефинира како основа на бизнис посветен на зачувување и/или обновување на животната средина.** Претприемничките профили се многу разновидни и се однесуваат на оние луѓе кои се во почетната фаза на консолидирање на компанијата (Díaz-Catalán и Díaz-Chorne, 2016).

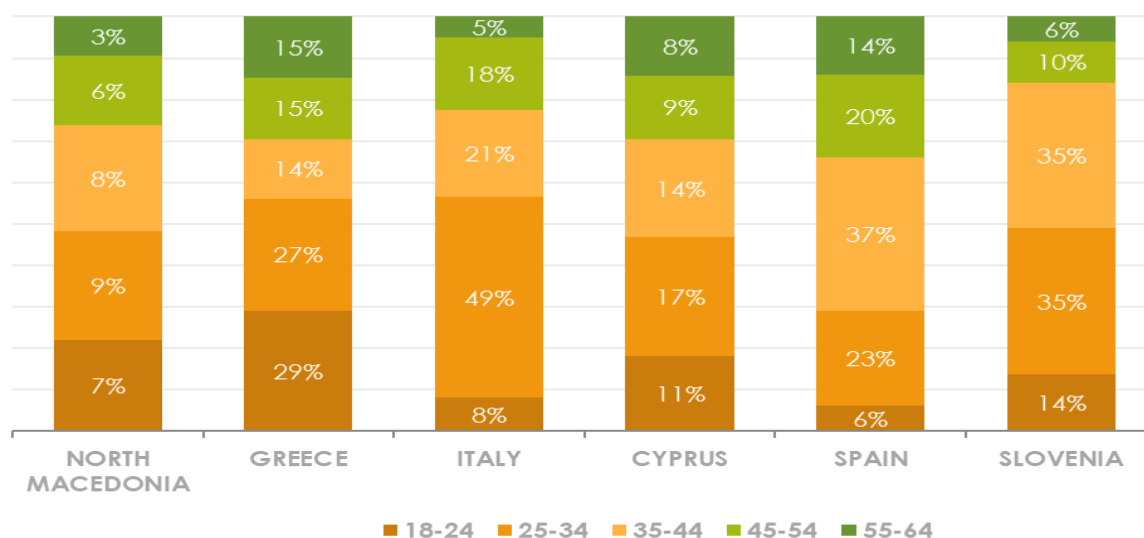
Според GEM, **иницијатива за селекција при вработување е поврзана со фактори поврзани со карактеристиките на поединецот, од една страна и со поволните услови што ги нуди околината, од другата** (GEM, 2023b), а ќе зависи од тоа на претприемничките партнери од владата дека оваа активност ќе има помал или поголем развој (González-Morales et al., 2020). Во однос на карактеристиките на поединецот, профилот на млади претприемачи се појавуваат со одреден ентузијазам и познавања

на новите трендови и технологии, иако немаат повеќе информации и искуства во светот на бизнисот (GEM, 2023a); нивната мотивација е повеќе поврзана со нефинансиски причини, како што за независност, самореализација, корисност и вредност (Сото-Симеоне и Каутонен, 2020).

Во однос на контекстот, во Европа различните нивоа на активности за промовирање на претприемништвото мотивирани од **стратегијата „Европска 2020 година“** (Европска комисија, 2010 година) која, во соработка со Организацијата за економска соработка и развој (ОЕЦД), вклучува нивоа на финансирање за трговија и бизниси, и помага на Европската унија за да ги избере своите политики и мерки за поддршка на претприемништвото. **Микрофинансирањето е еден од главните инструменти за поддршка на создавањето на бизниси, особено за млади и жени.**

Сепак, постојат разлики во активностите на претприемачите, **особено во еврозоната (Serrasqueiro et al., 2018; González-Morales et al., 2020).** Според последните извештаи од GEM, младите од 18-35 години имаат поголема веројатност да започнат нов бизнис, со повисока претприемничка активност во рана фаза (TEA) во споредба со лицата во возраст од 35-64 години во 37 од 49 еврозонски земји. **Некои земји со помала претприемничка активност во рана фаза ги вклучуваат Северна Македонија, Грција, Италија, Кипар, Шпанија и Словенија (GEM, 2023a).**

Графикон 1. Процентот на претприемни („TEA“) по старосна група во кампања на проектот are sourced directly or indirectly from official company registries.



Извор : Собствена елаборација заснована на национални GEM извештаи за Шпанија (OEE, 2023), Италија (FAM, 2020), Словенија (Ширец, К. и Црногај, 2023), Грција (Yiotopoulos et al., 2019), Кипар (Polyviou et al. ал., 2021) и Северна Македонија (GEM, 2014). Овој графикон е направен со користење на најсовремените расположливи податоци според возраста за вкупната претприемничка активност (TEA) во рана фаза достапни за секоја земја. Во случаите на Грција, Италија, Шпанија и Словенија, TEA е пресметана врз основа на вкупниот број на претприемачи. Во случаите на Кипар и Северна Македонија, TEA е пресметана во однос на вкупното население од различни возрастни групи.

Општо, во развиените региони, **претприемништвото се смета за водечка сила, додека развојот на претприемништво е особено изразен кај младите луѓе** (GEM, 2019). Сепак, новите истражувања покажуваат дека постојат значителни разлики меѓу различните земји. На пример, во **Грција** се утврдува највисокото ниво на претприемништво меѓу најмладата популација (возраст од 18-24 години), додека младите студенти (возраст од 25-34 години) доминираат во **Италија** (49%), **Кипар** (17%), **Северна Македонија** (9%) и **Словенија** (35%). Најголема распространетост на постари претприемачи (во возраст од 35-44 години) се забележува во **Словенија** (35%) и **Шпанија** (37%). Овие разлики говорат за различни динамики и предизвици во различните земји во врска со учеството и влијанието на различните возрастни групи врз претприемништвото.

Во **Грција**, се забележува зголемено ниво на претприемништво во рана фаза меѓу помладата популација, што **веројатно е мотивирано од високата стапка на невработеност меѓу младите во земјата**. Сепак, оваа ситуација може да биде ризична, и тоа поради можни негативни последици. Раното претприемништво може да предизвика ризик од неуспех поради ограниченото искуство и обука на претприемачите, и покрај страста и ентузијазмот поврзани со младоста (Yiotopoulos et al., 2019). Во случајот на **Италија**, претприемничката активност е присутна и меѓу постарите и меѓу потенцијалните групи, како што покажуваат најновите податоци за 2019 година. **Ова може да биде резултат на ограничени можности за стекнување на работно искуство меѓу младите и доцниот пристап до работата, што се смета за фактори што допринесуваат кон нискиот степен на претприемништво меѓу младите луѓе** (FAM, 2020).

Промените во **Кипар и Северна Македонија** одразуваат интересот на младите за претприемништво во раните фази на нивните кариери (GEM, 2014; Polyviou et al., 2021). Овие забелешки укажуваат на динамиките и различните фактори што влијаат на претприемништвото во различните региони и земји.

Во случајот на **Словенија**, иако населението старее, луѓето на возраст меѓу 25 и 44 години покажуваат веројатност да бидат претприемачи (Širec, K. и Crnogaj, 2023). Слично, и **Шпанија** прикажува слични динамики, каде што членовите на најдоминантната возрастна група се претприемачи во возраста од 35 до 44 години, со значителна разлика во годините. **Младата популација во Словенија, слично како и во Шпанија, доминира во бизнисите поврзани со средно-високи технолошки нивоа, притоа предводени од младите мажи** (OEE, 2023).

Што се однесува до родовите разлики, податоците покажуваат **дека генерално, мажите се почесто претприемачи, со пропорција од секои 7 мажи на 4 жени**, според најновите податоци од 2022 година (GEM, 2023a). Ова открива некои од родовите разлики во претприемништвото, каде што мажите имаат поголема веројатност да се вклучат во претприемнички активности.

4.2.2. Младите и Зелено Претприемништво во рурални средини, извори на информации директно или индиректно од официјални регистри на фирми

Од објавувањето на Зелената книга во 2003 година и Европската програма за претприемништво во 2004 година, важноста на **поттикнувањето на претприемништвото е истакната како придонес за руралниот развој и за постигнување одржлив и инклузивен раст**, двете цели на стратегијата Европа 2020 (Европска комисија, 2010).

Поради оваа причина, **промоцијата на руралното претприемништво и создавањето нови зелени бизниси се во коренот на оваа стратегија**, која вклучува специфична поддршка за оваа цел во рамките на програмите за рурален развој, кофинансирани од Европскиот земјоделски фонд за рурален развој. (ЕАФРД) (ЕУ, 2013).

Сепак, **условите за рурално претприемништво не беа поволни поради стареењето на населението и зголемената конкурентност како резултат на глобализацијата** (ЕУ, 2012), што доведе до пад на вработеноста и приходите во земјоделството. Во 2007 година, 82% од вработеноста во европските рурални области беше во неземјоделски сектори, а 35% од земјоделците беа ангажирани во друга дополнителна профитабилна дејност (Европска комисија, 2017 година). Оваа ситуација ја охрабри имплементацијата на конкретни политички мерки од страна на земјите-членки на ЕУ за промовирање на иновациите во почетните агробизниси, особено (ЕУ, 2012), додека се обидува да се поттикне и претприемништвото кај младите (Европска комисија, 2010).

За жал, доминантниот контекст на депопулација на руралните области во Европа (Европска комисија, 2021), значи дека **претприемачите од рурални средини се соочуваат со посебни предизвици како што се пристапноста, опаѓање на населението или социо-економската структура** (ЕУ, 2012), **што претставува уште посложена сценарио за млади рурални претприемачи.** Сè помалку млади земјоделци се заинтересирани за продолжување на семејната земјоделска традиција и се зголемуваат бариерите за влез на нови млади заинтересирани за овој сектор, како што се потешкотиите во пристапот до земјиште, кредитите и ниските стапки на поврат за земјоделските претпријатија (ЕУ, 2012).

За среќа **порастот на диверзификацијата на руралните економии и зелените бизниси ги фаворизираат можностите за претприемништво во руралните области.** Со можноста заработење од одма, се повеќе млади луѓе размислуваат да се вратат во руралните средини и да започнат бизнис во овие средини, а земјоделско-прехранбеното и туристичкото претприемништво се најпопуларни, особено во случајот со Шпанија (УРТА, 2020). Од друга страна, европските фондови насочени кон руралниот развој (ЕАФРД) го охрабруваат создавањето на нови економски активности и диверзификацијата на неземјоделските активности, со акцент на олеснување на интеграцијата на младите луѓе и жените во руралните области, промовирајќи го нивниот претприемачки дух додека во исто време одржливо управување со ресурсите (ЕУ, 2013).

Во овој контекст, се формира сценарио каде, и покрај предизвиците кои се поврзани со руралната средина, глобалните предизвици како безбедноста на храната, зачувувањето на биолошката разновидност и климатските промени создаваат нови можности. Зелените вработувања и претприемништвото стануваат посебно значајни, бидејќи се врзани со клучни материјали, сировини, како и туризам и рекреативни активности (ЕУ, 2012). Овие напори се важни за поддршка на одржлив развој во руралните заедници и промоција на зелени и иновативни претприемништва.

4.3. Потребата за обука за зелени работни места и претприемништво

Декаборнизација на економијата ќе носи големи промени на пазарот на труд, поради нејзиниот влијание на целиот систем на производство (Влада на Шпанија, 2016; 2019), што ќе доведе до нови потреби за обуки (CEDEFOP, 2022), **не само повзани со создавање на бизниси, но и за изнајдување решение за поодржливо или зелено претприемништво** кое ќе придонесе за премин кон нова економија без јаглерод (Европска Комисија,

2019). Во овој контекст, Европската унија објави два модели на компетенции кои придонесуваат за постигнување кон оваа цел; рамк за компетентност за одржливост на **GreenComp** (Европска комисија, 2022a) и рамка за претприемничка компетентност **EntreComp** (Bacigalupo et al., 2016).

Рамката на GreenComp за компетенции за одржливост, позната и како зелени компетенции, е препорачана за градење капацитети околу учењето за одржливост на животната средина и се подразбира како **знаење, вештини и ставови, кои одразуваат посветеност да се преземат активности за заштита на планетата** (европски Комисија, 2022a). Оваа рамка вклучува вкупно 12 компетенции, групирани во 4 области, претставени во табелата 1 подолу:

Табела 1. Одржливи компетенции според GreenComp рамката:

Области на компетенции	Компетенција	Опис
Компетенции кои се однесуваат со вреднување на одржливост	Вреднување на одржливост	Размислување за сопствените постапки и нивното влијание
	Поддржување на правичност	Разбирање на врската меѓу еколошката и социјалната правда
	Промовирање на природа	Одрз на емпатичен став кон планетата
Компетенции поврзани со прифаќање на комплексноста во одржливост	Системско размислување	Разбирање на меѓусебната поврзаност помеѓу системите
	Критичко размислување	Способност за преиспитување и соочување со неизвесноста
	Дефинирање на проблем	Идентификација на проблемите во конкретен контекст со цел да се решат.
Компетенции поврзани со одржливи средини	Писменост во иднина	Разбирање на иднината како разновидни алтернативи и компатибилни со одржливоста
	Прилаголивост	Потенцијалот за менацирање и донесување на одлуки кога се соочени со комплексни предизвици за одржливост
	Истражувачко размислување	Способност за размислување и поврзување на мисли од различни дисциплини
Компетенции поврзани со одржливост	Политичка лобирање	Да знаат како да идентификуваат политичка одговорност и да бараат ефективни мерки за одржливост
	Колективна акција	Лобирање за одржливост во соработка со други
	Индивидуална иницијатива	Познавање на сопствениот потенцијал и да се биде проактивен во придонесот кон одржливост

Source: own elaboration based on the GreenComp framework proposed by the European Union (European Commission, 2022a).

Претприемничките компетенции, дефинирани во рамката на EntreComp, се основни вештини и способности кои одразуваат способноста да се трансформираат идеите во делови што генерираат вредност за самиот претприемач и за заедницата. Овие компетенции се познати како претприемнички дух и се стремат кон трансформација

на можностите во вредност во различни области, вклучувајќи ги социјалното и еколошкото претприемништво (Bacigalupo et al., 2016).

Рамката EntreComp е составена од три главни димензии, поделени на 15 компетенции, како што е опишано во Табела 2.

Табела 2. Претприемнички компетенции според рамката the EntreComp

ОБЛАСТИ НА КОМПЕТЕНЦИИ	КОМПЕТЕНЦИИ	ОПИС
Компетенции поврзани со идеи и можности	Забележување на можности	Способност да се идентификуваат можностите за создавање вредност
	Креативност	Способност за развој на креативни и иновативни идеи
	Визија	Визуелизирање на идни сценарија и фокус на моите акции за да ги постигнам
	Valuing ideas	Способност да се препознае потенцијалот на идеите и да се извлече максимумот од нив
	Етичко и одржливо размислување	Способност да се проценат последиците и влијанието на дејствијата со цел одговорно да се постапува
Компетенции поврзани со менаџирање со ресурси	Самосвест и самоефикасност	Способност да се препознаеме себеси како способни да влијаеме на начинот на кој се случуваат настаните
	Мотивација и упорност	Способност да се остани фокусиран и да не се откажи и покрај притисок
	Мобилизација на ресурси	Способност да се добијат и менаџираат ресурси, без разлика дали се материјални или нематеријални, и да се искористат на најдобар можен начин
	Финансиска и економска писменост	Да имаат финансиско и економско знаење за да можат да ги пресметаат трошоците за имплементирањето на идеата и да го менаџираат финансирањето
	Мобилизација на други	Способност да ги инспирираат и мотивираат и другиште членови во тимот
Компетенции поврзани со активност	Превземање иницијатива	Способност да дејствуваат самостојно за да ги постигнат
	Планирање и менаџмент	Способност да ги дефинираат приоритетите и да развиваат акциони планови
	Справување со нејаснотијата, неизвесност и ризик	Способност да носат одлуки дури и кога резултатите од акцијата се неизвесни
	Работа со други	Способност за соработка со други и решавање на проблеми
	Учење преку искуство	Способност да учат како од успехот така и од неуспехот

Source: own elaboration based on the EntreComp framework proposed by the European Union (Bacigalupo et al., 2016).

Обуката за зелени вештини, заедно со претприемничките вештини, претставува стратедиска цел со цел да се подигне свеста и компетентноста на луѓето за постигнување на одржливост во бизнис моделите. Првите овозможуваат развивање на про-одржлив мајндсет, што придонесува кон размислување, планирање и дејствување со емпатија (Европска комисија, 2022a). Способноста за емпатија е критична во дизајнирањето на бизнис модели кои го препознаваат социјалниот и еколошкиот аспект на комплексноста. Вторите вештини, претприемничките вештини, се насочени кон развој на автономија и одговорност при дејствување, истовремено генерирајќи вредност за општеството (Basigalupo et al., 2016). Овие вештини овозможуваат претприемачите да дејствуваат со иновативен и одговорен начин, креирајќи бизнис модели кои не само што се одржливи, туку и допринаесуваат кон општествената одговорност.

Обуката за зелени и претприемнички вештини има за цел да ги подготви професионалците да ги оптимизираат можностите што ги нуди современиот контекст и придонесува кон креирање на одржливи деловни модели.

5. РЕЗУЛТАТИ

Добиените резултати се претставени подолу, поделени во три подсекции. Првата ги сумира зелените можности за работа детектирани во земјите партнери на проектот; вториот ги прикажува добрите практики во однос на зеленото претприемништво; а третата ги собира потребите за обука откриени кај младото население во руралните средини во однос на стекнување зелени и претприемачки вештини, како и нивните потреби за пристап до овие вештини и до зелениот пазар на труд.

5.1. Зелени сектори за вработување и можности за обука

Според Меѓународната организација на трудот (ILO), преминот кон поодржлив економски модел ќе донесе промени на глобалниот пазар на труд; и иако се проценува дека тоа може да доведе до губење на 6 милиони работни места поврзани со помалку одржливи економски активности, се очекува да резултира со паралелен раст од околу 24 милиони работни места. Свкупно, зелените работни можности би можеле да создадат околу 18 милиони работни места на глобално ниво, особено како резултат на напредокот во енергетската ефикасност во зградите, употребата на енергија од обновливи извори и зголемената употреба на електрични возила (ILO, 2018). Според UNEP (2011), до осум сектори ќе доживеат најголеми промени за време на овој премин во наредните години: земјоделство, шумарство, рибарство, енергија, производство, рециклирање, градежништво и транспорт.

Подолу, благодарение на прегледот на секундарните извори и интервјуата со зелените компании, ги прикажуваме зелените сектори за вработување откриени меѓу земјите-членки на проектот: Италија, Грција, Кипар, Словенија, Северна Македонија и Шпанија, каде што наоѓаме широка посветеност. Во сите случаи, тие се обидуваат да го зголемат бројот на зелени работни места и преземаат политички мерки за нивно промовирање, во помала или поголема мера.

Како што беше претходно спомнато, зелената економија отвара значителни можности за креирање на работни места, воедни и секторите кои традиционално се поврзани со одржување на животната средина. Овие сектори вклучуваат управување со обновливи извори на енергија, рециклирање, како и новопостапувања во развој, како што е одржливата мобилност (Avsec и Kaučič, 2018). За да го следиме обемот и разновидноста на новите зелени области за вработување, ќе ја следиме категоризацијата која ја предложила Fundación Biodiversidad (2023), **поделувајќи ги работните места во три области**: Прво, **работните места поврзани со климата**, што вклучуваат активности посветени на намалување на емисиите на стаклените гасови и ублажување на ризикот од климатски промени.

Второ, **работните места поврзани со заштитата на биолошката разновидност**, кои вклучуваат економски сектори посветени на зачувување и одговорно управување со природните и биолошките ресурси.

Трето, **работните места кои се трансверзално поврзани со двете области**, што значи дека се однесуваат на пресек на климатските и биолошките аспекти.

5.1.1. ИДЕНТИФИКУВАНИ ЗЕЛЕНИ ОБЛАСТИ ЗА РАБОТА ВО ОДНОС НА КЛИМАТА И НАМАЛУВАЊЕ НА РИЗИК ОД КЛИМАТСКИТЕ ПРОМЕНИ

На ова поле, особено се идентификувани **економските активности посветени на производството на обновливи извори на енергија, енергетската санација на зградите и имплементацијата на поодржливи транспортни средства**.

Во однос на **нишите за вработување во секторите за обновливи извори на енергија**; генерално, преминот кон користење на обновливите извори на енергија има голем потенцијал за отворање нови работни места, според извештајот „100% визија за обновлива енергија за Европската унија“, објавен од Европскиот совет за обновливи извори на енергија, **вработувањето во овој сектор би се зголемило за 30-36% годишно до 2030 година во ЕУ** (во споредба со податоците од 2009 година) доколку се исполни целта од 45% од обновливите извори на енергија во потрошувачката на енергија до 2030 година (Gospodarska zbornica Slovenije, 2017). Во овој случај, **сектори за вработување се детектирани во сите земји-членки на проектот**. Подобрувањето и оптимизацијата на енергетските системи доведува до појава на нови технички работни места поврзани со имплементација на обновливи извори на енергија, особено соларна фотоволтаична и енергија од ветер (IRENA, 2023), како и други работни места како што се енергетски менаџери (Gelasio and Gisotti, 2019). Понатамошно зголемување на овие сектори за вработување се очекува во блиска иднина, особено во Грција (IEA, 2020) и Кипар (IRENA, 2023).

Потрагата по поголема енергетска ефикасност ги фаворизира паралелните зелени области за вработување во градежниот сектор, поточно, се појавуваат **активности посветени на енергетската санација на зградите**, особено во случаите на Словенија (Avsec and Kaučič, 2018), Северна Македонија (Недановски, 2013), Италија (Unioncamere,

2021a) и Шпанија (Fundación Biodiversidad, 2023). Овие области за вработување се карактеризираат со нивната побарувачка за специјални профили како што се енергетски инженери или повеќе технички профили како што се професионални електричари или водоинсталатери (Russo, 2022; Forética, 2022; ATEI, 2022a).

Трансверзално, се појавуваат зелени области за вработување **поврзани со нови технолошки иновации со поголема енергетска ефикасност**, како во зградите, така и во материјалите, на пр. производство и монтажа на системи за енергетска контрола, топлинска изолација или технологија за ЛЕД осветлување. Ова претставува одлична можност за генерирање нови бизниси и работни места, особено онаму каде што сè уште недостигаат мерки за енергетска ефикасност, како на пример во Северна Македонија (Недановски, 2013; Митевска и др., 2019 година). Следствено, **области за вработување се појавуваат и во производниот сектор**, како на пример во Словенија, каде што се очекува значителен раст во развојот на технологии посветени на зголемување на енергетска или материјална ефикасност (особено во индустријата за преработка на дрво, металургијата, електричната и електронската индустрија) (Avsec and Kaučič, 2018) (Avsec and Kaučič, 2018). Или во Италија или Шпанија, каде што Информациските и комуникациските технологии (ИКТ) во областа на градежништвото значително се развиваат и има зголемена побарувачка за ИТ профили и инженери за ИКТ системи за активности поврзани со оптимизација на енергетските системи (Russo, 2022; Unioncamere, 2022a; ATEI, 2022b; Fundación Biodiversidad, 2023;).

И, конечно, битни области за вработување се промовираат и во секторот **за мобилност и транспорт**, особено во Шпанија, каде се преземаат мерки за воведување обновливи извори на енергија за електричен транспорт (со цел од 5 милиони електрични возила во функција до 2030 година) или возила користење биогорива (ATEI, 2021a; Fundación Biodiversidad, 2023). Истото важи и за Италија, каде што се бараат технички работни места како што се сервисери на моторни возила (Unioncamere, 2021a) или „менаџери за мобилност“ (Esporoly, 2022 година); Словенија, каде можностите за вработување се повеќе се појавуваат во однос на јавниот транспорт (Avsec и Kaučič, 2018); или, во Северна Македонија, каде што, иако можностите за вработување во овој сектор сè уште се малку истражени, како еден од најзагадувачките сектори во земјата (WBG, 2014), се очекуваат големи промени со оглед на иницијативите кон електрификацијата на лични возила, особено на оние кои се однесуваат на електрични полначи.

Како последица на промените во транспортниот сектор, се очекува да се зголеми вработеноста и во **индустрискиот сектор** за метал, особено оние кои се однесуваат на производството на машини, опрема и транспортни возила; ова ќе влијае на индустријата за метал и метални производи (Unioncamere, 2022a) и на електричната и електронската индустрија (Unioncamere, 2021a), вклучувајќи ги и механичките услуги (Unioncamere, 2021a).

Овие области на вработување се особено детектирани во Италија и Шпанија

5.1.2. ЗЕЛЕНИ МОЖНОСТИ ЗА ВРАБОТУВАЊЕ ДЕТЕКТИРАНИ ВО ОБЛАСТА НА БИОДИВЕРЗИТЕТОТ

Иако помалку присутни од областите за вработување идентификувани во однос на климата, можностите се идентификувани и во областа на зачувување и заштита на

биолошката разновидност, **особено во областите на одржливото земјоделство, туризмот и управувањето со шумарството.**

Во Словенија, органското земјоделство генерира значителни можности за вработување (Avsec и Kaučič, 2018). Како што е случајот во Грција, каде што особен акцент се става на зголемување на можностите за вработување во **одржливото земјоделство** (Европска комисија, 2022б). Во Шпанија, од друга страна, се појавуваат можности за вработување, општо земено, за работа на фарми кои вклучуваат земјоделство, сточарство и пчеларство поради нивниот потенцијал да ја ублажат депопулацијата на руралните области (Fundación Biodiversidad, 2022).

На ист начин, опцијата за **одржлив туризам** станува сè попопуларна во неколку земји, како што е случајот во Грција, промовирајќи работни места поврзани со продажбата на локални производи (Европска комисија, 2022б) или во Италија (Gelasio и Gisotti, 2019) и Шпанија, каде што исто така се појавуваат можности за вработување поврзани со туризмот во природа, а особено работни места како што се планинарски водичи и интерпетаторина животната средина (Fundación Biodiversidad, 2023).

Конечно, можностите за вработување се идентификувани и во **секторот шумарство** во Словенија (Avsec и Kaučič, 2018) и Шпанија (Morgan и Konecta Fundación, 2021; ATEI, 2021b; Fundación Biodiversidad, 2023). Овие работни места се поврзани со одржливо управување со шумските ресурси и промовираат работни места како што се работници ангажирани во расчистувањето, одржувањето и пошумувањето. Овие работни места се особено важни за спречување на шумски пожари (Fundación Biodiversidad, 2023) кои, во последниве години, се зголемуваат во шесте земји-членки на овој проект (EP, 2021a; 2021b; 2022; EuroNews, 2023).

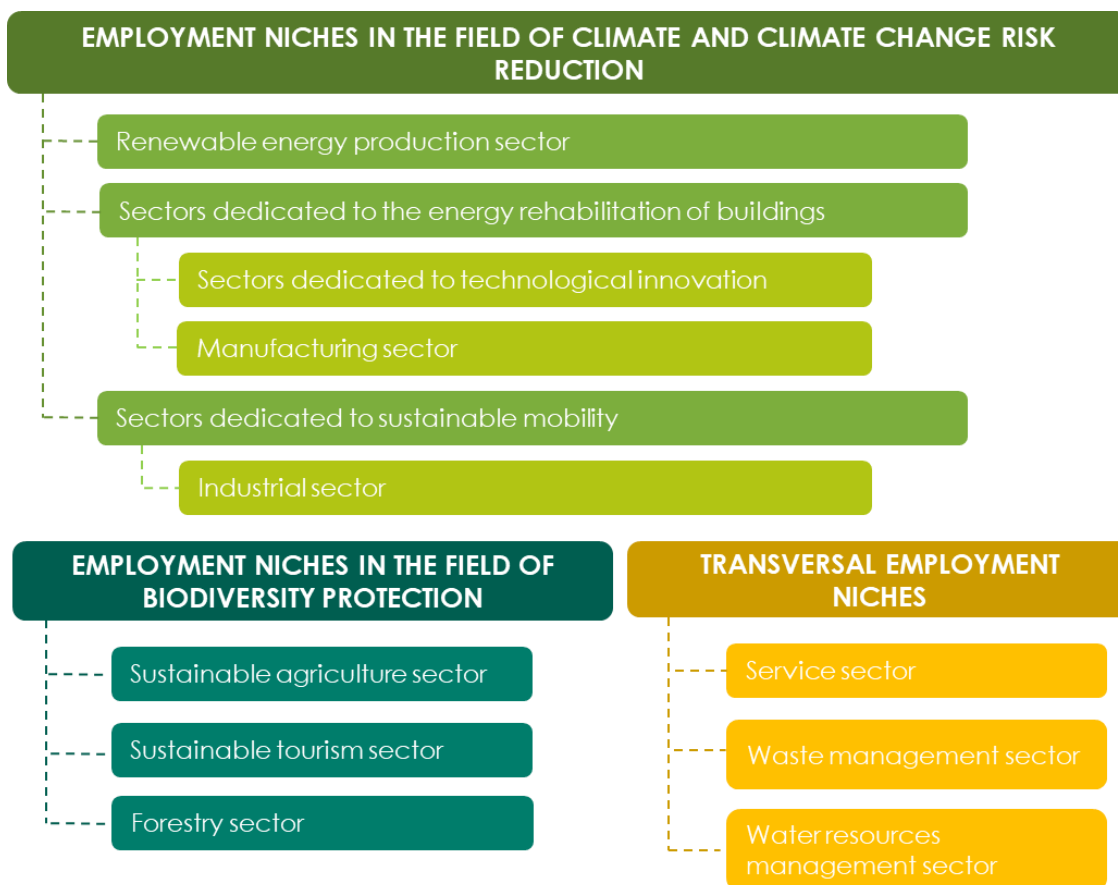
5.1.3. ТРАНСВЕРЗАЛНИ ЗЕЛЕНИ МОЖНОСТИ ЗА ВРАБОТУВАЊЕ

Паралелно, идентификувавме зелени можности за вработување кои би можеле да ги решат двете цели: борбата против климатските промени и зачувувањето на биолошката разновидност. Функциите на овие работни места се потесно поврзани со поспецијализирани професии и се лоцирани особено во **услужниот сектор и управувањето со ресурси како отпад или вода.**

Во случаите на Италија и Шпанија, идентификувани се можности за вработување поврзани со поспецијализирани работни места во областа на **услуги**, како што се во областа на правото (адвокати за животна средина), дизајн (еко дизајнери), маркетинг (експерти за еколошки маркетинг), ИТ (еколошки ИТ специјалист), ревизија (инспектори за квалитет на животната средина) или финансии (зелени, еко сметководители) (Unioncamere, 2021b; Unioncamere и Fondazione Symbola, 2022; Fundación Biodiversidad, 2023).

Слично на тоа, **управувањето со отпадот**, како комуналниот отпад, така и отпадот од различни индустрии и сектори, исто така го зголемува бројот на работни места, особено кога земјите се обврзуваат на кружна економија и се занимаваат со активности како што е рециклирање. Ова е случај во Шпанија, Италија и Словенија, каде што управувањето со отпад во моментот нуди високо ниво на вработување на национално ниво и се очекува да расте уште повеќе во иднина (Avsec and Kaučič, 2018; Russo, 2022; ISTAS и Ecosymbes, 2019 година Форетика, 2022). Во Северна Македонија пак наоѓаме поголема вклученост во секторот за управување со **водните ресурси**, со оглед на неефикасноста на сегашниот систем, така што се очекува дека со подобрувањето на

управувањето со водите, ќе се појават голем број работни места во Северна Македонија поврзани со ова (WBG, 2014). Слично на тоа, Кипар се предвидуваат повеќе



идни можности и во управувањето со отпадот и со водите поради големиот број на промени што се очекуваат во двата сектора (ICEX, 2022).

Фигура 2.
Детектирани сектори за зелени области

Source: own elaboration

5.1.4. ПОНУДИ ЗА ОБУКА ЗА ПРИСТАП ДО МОЖНОСТИ ЗА ВРАБОТУВАЊЕ И ЗЕЛЕНО ПРЕТПРИЕМНИШТВО

Општо земено, земјите-членки на ЕУ сè уште имаат празнини во вештините што ја ограничуваат нивната способност да ги искористат можностите што ги нуди зелениот раст, многу од овие **потреби за вештини се поврзани со изведбата на специфични вештини во науката, технологијата, инженерството и математичките работни места, заедно со недостаток на „нови“ зелени вештини** (CEDEFOP, 2010).

Побарувачката за зелени работни места **се појавува на меѓународно ниво, бара и технички и специјализирани профили** и, во двата случаи, обука за еколошки прашања како што се еко-одржливост, заштеда на енергија или циркуларна економија ќе бидат сè повеќе потребни (Unioncamere, 2021b). Поради оваа причина, во Европа, сè уште е

релевантно да се ажурираат образовните системи кои се справуваат со овие предизвици и, **додека се надоврзуваат на постоечките вештини, потребни се ажурирања и на секторско и на трансверзално ниво** за да се продолжи со промовирање на позелена и поодржлива економија (CEDEFOP, 2021). **Во Анекс 1 прикажуваме дел од курсевите за обука** кои моментално се спроведуваат во земјите-членки на проектот, и кои овозможуваат пристап до некои од планираните зелени работни места или обезбедуваат обука за развој на зелени претпријатија.

5.2. ДОБРИ ПРЕТПРИЕМНИЧКИ ПРАКТИКИ

По разгледувањето на потенцијалните ниши за вработување кои се појавуваат, **беа составени и анализирани вкупно 68 добри практики** во зеленото претприемништво од земјите-членки. Со цел да се сметаат за добра практика, зелените претприемачки компании или проекти, програми, иницијативи или активности кои промовираат зелено претприемништво и кои нудат бенефиции не само за населението како целина, туку и за специфични групи како што се младо и/или рурално население, беа избрани. За нивниот избор, главно е земено предвид дека нивната основна дејност е зеленото претприемништво, но вклучени се и иницијативи кои особено го промовираат вработувањето и претприемништвото во руралните средини и/или меѓу младата популација.

Списокот на идентификуваните добри практики е достапен во Анекс II, каде што се наведени имињата на проектите, нивната локација и активност, заедно со други детали за нивната примена, како што се специфичните придобивки на бизнисот за населението, неговата иновативна природа. или предизвиците и/или проблемите откриени при неговата имплементација .

Откриени се голем број иницијативи кои одговараат на идентификуваните можности за вработување, особено во земјоделството, енергетската рехабилитација и имплементацијата на обновливите извори на енергија, управувањето со отпадот и шумарството. **Најголем број иницијативи се концентрирани во производството на еколошки и органски прехранбени производи, како и рециклирани производи**, по што следат оние посветени на **имплементација на енергетски мерки и повторна употреба на отпадот за производство на нови производи, особено на дрвниот сектор**. Голем број иницијативи ја разгледуваат имплементацијата на **кружни системи** на трансверзален начин, а некои од нив даваат дури и услуги на други компании за оваа намена. И, иако во помала мера, собрани се иницијативи фокусирани на заштита на животната средина, одговорно управување со материјалните ресурси и одржлив туризам.

На ист начин, **идентификувани се иницијативи кои се фокусираат на промовирање на социјалното влијание и делуваат како мотиватори во појавата на нови одржливи бизнис модели**. Тие вклучуваат, иницијативи за услуги посветени на промоција на планирање на одржлива иднина, програми за учење на дигитални алатки и економски и социјални придобивки од одржливи бизнис модели или програми за креативен развој на бизнисот.

5.3. ПОТРЕБИ ОД ОБУКА И ЗЕЛЕНИ МОЖНОСТИ ЗА МЛАДИТЕ ОД РУРАЛНИ СРЕДИНИ

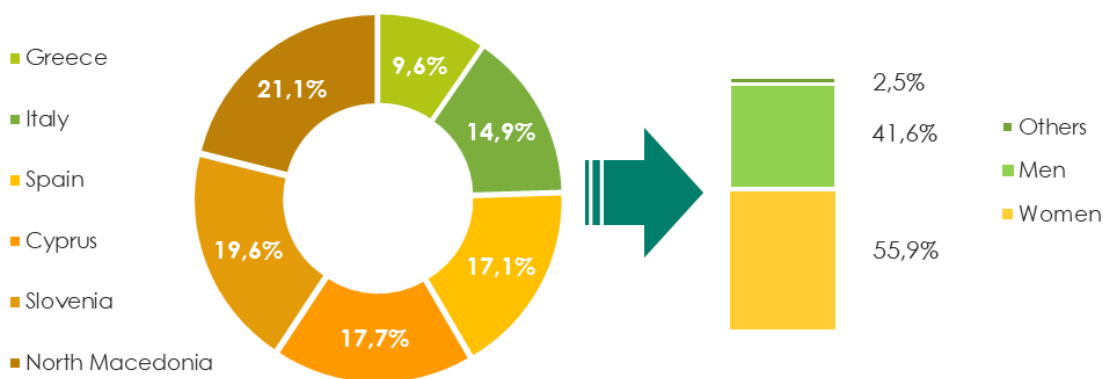
Идентификувањето на потребите за обука кај младата рурална популација се заснова на различни техники на истражување, и квантитативни и квалитативни, кои се сумирани во три под-дела. Секој од нив се воведува со презентирање на деталите од примероците од секое истражување и продолжува со резултатите добиени од триангулацијата на двете техники на истражување, анкети и интервјуа.

5.3.1. ПОТРЕБИ ЗА ОБУКА НА МЛАДИ ЛУЃЕ КОИ ЖИВЕАТ ВО РУРАЛНИ СРЕДИНИ ЗА СТЕКНУВАЊЕ ЗЕЛЕНИ И ПРЕТПРИЕМАЧКИ ВЕШТИНИ

Благодарение на методологијата на мешана анализа на анкети и интервјуа со млади луѓе од рурални средини и зелени бизниси, **идентификувани се главните потреби за обука на младите во однос на компетенциите за да можат ефективно да учествуваат на зелениот пазар на труд.** За таа цел, како референца се земени знаењата поврзани со одржливост и претприемнички компетенции дефинирани со европските рамки GreenComp и EntreComp.

- Беа интервјуирани 12 млади луѓе од руралните области во земјите-членки на проектот и беа анкетирани 322, со процент од 41,6% од машки и 55,9% од женски пол. Во истражувањето учествувале вкупно **334** млади од руралните средини.

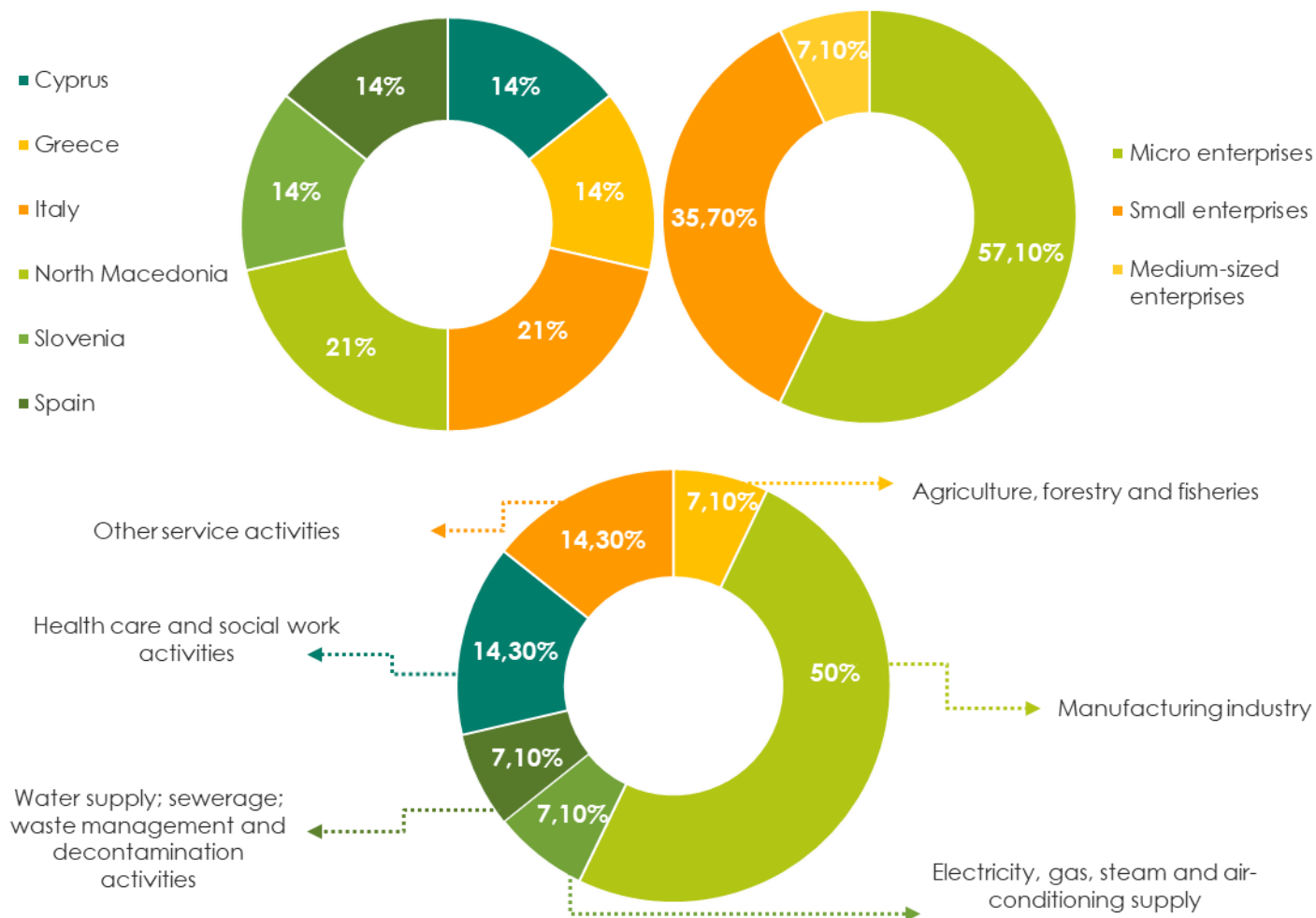
Графикон 2. Распределба на анктени примерокоци (16-30 години):



Source: own elaboration

- Дополнително, во проектот учествуваа и **23 зелени компании**, од кои 9 беа интервјуирани и 14 беа анкетирани. Овие компании се присутни во шесте земји-членки на проектот и се ангажирани во активности поврзани со грижата за животната средина.

Графикон 3. Распределба на анкетни примероци за зелени бизниси по земја, големина и сектор (%):



Source: own elaboration

-АНАЛИЗА НА НИВОТО НА ВЕШТИНИ ЗА ОДРЖЛИВОСТ КАЈ МЛАДИТЕ И НИВНАТА ПОБАРУВАЧКА НА ПАЗАРОТ НА ТРУДОТ

Од информациите добиени од интервјуата, како и од анкетите на младите, се чини дека **мнозинството млади Европејци од рурални средини не се запознаени со формалниот концепт на „вештини за одржливост“ или „зелени вештини“, но се запознаени со погенеричкото знаење, кое тие го познаваат како: грижа за планетата. 42,9% од младите слушнале за зелени вештини само неколку пати, разлика од речиси 14 поени во однос на оние кои слушнале за нив доста (29,2%) или многу пати (10,2%).**

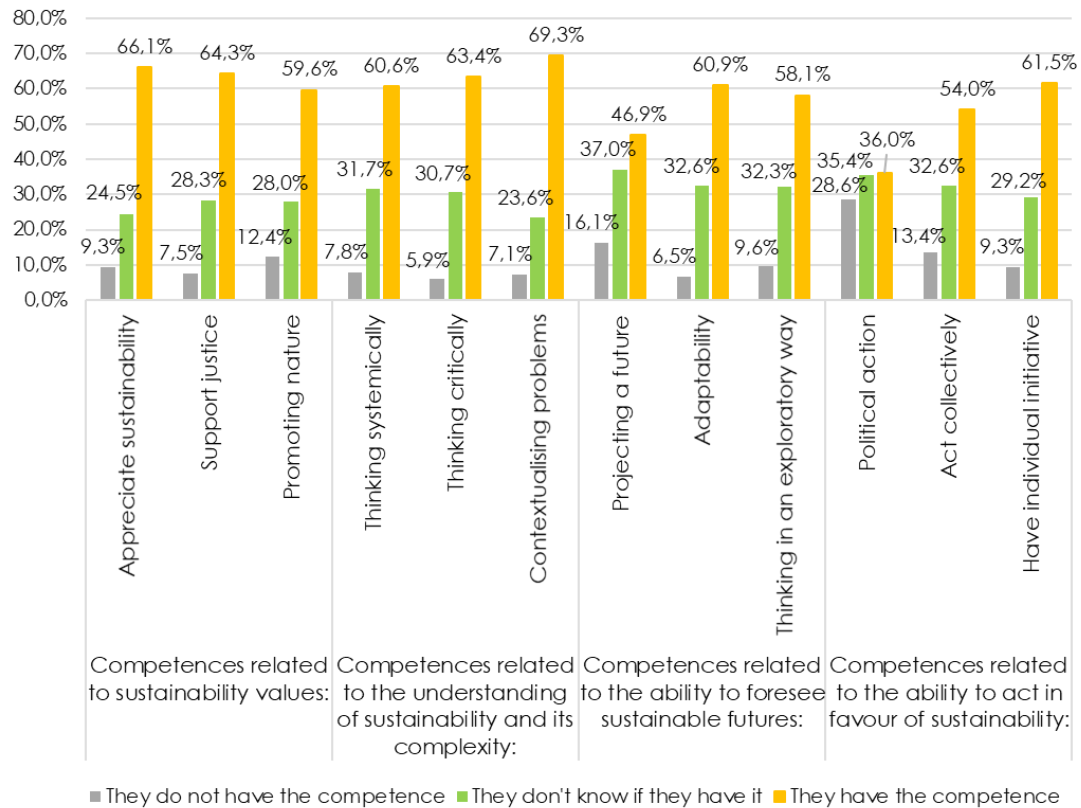
Кога се опишува значењето на овие компетенции, повеќе од половина од испитаниците, **56,8%, мислат дека ги имаат**, потоа 29,8% кои не знаат дали ги имаат и 13,4% кои велат дека ги немаат. Слично на тоа, кога ќе ги прашаме за овие компетенции на разделен начин, откриваме дека, генерално, **повеќето млади од рурални средини мислат дека ги**

имаат повеќето од компетенциите поврзани со вредностите за одржливост и разбирањето на нивната сложеност, но тие покажуваат поголема разновидност во однос на поврзаноста со нивната способност да предвидат одржлива иднина и да дејствуваат во корист на одржливоста.

- Во однос на **компетенциите поврзани со вредностите на одржливост**, компетентноста која најмногу ја ценат зелените бизниси **одржливоста** (во 71,4% од случаите), која е и најприсутна кај младото рурално население, со 66,1%. Во меѓувреме, поддршката **на правичноста и промовирањето** се бара во 50% од случаите, дури и под бројките изразени од младите, чијашто самооценка покажува дека тие се достапни во 64,3% и 59,6%, соодветно, што претставува позитивно сценарио за младите кои живеат во руралните средини..
- Истото се случува и со **компетенциите поврзани со прифаќање на сложеноста во одржливоста**, каде најбарани се **критичкото размислување и вратувањето на проблемите**, и двете со 64,3% (кои ги поседуваат 63,4% и 69,3% од младите луѓе). И, иако **системското размислување** е повеќе ценето во 57,1% од случаите, но не толку многу барано (42,9%), младите од руралните средини размислуваат да го имаат во 60,6% од случаите.
- Сепак, во **надлежностите поврзани со замислување одржлива иднина**, наоѓаме пониски бројки кога се разгледува самооценувањето на младото рурално население и, иако оние млади луѓе кои велат дека можат да проектираат иднина (46,9%), се адаптираат (60,9%) и продолжуваат да преовладуваат размислувањето на истражувачки начин (58,1%), разликата со оние кои велат дека не знаат дали ги имаат овие надлежности е помала (37%, 32,6% и 32,3%, соодветно). Меѓутоа, овие три вештини се подеднакво барани од пазарот на трудот во 57,1% од сите случаи.
- Similarly, regarding those **competences related to acting for sustainability**, we find greater confusion among the young rural population, with increasingly similar percentages between those who say they have them and those who do not know if they have them: the competences related to **political agency** (36% vs. 35.4%) **and collective action** (54% vs. 32.6%). Although these differences dissipate regarding the **ability to have individual initiative**, in which those young people who consider that they have them again predominate (61.5%). However, once again, the labour market values positively all of them, acting politically (57.1% collectively) and with individual initiative (50%).
- Слично, во однос на оние надлежности кои се однесуваат на дејствување за одржливост, наоѓаме поголема збунетост кај младите од руралните средини, со сè поблиски процентни разлики меѓу оние кои велат дека ги имаат и оние кои не знаат дали ги имаат: надлежностите поврзани со политичко дејствување (36% наспроти 35,4%) и колективно дејствување (54% наспроти 32,6%). Иако овие разлики исчезнуваат во однос на способноста за индивидуална иницијатива, во која доминираат оние млади кои сметаат дека ги имаат (61,5%). Сепак, повторно, пазарот на трудот позитивно ги вреднува сите, дејствувајќи политички (57,1% колективно) и со индивидуална иницијатива (50%).

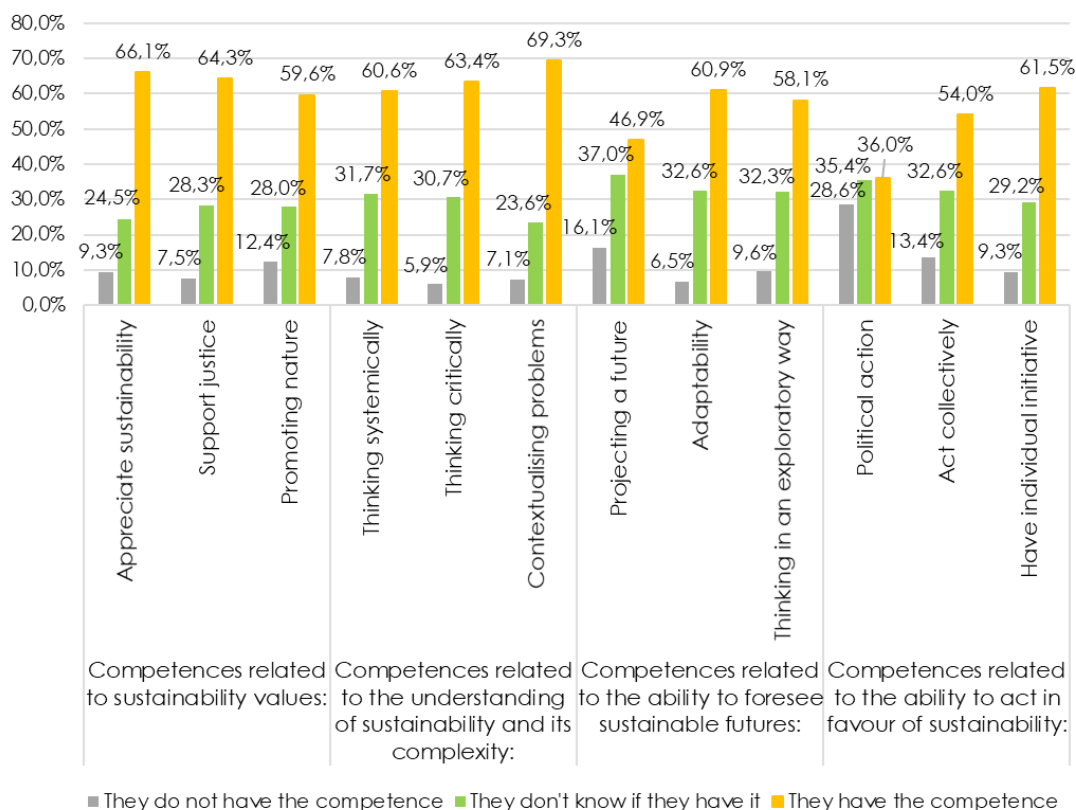
На графиконот 4 се прикажани компетенциите кои се најзастапени кај младото рурално население, според нивната самооценка, а на графиконот 5 се прикажани најбарани и најценети компетенции:

Графикон 4. Процент на млада рурална популација со зелени вештини:



Source: own elaboration

Графикон 5. Процент на зелени вештини кои се најценети и барани од зелените компании:



Source: own elaboration

Како заклучок, и покрај постоењето на висока самоперцепција кај младото рурално население за поседување зелени компетенции, процентот на оние кои велат дека ги немаат или не знаат дали ги имаат овие компетенции е извонреден и останува помеѓу **33,8% и 53,1%** од сите анализирани компетенции. И, во оние групи на вештини кои се најповрзани со замислување одржлива иднина и дејствување за одржливост, и покрај тоа што се најде поголема збунетост кај младите за нивното поседување на овие вештини отколку во другите групи на вештини, нивото на побарувачка на пазарот на трудот за овие вештини е барем во 50% од случаите (со исклучок на вештината „политичко дејствување“, иако тоа и понатаму позитивно се вреднува).

Информациите добиени од интервјуата со младите од руралните средини покажуваат **дека овие курсеви за обука за вештини се застарени во универзитетските системи** и, иако истражувањето на зелените компании покажува дека 57,1% од нив нудат обука за овие вештини на своите работници, сепак има значителен број, кои не нудат (42,9%); **и двата фактори ги ограничуваат можностите на младите од руралните средини да се обучуваат за зелени вештини.**

100% од анкетираниите зелени компании велат дека бараат зелени вештини од нивните кандидати, а мнозинството од младото рурално население е свесно за оваа голема побарувачка: 62,4% веруваат **дека овие вештини се барани на пазарот на труд** и 69,9% веруваат дека **обуките за овие вештини би можеле да ги зголемат нивните можности да добијат зелена работа или да започнат зелен бизнис.** Соодветно на тоа, 71% се заинтересирани за обука за стекнување или проширување на нивните зелени вештини.

Покрај трансверзалните компетенции споменати погоре, компаниите за време на интервјуата изразија особено **барање за повеќе техничко знаење поврзано со управувањето со отпад, обновливите извори на енергија, одржливото земјоделско производство, мерењето на јаглеродот или зелените сертификати.**

Од друга страна, во интервјуата со младите, тие генерално ја препознаа важноста на овие програми за обука и за учење како да се грижат за животната средина, но напоменаа дека воглавно **не биле обучени за нив. затоа што тие не биле свесни за постоењето на овие програми за обука.** Сепак, тие исто така истакнаа и некои надворешни ограничувања за обуките за овие вештини, како што се достапноста да се најдат целосни и акредитирани програми за обука, прекумерната специјализација на постоечката понуда што ја обезбедуваат компаниите за младите луѓе **и недостатокот на ажурирање на обуките** што ги даваат универзитетите. во однос на потребите на пазарот на трудот.

АНАЛИЗА НА НИВОТО НА ПРЕТПРИЕМСКИТЕ ВЕШТИНИ КАЈ МЛАДИТЕ И ПОБАРУВАЧКАТА ЗА НИВ НА ПАЗАРОТ НА ТРУДОТ

За разлика од зелените компетенции, младата рурална популација е посвесна за терминот и мнозинството, 91,7%, слушнале за нив (38,2% малку, 40,1% доста и 13,4% многу пати). Слично на тоа, на прашањето дали ги имаат овие вештини или не во општа смисла, постои **поголема разлика во односот на одговорите во споредба со зелените вештини** : 46,9% мислат дека ги имаат, потоа 37,9% кои не знаат и 15,2% кои не знаат.

Следејќи ја рамката на EntreComp, ги поделивме компетенциите на овие претприемачки вештини и ги споредивме со оние што ги бара зелениот пазар на труд и **откривме поголема усогласеност со она што се бара или вреднува на зелениот пазар на труд и самопријавените компетенции на младите рурални луѓе**, при што оние кои се најбарани се совпаѓаат во сите групи на надлежности со тиекои сенајбарани со оние кои се најпоседувани. Сепак, **има помала побарувачка за компетенции кои би можеле да бидат особено поволни за претприемништвото:**

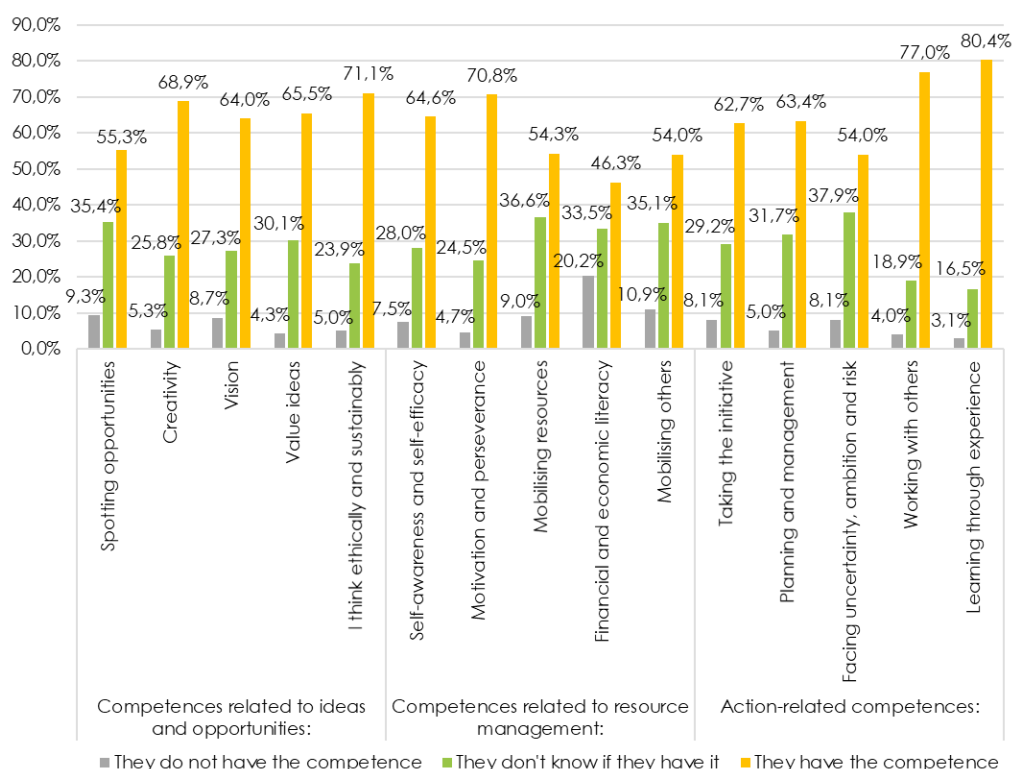
- Што се однесува до **компетенциите поврзани со идеи и можности** , тука наоѓаме најголема пропорција помеѓу поседувањето и побарувачката од зелениот пазар на труд: најбараната компетентност на оваа група е способноста **да се размислува на етички и на одржлив начин** (71,4%), што 71,1% од младите рурални луѓе велат дека ја поседуваат; второ, пазарот на труд бара **капацитет за визија** (64,3%), кој исто така е присутен кај 64% од младите и трето, 50% бараат **креативност и вреднување идеи** , компетенции кои младите сметаат дека ги имаат кај 68,9% и 65,5%, соодветно. Конечно, помалку од половина од компаниите (42,9%) бараат способност да детектираат можности, иако оваа компетентност се вреднува со 57,1%, што релативно добро се совпаѓа со 55,3% од младите кои велат дека ја поседуваат.
- Помеѓу **компетенциите поврзани со управувањето со ресурсите** , компетентноста за која најмногу се пријавиле младите во руралните средини е **мотивацијата и истрајноста** (70,8%), што е и најбараната од претпријатијата од оваа група (57,1%). И, и покрај тоа што 64,6% од младите рурални луѓе изјавиле

дека имаат капацитет **за самосвест и самоефикасност**, тоа го бараат само 42,9% од претпријатијата (иако се вреднува во 57,1% од случаите). Способноста **да се мобилизираат другите и финансиската писменост** се вреднувани од 57,1% до 64,3%, но не се конкретно барани и, слично, речиси половина од младите (54% и 46,3%, соодветно) изјавиле дека ги имаат (иако 35,1% и 33,5% не знаат дали ги имаат овие вештини). И конечно, **способноста за мобилизирање ресурси** е подеднакво ценета и барана во 42,9% од случаите, иако 54,3% од младите велат дека ги имаат.

- Од групата на **компетенции поврзани со акции**, младите велат дека ја имаат најмногу **способноста да учат преку искуство** (80,4%) и способноста **за работа со други** (77%), кои исто така се најбараните од пазарот на труд: учење преку искуство во 71,4% и способност за работа со други во 85,7%. Второ, вештините поврзани со **преземање иницијатива и способност за планирање и управување** се барани за 64,3% и 50%, слично на процентот на млади луѓе кои велат дека ги поседуваат, соодветно 62,7% и 63,4%. Конечно, **справувањето со нејаснотијата, несигурноста и ризикот** исто така бараат само 50%, што се совпаѓа со сомнежите на младите: 54% велат дека ја имаат, а потоа 37,9% кои не знаат дали ја имаат оваа компетентност.

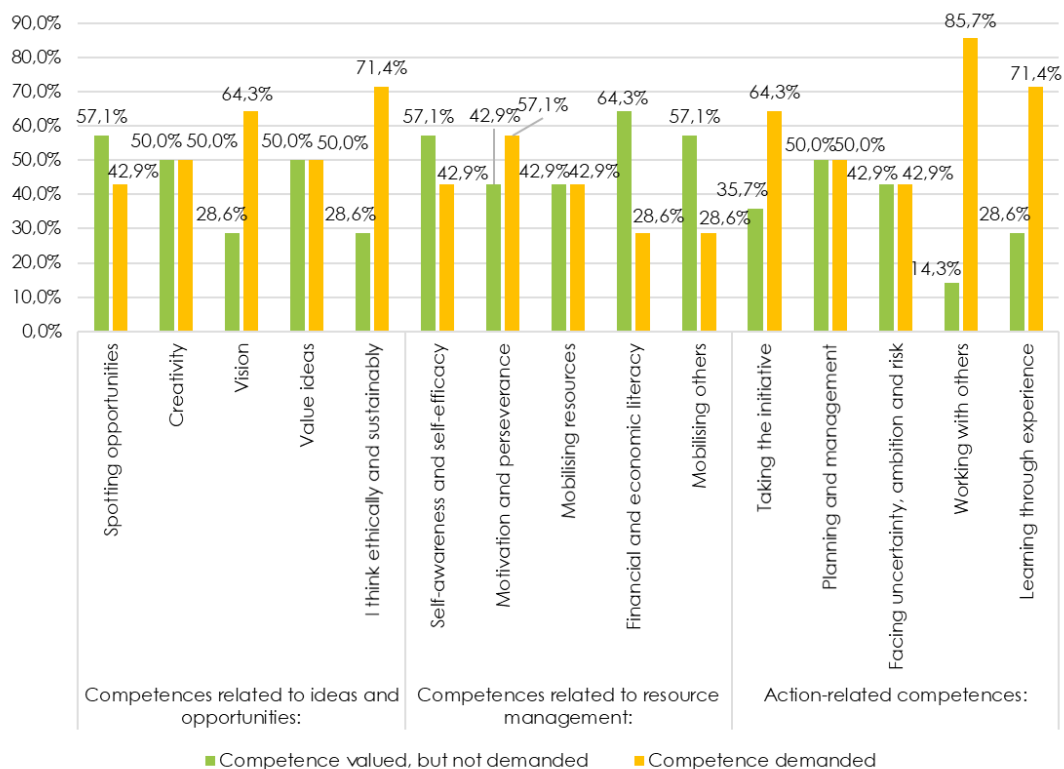
Следниве графикони 6 и 7 ги прикажуваат претприемачките вештини кои се најприсутни кај младите рурални луѓе, според нивната самооценка, и оние кои се најбарани или ценети од зелените бизниси

Графикон 6: Процент на рурални млади луѓе со претприемачки вештини:



Source: own elaboration

Графикон 7: Процент на претприемнички компетенции најценети и барани од зелените компании:



Source: own elaboration

И покрај корелацијата помеѓу бараните и поседуваните претприемачки вештини, **откриваме дека оние вештини кои се поповолни за претприемничка активност се помалку барани од зелениот пазар на труд**, како што се вештините поврзани со откривање можности, самосвест и самоефикасност, финансиска писменост и способноста да се мобилизираат другите. Овие компетенции се позитивно ценети, но не се конкретно барани во анкетите, но тие се и едни од најчесто споменуваните за време на интервјуата кога станува збор за поттикнување на зеленото претприемништво. На прашањето за најбараните претприемачки компетенции во интервјуата со зелените бизниси, **важноста на компетенциите како што се доверба, лидерство, креативност, комуникациски вештини и знаење за идентификување можности беа истакнати како клучни елементи за градење бизниси.**

71,4% од анкетираниите зелени бизниси бараат претприемачки вештини, во согласност со перцепцијата на младите од руралните средини, од кои 73,6% сметаат дека овие вештини моментално се барани, а 73,3% мислат дека обучувањето за овие вештини би ги зголемило нивните можности за **стекнување зелена работа или да започнат зелен бизнис**. Во согласност со ова, 69,6% се заинтересирани да научат или да ги прошират своите претприемачки вештини.

Во однос на **можностите за обука** за претприемачки вештини, интервјуата со младите од руралните средини покажаа недостаток на интерес за обука за овие вештини или недостаток на свест за постоењето на таква обука. **Интересот за претприемништво повеќе се перципира како индивидуална активност за која некој има природни**

вештини или за која ги развива по долго професионално искуство, намалувајќи го интересот за обука за овие вештини. Кога се истражуваат ограничувањата на оваа обука, иако тие известуваат дека бесплатната онлајн обука е достапна во изобилство, постоечката обука е површна и обуката добиена во текот на нивната образовна фаза е ограничена. Во исто време, во некои случаи, откриено е поголемо познавање за тоа како да се пристапи до оваа обука, каде да се најдат информации за темата или со кого да се консултира. Така, постои латентна **потреба кај младите од руралните средини на повеќе услуги за поддршка насочени кон подигање на свеста за овие вештини и нивните придобивки со цел да се промовира нивниот интерес.**

- КОМПАРАТИВНА АНАЛИЗА НА НИВОТО НА ЗЕЛЕНИ И ПРЕТПРИЕМНИЧКИ ВЕШТИНИ КАЈ МЛАДИТЕ НА РУРАЛНИ И УРБАНИ

Во однос на откриените разлики во однос на урбаното население, **очигледно, не се откриени посебни потреби за обука во споредба со младите од рурални средини.** Компаниите не наоѓаат забележителни разлики во однос на присуството на зелени или претприемачки вештини кај младите кои доаѓаат во нивните компании во зависност од тоа дали се од рурални или урбани средини. Истражувањето на зелените компании покажува дека 38,4% велат дека младите кои доаѓаат кај нив од руралните средини навистина имаат зелени вештини, но 38,4% велат дека немаат. На ист начин, само 38,4% од нив сметаат дека имаат претприемачки вештини. Информациите добиени од **интервјуата со зелените компании се различни**: од една страна, само во два случаи беше споменато дека младото рурално население има повеќе зелени вештини од урбаното население; во друга, дека младото рурално население ги нема овие зелени вештини и дека младото урбано население е поконкурентно од руралното население (се мисли на поголемото присуство на претприемачки вештини); но мнозинството (5 испитаници) **не ги поврзуваат овие вештини со средината од која доаѓаат, туку ја гледаат како поиндивидуална работа која зависи од нивото на студии и личните интереси.** Но, во исто време, компаниите при интервјуата истакнаа дека и покрај тоа што имаат процедури за нивно откривање, **тешко е прецизно да се знае дали овој тип на вештини е присутен кај нивните баратели на работа.**

Како заклучок, **100% и 92,9% од зелените компании сметаат дека зелените и претприемачки вештини ќе бидат сè повеќе барани од зелените компании во иднина** и неопходно е да се промовира овој тип на обука ориентирана кон вештини со цел да им се помогне на младите луѓе да продолжат со датум со динамичните потреби на пазарот на трудот и да се стекнат со потребните знаења за да се поттикнат и самите да станат претприемачи.

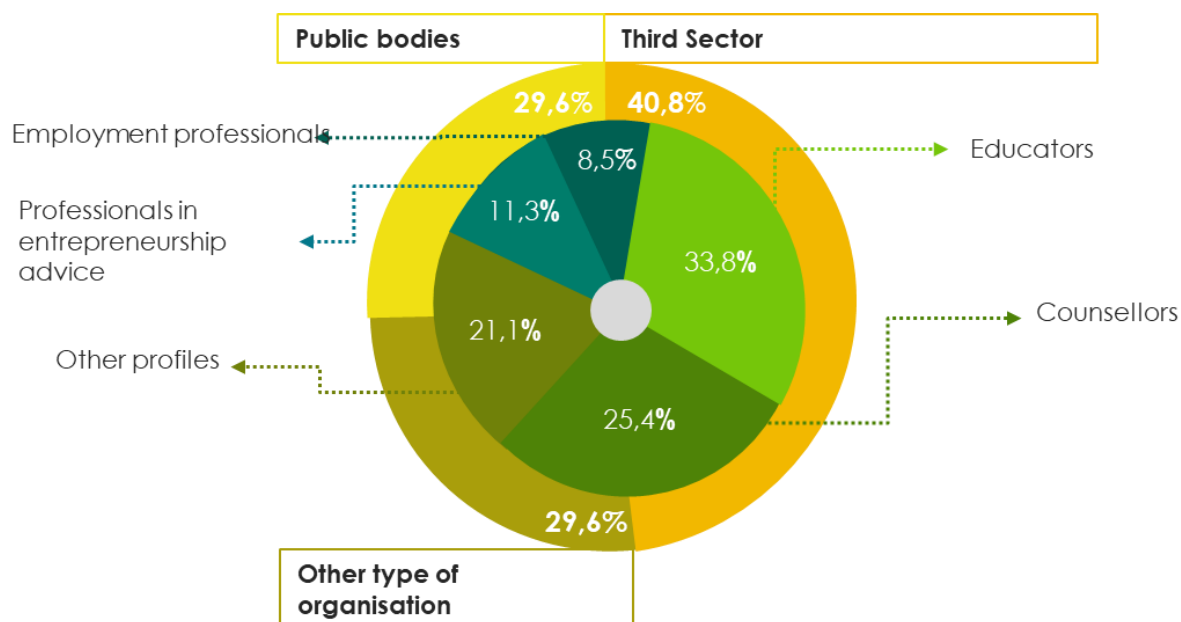
5.3.2. УСЛУГА КОЈА ЈА БАРААТ МЛАДИТЕ ОД РУРАЛНИТЕ СРЕДИНИ ВО ВРСКА СО ОБУКАТА ЗА ПРИСТАП ДО ВРАБОТУВАЊЕ И ЗЕЛЕНО ПРЕТПРИЕМНИШТВО.

Информациите собрани во овој дел се засноваа на 71 анкета и 11 интервјуа со професионалци кои работат на промовирање на вработливоста на младите од руралните средини и 23 анкети со професионалци од јавната администрација и третиот сектор.

- примерокот на **млада работна сила** покажува застапеност на 5 различни профили: едукатори (33,8%), советници за вработување (25,4%), други профили

посветени на вработливост на младите (21,1%), специфични професионалци за совети за претприемништво (11,3%) и службеници за вработување (8,5%). Овие профили припаѓаат на општествени субјекти од Третиот сектор (40,8%), на јавната администрација (29,6%) или на други видови организации (29,6%), како што е прикажано на графиконот 8. Вкупно, просечната застапеност на шесте членки земји е 16,6%.

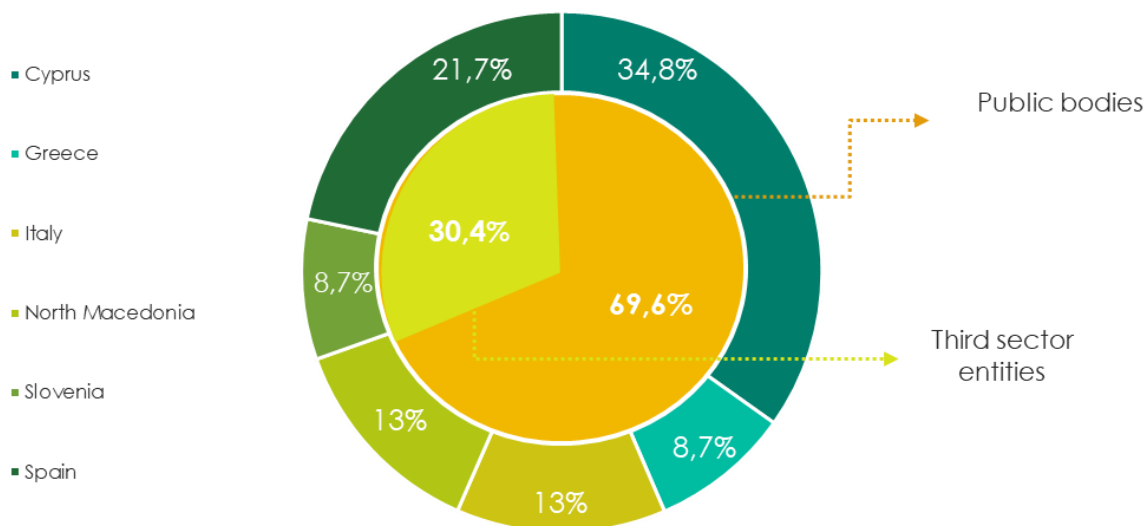
Графикон 8. Распределба на анкетниот примерок на млади професионалци според нивниот професионален профил и видот на организацијата на која припаѓаат (%):



Source: own elaboration

- Истражувањето на **јавната администрација и субјектите од третиот сектор** има дистрибуција од 69,6% и 30,4%, соодветно, со минимална застапеност на земјите од околу 10% (детали во Графикон 9).

Графикон 9: Дистрибуција на примерокот од анкетата на јавната администрација и субјектите од третиот сектор по земја (%):



Source: own elaboration

• УСЛУГИ ДОСТАПНИ ЗА РУРАЛНА МЛАДИНА

Овој дел истражува како вработување и зелено претприемништво се промовирани од јавни администрации и општествени единици за младата рурална популација според информацијата добиена од интервјуа со јавните администрации и третиот сектор и анкети и интервјуа со професионалци кои работат во полето на вработливост на младите.(?)

Општо земено, огромното мнозинство од анкетираниите организации од јавниот и третиот сектор имаат програми или иницијативи за младите луѓе да најдат зелени работни места (91,3%) или да започнат зелено претприемништво (87%); меѓутоа, **кога беа прашани за програми наменети за млади луѓе кои живеат во рурални средини, мнозинството изјавија дека имаат малку програми или иницијативи за да најдат работа или да промовираат зелено претприемништво (47,8% и 39,1%, соодветно).** Иако во помал обем, треба да се забележи дека 38,8% нудат неколку програми за вработување, а 26,1% нудат програми за зелено претприемништво, кои се оценети како многу или прилично ефективни (60% и 57,9%, соодветно).

На ист начин, иако со малку повисоки бројки, истражувањето адресирано до младински професионалци покажува дека субјектите присутни во 6-те земји **имаат специјализирани услуги за советување и/или обука за вработување или зелено претприемништво за младото рурално население во 66,2% од случаите. . Меѓу главните специјализирани услуги што ги нудат анкетираниите субјекти се:** 1) совети за вработување (16,50%), 2) совети за барање работа (15,30%) и насоки за претприемачи (15,30%), 3) обука за претприемачки вештини (14,80%), и 4) обука за зелени вештини (14,20%).Графиконот 10 пошироко го прикажува процентот на понудените услуги.

Графикон 10. Услуги кои ги нудат анкетираните субјекти за млади од руралните средини кои сакаат да најдат зелена работа или да започнат зелен бизнис:



Source: own elaboration

Меѓу субјектите кои нудат специјализирани услуги за младите рурални луѓе, **мнозинството укажуваат дека имаат висока или многу голема побарувачка за советување и/или услуги за обука за вработување или зелено претприемништво (51,1%),** а веднаш по нив се оние кои имаат малку или нема побарувачка (48,9%). Особено, **најбарани услуги од младото рурално население,** претставени во графиконот 11, се 1) насоки за вработување (26,1%), 2) управување со индивидуална финансиска помош или финансирање проекти (21,7%), 3) совети за активно барање работа (13%) и насоки за претприемачи (13%) и 4) посредување при трудот (10,9%). И, иако обуката за зелени и претприемачки вештини не е меѓу нив, кога конкретно беа прашани дали **младите од руралните средини ги бараат,** мнозинството младински работници генерално посочија дека ги бараат (78,7% и 87,2%, соодветно).

Графикон 11. Најбарани услуги од младите од рурални средини



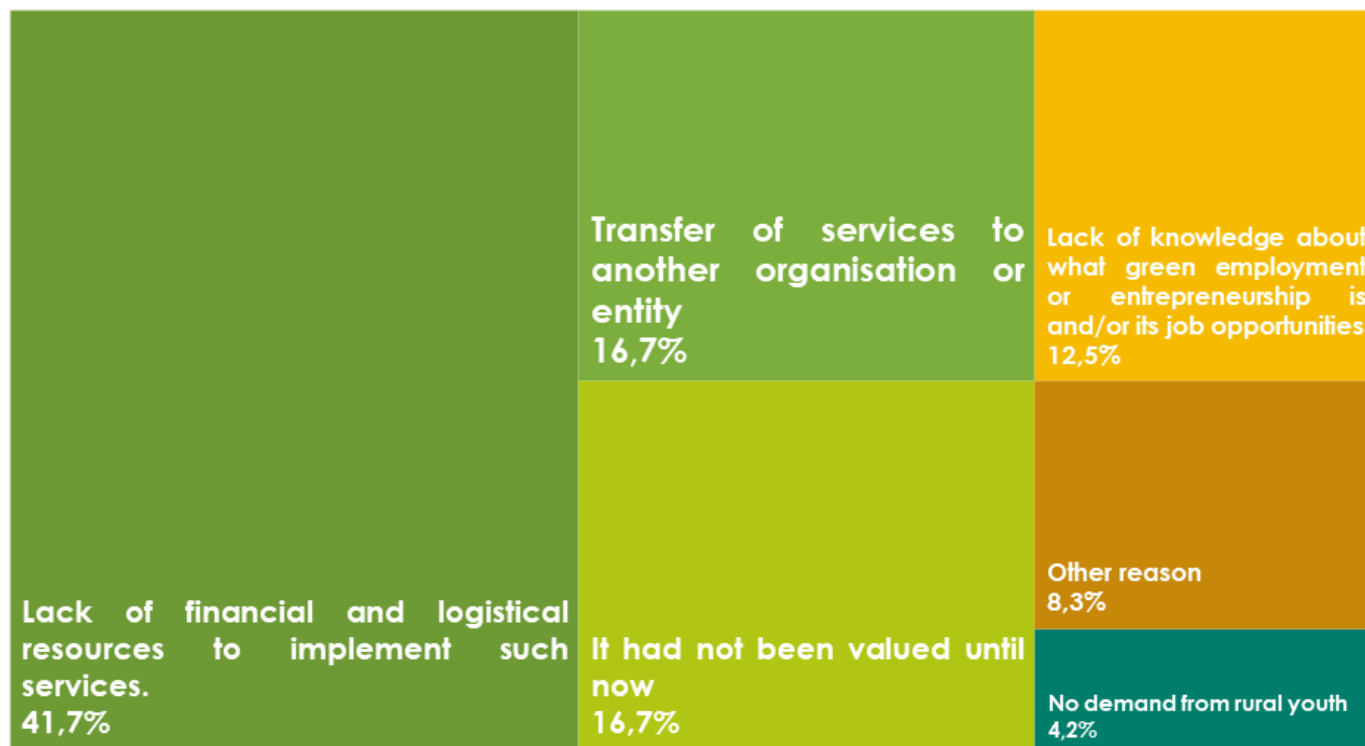
Source: own elaboration

Овие бројки го одразуваат интересот на младото рурално население за обука за овој вид вештини, иако не како приоритет во споредба со другите услуги. Сепак, **младинските професионалци ја оценуваат со просек 8,4 од 10 важноста на обуката за зелени или претприемачки вештини за младите рурални луѓе (не само што треба да се вметни во зелените работни места, туку и во кој било друг вид вработување со оглед на неговите придобивки на личен и професионално ниво, како што е објавено во интервјуата).** На ист начин, **јавните органи и претставниците на третиот сектор сметаат дека оваа обука е неопходна во 91,3% и 87% од случаите.** Имајќи предвид дека **младата популација од руралните средини има поголеми потешкотии во наоѓањето вработување од младата популација која живее во урбаните средини (според 66,2% од анкетираниите младински работници),** улогата на јавните власти и субјектите од третиот сектор во промовирањето на вработувањето и зеленото претприемништво меѓу младите во руралните средини се сметаат за доста или многу важни (87%).

И покрај фактот што овие резултати укажуваат на релевантноста на овој вид услуги за подобрување на состојбата со вработувањето на младото рурално население, **јавните субјекти и членовите на третиот сектор ја оценуваат националната промоција на вработувањето и зеленото претприемништво кај оваа група со 5,2 на скала од 1 до 10.**

Во овој контекст, анкетите на професионалци за вработливост на млади покажаа дека **главните причини за ненудење специјализирани услуги (претставено на графикон 12) се:** 1) недостаток на финансиски и логистички ресурси за спроведување на услуги од овој тип (41,7%), 2. трансфер на овие услуги на други субјекти (16,7%) или дека сè уште не размислувале да ја понудат услугата (16,7%) и, 3) недостаток на знаење за можностите за работа што ги нуди зеленото вработување и претприемништвото (12,5%).

Графикон 12. Причини зошто организациите не нудат специјализирани услуги за советување и/или обука за вработување или зелено претприемништво на млади луѓе од руралните средини:



Source: own elaboration

Овие резултати укажуваат на важноста на обуката за зелени и претприемачки вештини од перспектива на оние профили специјализирани за можностите за работа на младото и руралното население, притоа **укажувајќи на малата покриеност на услугите за обука во овој поглед и ниската перцепција за младите рурални луѓе како приоритет во побарувачката на услуги за пристап до зелениот пазар на труд.**

5.3.3. ПОТРЕБА ДА СЕ ПРОМОВИРА ЗЕЛЕНО ВРАБОТУВАЊЕ И ПРЕТПРИЕМНИШТВО МЕЃУ МЛАДИТЕ РУРАЛНИ ЛУЃЕ.

Овој дел се заснова на информациите добиени од различни техники наведени погоре, особено од следните извори: анкети и интервјуа со младото рурално население, интервјуа со зелени бизниси, анкети со јавни тела и субјекти од третиот сектор и интервјуа и анкети за работници за вработливост на млади.

- **ЗЕЛЕНОТО ВРАБОТУВАЊЕ СЕ ПЕРЦЕПИРА КАКО РАБОТНА МОЖНОСТ ОД ПОВИСОК СТЕПЕН ЗА РАЗЛИКА ОД ЗЕЛЕНОТО ПРЕТПРИЕМНИШТВО**

73,9% од анкетираните јавни тела и субјекти од третиот сектор сметаат дека зелените работни места или зеленото претприемништво е доживеано од младите од руралните средини како можност за работа, што во голема мера се совпаѓа со информациите добиени од интервјуата и анкетата на младите од руралните средини. Резултатите од интервјуата со младите од руралните средини го одразуваат постоењето на добра перцепција за зелените работни места, повеќето од нив **ги сметаат овие работни места како можност за работа и повеќето од оние кои моментално се вработени во една, сакаат да ја задржат долгорочно** (никој од нив не употребиле било каква услуга за вработување за да пристапат до неа). Од друга страна, мнозинството од оние кои немаат професионално искуство во оваа област, исто така имаат размислувано да учествуваат во неа поради нејзините позитивни импликации за животната средина и нејзините изгледи за иден раст; а оние кои не размислувале споменале непознавање на овој тип на работа како главна причина зошто не се заинтересирани во неа.

Општо земено, анкетата за млади покажува дека **75,5% од младите од руралните средини се свесни за значењето на зелените работни места** и се свесни за нивното присуство во различни сектори на економијата. И, иако мнозинството (33,2%) размислувале да работат на зелена работна позиција во некоја прилика, а 28,3% размислувале за тоа во неколку наврати, **има значителен дел од 32,3% од младите од руралните средини кои никогаш не размислувале за тоа (графикон 13).**

Во однос на **зеленото претприемништво**, наоѓаме **малку понегативна перцепција за неговите можности за вработување**. Истражувањата покажуваат дека **61,5% од руралните млади никогаш не размислувале да започнат зелен бизнис (графикон 14).** Од друга страна, ниту еден од интервјуираните млади луѓе нема никакво претприемничко искуство и, иако 8 од 12-те млади луѓе го сметаат претприемништвото како можност за работа за нив, тие тоа го прават со бројни фактори поврзани со нивното сè уште ограничено професионално искуство, недостатокот на ресурси и знаење за започнување бизнис или недостаток на доверба во зелениот развој на национално ниво ¹. **Од 12-те интервјуирани лица, половина од нив размислувале да започнат зелен бизнис, но сите ќе го сторат тоа во иднина, кога имаат повеќе обука и ресурси.** Нивните причини се слични на оние претходно споменати за зеленото вработување: неговите позитивни импликации за животната средина и идните перспективи за раст, иако во овој случај се додаваат други причини како што се

¹Овој случај е конкретно откриен во 2-те интервјуа направени меѓу младото рурално население во Северна Македонија.

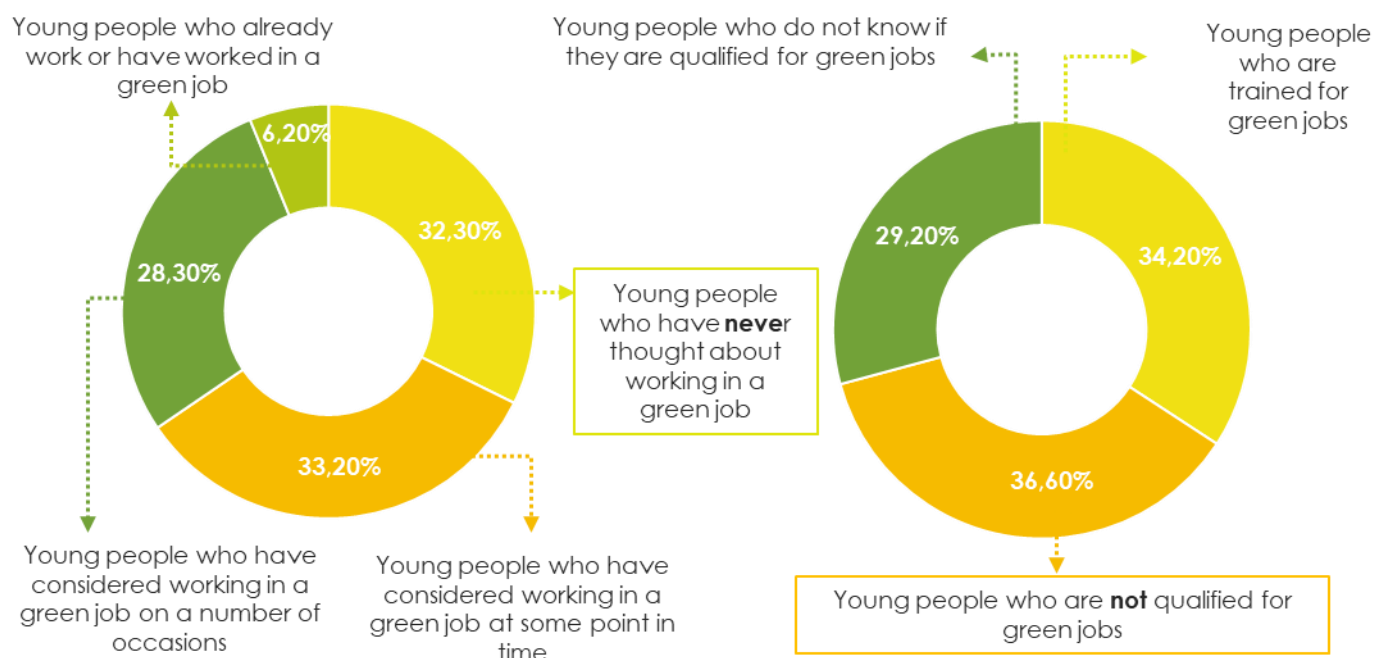
искористувањето на грантови и субвенции за млади луѓе и жени достапни на национално ниво ².

Овие резултати покажуваат дека, **иако мнозинството млади луѓе ги сметаат зелените работни места како можност за работа, сепак постои значителен дел кои не се запознаени со нив или се сомневаат дали ги имаат вештините да ги реализираат, како што е прикажано на графиконот 13.**

Повеќето не се сметаат себеси за способни да извршуваат зелена работа (36,6%), потоа следат оние кои работат (34,2%) и оние кои не знаат (29,2% од случаите). **Слично на тоа, иако зеленото претприемништво се смета за можност за работа, младите луѓе не го доживуваат како реална можност на краток рок.**

Не беа пронајдени статистички разлики по пол во однос на познавање на зелените работни места или дали некогаш размислувале да учествуваат во нив. Сепак, **има помала самоверба кај младите жени кога ќе ги прашаат дали имаат вештини за пристап до нив.** Мнозинството жени (44,4%) не се сметаат себеси за квалификувани за зелена работна позиција во споредба со мнозинството млади мажи (45,5%) кои се сметаат себеси за квалификувани ³.

Графикон 13. Процент на млади луѓе кои размислувале за зелени работни позиции и нивната перцепција за нивната обука за нивните перформанси:

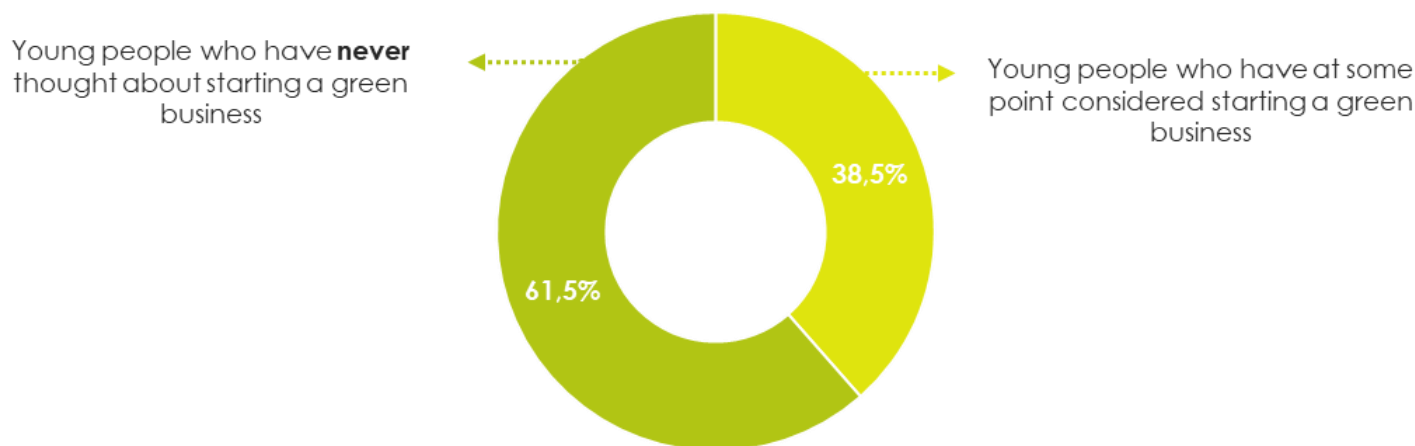


Source: own elaboration

² Достапноста на грантови и поддршка за претприемништво за млади и жени е посебно спомената во интервјуата спроведени со млади луѓе во Шпанија.

³ $\chi^2 = 19.190$ $p = ,001$

Графикон 14. Процент на млади луѓе кои размислувале за претприемништво



Source: own elaboration

Интервјуата со млади спремни за вработување се согласуваат во нивната позитивна перспектива за зелените можности за работа и предвиците за младите да започнат каков било бизнис. Со исклучок на професионалците во Северна Македонија (каде што се смета дека овие работни места сè уште се појавуваат), **професионалците сметаат дека зелените работни места нудат значителни можности за вработување за младите од руралните средини**. Меѓутоа, во Шпанија, тешкиот пристап до овие работни места е исто така нагласена, не толку поради средината, туку поради високата приватизација и малата понуда на јавни вработувања, особено на оние работни места лоцирани во управувањето со отпадот. И, иако **тие исто така го согледуваат потенцијалот на зеленото претприемништво за вработување во руралните средини, тие се согласуваат дека тој сè уште е многу зависен од присуството на помош и грантови** кои, во моментот, се ограничени.

Поради овој контекст, регрутерите за вработување на младите посочуваат дека работните насоки за младите од руралните средини се сложени бидејќи **не постојат соодветни насоки од училишните фази за промовирање на работата во руралните средини**. Затоа, тие сметаат дека, генерално, институциите посветени на обука или насоки за кариера ги охрабруваат младите да се обидат да пристапат до зелените работни места, но информациите обезбедени во училиштата се сметаат за застарени и постоечката обука ⁴надвор од училиштето нема тенденција да генерира врски со компании. Тие сметаат дека **пристапот до овие услуги не се охрабрува повеќе бидејќи**

⁴ Ова е особено спомнато во интервјуата со руралните млади и практичари за вработување на младите во Италија.

постои недостиг на свест за потребите за обука во „зелената“ ⁵област што е поврзано, во некои случаи, со големата динамика што ја доживуваат овие сектори.

Во врска со зеленото претприемништво, откриваме дека во повеќето земји младите известуваат дека институциите посветени на обука или насоки за кариера ги охрабруваат младите од рурални средини да започнат зелени бизниси. Сепак, тие изразуваат недоволство, истакнувајќи две главни ограничувања:

1) Покрај постојењето на различни програми за обука, особено онлајн, за развој на претприемништвото, **овие пристапи често се многу теоретски и генерички по природа и ретко се однесуваат на специфичните потреби и ситуации на овие млади.**

2) Често има **недостиг на финансиски средства**, што им отежнува на младите претприемачи да ги реализираат своите проекти. Во случаите каде се забележува дека младите не се охрабруваат да започнат зелени бизниси (Словенија, Италија и Северна Македонија), се истакнува уште едно ограничување, а тоа е недостатокот на знаење кај професионалците во областа на обука и насоки за работа.

Јавните власти и организациите од третиот сектор можат да одиграат клучна улога во креирањето **можности за вработување кои ги нудат зелените работни места видливи за оние кои сè уште не се запознаени со нив и во зајакнувањето на оние кои, иако се свесни за нив, во моментот не се сметаат себеси за способни да работат со нив.** На ист начин, познавањето на можностите што ги нуди зеленото претприемништво за младите може да придонесе за подобрување на моменталната перцепција за нивните можности за работа во нивниот регион. Сепак, постои **силна потреба да се ажурираат постоечките програми за обука и да се обезбедат што е можно повеќе ресурси, по можност прилагодени на реалноста на младите рурални луѓе.**

- СТРАТЕГИИ ЗА ПРОМОВИРАЊЕ ЗЕЛЕНО ВРАБОТУВАЊЕ И ПРЕТПРИЕМНИШТВО МЕЃУ МЛАДИТЕ РУРАЛНИ ЛУЃЕ

Со оглед на овие потреби поврзани со услугите и програмите за обука наменети за младите од руралните средини, ги составивме предлозите извлечени од интервјуата со различни профили: млади луѓе, зелени бизниси и млади професионалци за вработливост, со цел да обезбедиме придонес за конечните препораки на ова истражување.

Табелите 3 и 4 подолу ги сумираат стратешките предлози собрани од сите интервјуа за **промовирање и обука за зелени и претприемачки вештини и зголемен пристап до вработување и зелено претприемништво.**

⁵ Овој недостаток на знаење за зелените можности за вработување беше особено спомнат од практичарите за вработување на младите во Северна Македонија.

Табела 3: Список на стратегии за промовирање зелени вештини и обука за претприемништво од перспектива на руралните млади, зелени бизниси и младински работници за вработливост

	РУРАЛНИ МЛАДИ	ЗЕЛЕНИ БИЗНИСИ	МЛАДИНСКИ РАБОТНИЦИ ЗА ВРАБОТУВАЊЕ
ПРОМОВИРАЊЕ ОБУКА ЗА ЗЕЛЕНИ И ПРЕТПРИЕМНИЧКИ ВЕШТИНИ	1. Промовирање обука за овие компетенции меѓу наставниците за да можат да се учат на учениците од училишните фази па натаму.	1. Понуда на обука за вештини од компании , каде што тие исто така би можеле да го применат ова знаење преку практиканти во компании.	1. Обучете ги наставниците и обучувачите за овие вештини со цел да се поттикне поголем пренос на овие вештини на локалното младо население.
	2. Да се создадат повеќе односи меѓу општините и образовните институции и да се обезбеди оваа обука на локално ниво.	2. Зголемена доверба кај младите од рурални средини со цел да ги мотивираат да бараат можности за подобрување на нивната обука во таков динамичен контекст.	2. Олеснување на состаноци меѓу компаниите и младите за промовирање на знаењето за овој тип на обука и дејствување како мотиватори.
	3. Искористеност на предностите на онлајн ресурсите за обука, со оглед на нивните придобивки за руралното население, но без напуштање на состаноци лице во лице , кои помагаат да се создадат мрежи и да се намали чувството на осаменост.	3. Создавање мрежи од компаниите со младите луѓе за да им помогнат да ги развијат овие компетенции и да дејствуваат како татори за да ги информираат за потребите на пазарот на труд.	3. Спроведување кампањи за подигање на свеста, креирање отворени форуми, зајакнување на врските со училиштата и нудење бесплатни програми за обука и менторство за промовирање на знаењето и пристапот на младите до овие обуки.
	4. Во рамките на онлајн обуката, промовирање сесии во живо кои овозможуваат интеракција и близина меѓу младата рурална популација.	4. Обидете се да им покажете на младите колку е важно да им се даде вредност на малите секојдневни активности , на кој начин овие компетенции се интернализираат.	4. Дејствувајте како мотиватори за обука за овие компетенции со тоа што ќе ја направите видлива трансформативната моќ на овие компетенции, не само на професионално, туку и на лично ниво. Како и нивното потенцијално влијание на локално ниво.
	5. Користетење нови образовни стратегии , како што се мобилни апликации, кои овозможуваат обука за овие компетенции на интерактивен начин.	5. Подигнување на свеста за важноста на обуката , дури и за оние работни места каде што можеби не се смета за неопходно, како на пример во земјоделскиот сектор.	5. Прилагодете се на новите потреби на младите луѓе , особено на новите начини на интеракција со нив и на новите достапни пристапи на наставата, на пример преку нудење повеќе практична или технолошка обука и искористување на помалку формални методологии на настава.
	6. Обезбедување на повеќе практични обуки за претприемништво.		

Извор: сопствено истражување

Табела 4: Список на стратегии за промовирање пристап до вработување и зелено претприемништво од перспектива на руралните млади, зелени бизниси и младински работници за вработливост

**ПРОМОВИРАЊЕ
ЗЕЛЕНИ РАБОТИ И
ПРЕТПРИЕМНИШТВО**

РУРАЛНИ МЛАДИ	ЗЕЛЕНИ БИЗНИСИ	МЛАДИНСКИ РАБОТНИЦИ ЗА ВРАБОТУВАЊЕ
1. Знајте ги придобивките и предностите на зелените работни места на ниво на животна средина, социјална со цел да ги мотивирате да учествуваат на зелениот пазар на труд. 2. Дознајте за успешни деловни случаи на млади рурални луѓе и омајте состаноци со нив и со младото рурално население. 3. Бидете информирани за можностите достапни во зелениот сектор преку алатки како што се: платформи за вработување или зелени деловни мапи. 4. Обезбедете конкретни услуги кои им овозможуваат на младите од руралните средини 1) да научат за зелените можности за вработување, 2) достапни обуки за пристап до овие работни места и 3) совети за достапни грантови за претприемништво или обука во овие области. 5. Поттикнување на учеството на компаниите во училиштата преку посети и приредби. 6. Промовирајте повеќе инклузивни простори во зелени работни места за	1. Искористете ја врската помеѓу младото рурално население и природната средина и промовирајте ги овие работни места преку подигање на свеста за нивните повеќекратни придобивки на социјално и еколошко ниво. 2. Поттикнување на претприемништвото и вклучување на младите во зелени иницијативи, обезбедувајќи им пристап до информации и на тој начин поттикнувајќи поблиски односи меѓу компаниите и младите луѓе. 3. Да се зајакнат врските помеѓу зелените бизниси и младите, да се информираат за трендовите на пазарот и да се понудат услуги за практикантска работа и сертифицирана обука во области како што се обновливите извори на енергија или одржливото земјоделство. 4. Објавувајте ги добрите практики	1. Промовирајте состаноци меѓу претприемачите во руралните области за да дејствуваат како мотиватори и да го спречат чувството на осаменост кај младите луѓе кои се обидуваат да станат претприемачи. 2. Подигнете ја свеста за зелените работни места кај обучувачите и советниците за работа за да можат оптимално да ги промовираат меѓу младото рурално население или надворешните лица заинтересирани да се преселат во руралните области. 3. Промовирајте ја врската помеѓу одржливоста и претприемништвото уште од најраните образовни фази. 4. Покажете го потенцијалот на руралните области и нивните единствени зелени можности за вработување преку подигање на свеста кампањи за зелено претприемништво во руралните средини. 5. Да се промовираат можностите за обука меѓу младите мигранти заинтересирани да се преселат во руралните области ⁶.

⁶ Интервјуата со битните места за вработување во Шпанија укажаа дека можностите за зелени работни места не се разликуваат од другите конвенционални работни места и дека има можности за обука на ретки за младите мигранти, кои претходно примиле лекови да пристапат до бесплатна обука во земјата.

социјалните малцинства.

откриени на други
територии и како тие
може да се
прилагодат на други
локални и
национални
контексти.

5. **Едуцирајте ги
младите за
вредности** за да го
поттикнете нивниот
интерес за етички и
одржливи работни
места.

Извор: сопствен елаборат

Составувањето предлози за тоа како да се подобри обуката за вештини и поголемо учество на зелениот пазар на труд покажува дека постои усогласување помеѓу неколку од предлозите од различните профили кои се интервјуирани, **со особено совпаѓање во следните точки:**

- Потребата да се промовираат овие обуки и интереси уште од најраните образовни фази.
- Да се зајакнат врските помеѓу различните агенти (млади, бизниси и социјални субјекти) за воспоставување мрежи кои ќе ги инспирираат и мотивираат младите од руралните средини да учествуваат на зелениот пазар на труд.
- Понуди на реални можности за младите да учествуваат на зелениот пазар на труд преку пракса во зелените бизниси.
- И ажурирање на веќе постоечките обуки во однос на новите потреби на младите, кои бараат поголема практичност и длабочина на стекнатото знаење.

6. ЗАКЛУЧОК

Наодите од овој извештај ги потврдуваат можностите што ги нуди зелениот пазар на труд во Европа по **идентификувањето на зелените ниши за вработување во 12 различни сектори во 6-те анализирани европски земји и следењето на 68 добри практики кои ги промовираат овие активности.**

Разновидноста на користените методологии овозможи да се разберат потребите за **обука на младите од руралните средини во однос на зелените и претприемачките вештини** од различни профили и пристапи, одредувајќи дека овој колектив ги согледува придобивките од обуката за зелени и претприемачки вештини, сепак:

- И покрај присуството на зелени и претприемачки вештини кај младите од руралните средини, сè уште има голем дел од млади луѓе кои не можат да идентификуваат дали ги имаат и/или не се свесни за постоењето на таква обука.
- Постои поголем недостиг на доверба кај младите жени кога се размислува за нивното учество на зелени работни места.
- Постојните обуки за вештини се сметаат за застарени во образовните системи и премногу специјализирани кога се обезбедуваат од компании. Всушност, обуката која најмногу доминира се карактеризира со тоа што е онлајн, теоретска и не многу практична.
- Претприемачките вештини кои најмалку ги бараат зелените бизниси се исто така најповолни за деловното претприемништво, а токму во самооценувањето на овие вештини на младите рурални луѓе им е потребна најмногу обука.
- Овие вештини се сè уште тешки за детектирање од зелените бизниси во нивните процеси на селекција.

Во исто време, **постои потреба од проширување на услугите за обуки достапни за младите од руралните средини, како во однос на обуката за вештини, така и во однос на пристапот до зелениот пазар на труд:**

- Обуката за зелени и претприемачки вештини е барана кај младите од руралните средини, но не е приоритет во споредба со другите услуги за вработување. Истовремено, кога станува збор за фаворизирање на можностите за вработување на младите од руралните средини, таа е високо ценета.
- И покрај постоењето на специјализирани услуги за вклучување на младите од рурални средини на зелениот пазар на труд, тие не се сметаат за доволни. Сè уште постои потреба од советување и услуги за поддршка и за обука и за можности за зелено претприемништво, особено поради динамичната природа на овие услуги.
- Постои потреба од понатамошно прилагодување на постојните обуки за да се одговори и на потребите во руралните средини и на новите потреби на зелениот пазар на труд.
- Сè уште има потреба од дополнителни информации за можностите кои ги нуди зелениот пазар на труд кај оние млади луѓе кои не се запознаени со него. Во оваа насока, исто така, постои потреба од натамошно промовирање на можностите за работа на зеленото претприемништво, имајќи ја предвид зголемената недоверба кај младата популација поради големата зависност од грантови и поддршка и нивното ограничено знаење и професионално искуство.

Сè уште постои потреба да се продолжи со работа за да се осигура дека зелените работни средини нудат реални можности за социјална вклученост.

7. ПРЕПОРАКИ ЗА ЗАДОВОЛУВАЊЕ НА ПОТРЕБИТЕ ЗА ОБУКА НА МЛАДИТЕ РУРАЛНИ ЛУЃЕ

Препораките во овој дел се насочени кон сумирање на најрелевантните информации за развој на идни програми за обука кои вклучуваат зелени и претприемачки вештини:

Во однос на содржината на обуките се препорачува:

- Курсевите за обука за компетенции треба да обезбедат **главно практично знаење**, овозможувајќи знаењето за тоа како да се применат научените компетенции да се **ажурира во согласност со потребите на пазарот на трудот**.
- Промовирање на **учеството на зелените бизниси** на обуките со цел да се обезбеди знаење од прва рака за зелените работни места и придобивките од зелените работни места.
- Вклучете **успешни приказни во курсевите за обука и организирајте состаноци со млади рурални претприемачи** за да ја мотивирате креативноста и ентузијазмот за претприемништво кај младите.
- **Надополнување на обуката за вештини со техничка обука** во области како што се управување со отпад, обновлива енергија, одржливо земјоделско производство, мерење на јаглеродниот отпечаток или зелени сертификати.
- Вклучете ја **родовата перспектива** во дизајнот за да се намали јазот во знаењето и учеството на зелениот пазар на трудот.
- **Имајте ги во предвид и информациите во врска со руралните контексти:**
 - Информации за **специфичните тешкотии на претприемништвото**, како што е отсуството на комерцијални простории или регистри на достапни комерцијални простории, и стратегии за справување со нив.
 - Информации за **кооперативни деловни стратегии**, како што се споделување ресурси или добавувачи со остатокот од руралното население, со цел да се обидат да ги поделат трошоците што е можно повеќе и да ја зголемат конкурентноста на руралните бизниси во споредба со мултинационалните компании.
 - Информации за проблемите поврзани со **пристапот до обработливо земјиште** во развојот на агробизнисот и стратегии за борба против него.

Што се однесува до организацијата на курсевите за обука:

- И покрај придобивките што онлајн обуката ги носи во руралните области, се препорачува **да не се напуштаат сесиите лице в лице** со цел да се поттикне создавањето мрежи и врски помеѓу различните агенти во областа (млади луѓе, компании, јавна администрација и општествените субјекти). Овие состаноци ги зајакнуваат односите и им овозможуваат на младите луѓе да се чувствуваат повеќе поддржани во нивните кариерни проекти.
- Идните обуки треба да бидат **поиновативни во нивните наставни методологии** и да вклучуваат употреба на ИКТ (информациски, комуникациски и технолошки) алатки и интерактивни или помалку официјални наставни методи.
- Се препорачува да се овозможат можности за младите рурални луѓе да го применат знаењето научено во зелените бизниси преку **пракса**. Ова ќе

промовира фактот дека можностите за обука се поврзани со можностите за работа.

- Се препорачува **обуката за компетенции да биде придружена со сертификати**, со цел да им се помогне на компаниите да ги откријат овие компетенции за време на процесот на регрутирање.
- Соодветно е да се **понуѓи широк опсег на обуки на различни нивоа**, опфаќајќи од најраните образовни нивоа па се до поспецијализираните и **достапни за групите изложени на ризик од социјална исклученост**, како што се младите мигранти или лицата од малцинските групи.

8. КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

- ATEI (2022a). *Informe sobre oportunidades de empleo para colectivos vulnerables en el sector de la Rehabilitación de edificios*. Alianza para la Transición Energética Inclusiva. Repsol Fundación y Fundación Santa María la Real.
<https://alianzatransicioninclusiva.com/tag/fundacion-santa-maria-la-real/>
- ATEI (2022b). *Informe sobre oportunidades de empleo para colectivos vulnerables en el sector de la Iluminación Sostenible*. Alianza para la Transición Energética Inclusiva. Repsol Fundación y Fundación Santa María la Real.
<https://alianzatransicioninclusiva.com/tag/fundacion-santa-maria-la-real/>
- ATEI (2021b). *Informe sobre oportunidades de empleo para colectivos vulnerables en el sector de la Reforestación/Reducción de emisiones en Spain*. Alianza para la Transición Energética Inclusiva. Repsol Fundación y Fundación Santa María la Real.
<https://alianzatransicioninclusiva.com/tag/fundacion-santa-maria-la-real/>
- ATEI (2021a). *Informe sobre oportunidades de empleo para colectivos vulnerables en el sector de la Movilidad Sostenible en Spain*. Alianza para la Transición Energética Inclusiva. Repsol Fundación y Fundación Santa María la Real.
<https://alianzatransicioninclusiva.com/tag/fundacion-santa-maria-la-real/>
- Avsec, S. y Kaučič, B. (2018). Green economy for sustainable environment: Slovenian perspective. *Środowisko Mieszkaniowe* 21, 62–71.
<https://doi.org/10.4467/25438700sm.17.069.7926>
- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, y Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Luxembourg: Publication Office of the European Union. doi:10.2791/593884.
- CEDEFOP (2010). *Skills for green jobs*. European Synthesis Report. European Centre for the Development of Vocational Training, International Labour Organization.
- CEDEFOP (2021). *The green employment and skills transformation: insights from a European Green Deal skills forecast scenario*. Luxembourg: Publications Office.
<http://data.europa.eu/doi/10.2801/112540>
- CEDEFOP (2022). *Work-Based Learning and the Green Transition*.
https://www.cedefop.europa.eu/files/2232_en_0.pdf
- Comisión Europea (2010). *EUROPA 2020 Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*. Bruselas.
- Comisión Europea (2017). *Technical handbook on the monitoring and evaluation framework of the Common Agricultural Policy 2014 – 2020*. Directorate-general for Agriculture and Rural Development. June 2017. European Commission.
https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2018-10/technical-handbook-monitoring-evaluation-framework_june17_en_0.pdf
- Comisión Europea (2019). *El Pacto Verde Europeo*. Comisión Europea. Bruselas.

- Comisión Europea (2021). *Una Visión a largo plazo para las zonas rurales de la UE: hacia unas zonas rurales más fuertes, conectadas, resilientes y prósperas antes de 2040*. Comisión Europea. Bruselas. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52021DC0345&from=SK>
- Comisión Europea (2022a). *GreenComp. El marco europeo de competencias sobre sostenibilidad*. Joint Research Centre. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/bc83061d-74ec-11ec-9136-01aa75ed71a1/language-es>
- Comisión Europea (2022b). *At a glance: Greece's Cap Strategic Plan*. Agriculture and rural development. European Commission. https://rural-interfaces.eu/wp-content/uploads/2020/04/csp-at-a-glance-greece_en.pdf
- Díaz-Catalán, C. y Díaz-Chorne, L. (2016). No es país para emprendedores: emprendimiento y movilidad juvenil en Europa. *Revista de Estudios de Juventud*, 113.
- Ecnopoly (2022). Ecco al via la carica delle professioni green, anche in Italy. *Il Sole 24 Ore*. <https://www.econopoly.ilsole24ore.com/2022/05/09/professioni-green-lavoro/>
- EP (2021a). La UE moviliza medios para sofocar los incendios en Italy, Greece y los Balcanes. *Europa Press Internacional*. <https://www.europapress.es/internacional/noticia-ue-moviliza-medios-sofocar-incendios-Italy-Greece-balcenes-20210804160643.html>
- EP (2021b). Las autoridades dan temporalmente por controlado el incendio más grande de la historia de Chipre. *Europa Press Internacional*. <https://www.europapress.es/internacional/noticia-enorme-incendio-forestal-deja-menos-cuatro-muertos-suroeste-chipre-20210704091519.html>
- EP (2022). Slovenia moviliza a 2.000 efectivos para combatir los graves incendios. *Europa Press Internacional*. <https://www.europapress.es/internacional/noticia-Slovenia-moviliza-2000-efectivos-combatir-graves-incendios-20220724204335.html>
- EuroNews (2023). La ola de calor aviva los incendios en Europa. <https://es.euronews.com/2023/07/17/nuevos-en-incendios-en-el-sur-de-europa>
- Eurostat (2022). National structures. Correspondence between the NUTS levels and the national administrative units. <https://bit.ly/3oP0bTU>
- FAM (2020). *Informe GEM Italy 2019-2020. GEM - Encuesta Global de Emprendimiento*. Fondazione Aristide Merloni. https://www.researchgate.net/publication/358089417_Global_Entrepreneurship_Monitor_GEM_Italy_2019-2020_-_report
- Forética (2022). *Jobs 2030: Futuro del trabajo*. Observatorio español de empleo verde y transición justa. https://foretica.org/wp-content/uploads/2022/11/Jobs-2030-Futuro-del-Trabajo_ObservatorioEspanolEmpleoVerdeyTransicionJusta.pdf
- Fundación Biodiversidad (2023). *Empleo y transición ecológica. Yacimientos de empleo, transformación laboral y retos formativos en los sectores relacionados con el cambio climático y la biodiversidad en Spain*. Gobierno de Spain, Ministerio para la Transición Ecológica y el reto demográfico. <https://fundacion-biodiversidad.es/wp->

content/uploads/2023/05/Estudio-Empleo-y-Transicion-Ecologica_-def.pdf?utm_campaign=estudio-de-yacimientos&utm_medium=email&utm_source=acumbamail

Gelasio, T. y Gisotti, M. (2019). *100 green jobs per trovare lavoro. Guida alle professioni sicure, circolari e sostenibili*. Edizioni Ambiente. <https://shop.edizioniambiente.it/catalogo/100-green-jobs-per-trovare-lavoro>

GEM (2014). *El emprendimiento en Macedonia, cuarta investigación* (ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО ВО МАКЕДОНИЈА четврто истражување). GEM - Encuesta Global de Emprendimiento. Fundación de Desarrollo de Macedonia para Empresas (MRFP). <https://www.gem-makedonija.org.mk/wp-content/uploads/2017/01/pretpriemnistvo-vo-makedonija-gem2013.pdf>

GEM (2023a). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023. Global Report: Adapting to a "New Normal"*. London: GEM.

GEM (2023b). *Global Entrepreneurship Monitor*. <https://bit.ly/2qHwPWb> (Consultado el 3 de abril de 2023)

Gobierno de Spain (2011). *Oportunidades para la creación de empleo en el Medio Rural*. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. http://www.rurapolis.es/models/recursos/5/gqvlpVXsUCaFYn4Oportunidades_para_la_creacion_de_empleo_en_el_medio_rural.pdf?1417447812

Gobierno de Spain (2016). *Estrategia española de Bioeconomía Horizonte 2030*. Ministerio de Economía y Competitividad. https://www.mapa.gob.es/ca/desarrollo-rural/temas/innovacion-medio-rural/estrategiaenbioeconomia23_12_15_tcm34-560119.pdf

Gobierno de Spain (2019). *Estrategia de Transición Justa*. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. https://www.transicionjusta.gob.es/Documents/common/Estrategia_Transicion_Justa-Def.PDF

Gobierno de Spain (2020). *Spain Circular 2030. Estrategia Española de Economía Circular*. Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico. <https://www.miteco.gob.es/fr/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/estrategia.html>

Gonzalez-Morales, O., Peza-Vazquez, R., y Contreras-Cueva, A. (2019). Las políticas de emprendimiento en Europa: un estudio comparado por países. *International Review of Economic Policy: Revista Internacional de Política Económica*, 1(1), 72-85. <https://doi.org/10.7203/IREP.1.1.16458>

Gospodarska zbornica Slovenije (2017). *Podjetja z okoljskimi dejavnostmi*. Retrieved from <https://www.gzs.si/>

ICEX (2022). *El mercado de las infraestructuras de agua y residuos en Chipre*. ICEX Spain Exportación e inversión. Estudio de Mercado. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de Spain en Atenas.

https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/011/documentos/2022/11/estudio-de-mercado--el-mercado-de-las-infraestructuras-de-agua-y-residuos-en-chipre-2022-/Agua%20y%20residuos%20Chipre_final.pdf

IEA (2020). *International Energy Agency*. Greece. <https://www.iea.org/countries/greece>

IRENA (2023). *Cyprus Ministry of Energy, Commerce, and Industry. Energy Transition and Job Creation in Cyprus*. Government of Cyprus. <https://energy.gov.cy/assets/entipo-iliko/RENEWABLE%20ENERGY%20ROADMAP%20FOR%20THE%20REPUBLIC%20OF%20CYPRUS.pdf>

ISTAS y Ecoembes (2019). *Generación de empleo verde, calidad del empleo y valor añadido del sistema colectivo de Ecoembes*. Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud y Ecoembes. <https://habitat.ccoo.es/4b7b5868897b5096df824dd8ebd65da7000072.pdf>

Mitevaska, M., Salamun, K. L., Nieckarz, K., y Jovanov Skopje, S. (2019). *Sustainability Advisors: Discussing the potential for new green jobs among young people in Europe*. European Commission Erasmus+ Programme. http://humanost.org.mk/wp-content/uploads/2020/01/Final-document_compressed_20190801_052513.pdf

Morgan J.P. y Konecta Fundación (2021). *Empleo Verde Agenda 2030*. Observatorio Empleo Verde. <https://www.fundacionkonecta.org/wp-content/uploads/2023/03/211209-EJECUTIVO-EMPLEO-VERDE-JP-MORGANcast.pdf>

Naciones Unidas (2015). *Acuerdo de París de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (UNFCCC)*. Naciones Unidas (ONU).

Nedanovski, P. (2013). *Green Jobs Case Study of the Republic of Macedonia*. USAID, Habitat for Humanity, Macedonia. <https://getwarmhomes.org/wp-content/uploads/2016/05/angliska.pdf>

OEE (2023). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM Spain 2022-2023*. Observatorio del Emprendimiento de Spain. Ed. Universidad de Cantabria <https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2023/05/Informe-GEM-Espana-2022-2023.pdf>

OIT (2016). *¿Qué es un empleo verde?* Organización Internacional del Trabajo. <https://bit.ly/32TgRtS>

OIT (2018). *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo 2018: Sostenibilidad medioambiental con empleo*. Organización Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_628710.pdf

Parlamento Europeo (2013). *Resolución del Parlamento Europeo, de 21 de noviembre de 2013, sobre el Plan de acción sobre emprendimiento 2020 – Relanzar el espíritu emprendedor en Europa (2013/2532(RSP))*. Parlamento Europeo. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-7-2013-0512_ES.pdf?redirect

- PNUMA (2008). *Empleos verdes: Hacia el trabajo decente en un mundo sostenible y con bajas emisiones de carbono*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. <https://bit.ly/3oO04lq>
- PNUMA (2011). *Hacia una economía verde: Guía para el desarrollo sostenible y la erradicación de la pobreza. Síntesis para los encargados de la formulación de políticas*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).
- Polyviou, A., Eteokleous, P., Dikaiakos M.D. y Kassinis, G. (2021) *Entrepreneurship in Cyprus: National Report 2019/2020. GEM - Encuesta Global de Emprendimiento*. University of Cyprus. <https://www.gemconsortium.org/report/entrepreneurship-in-cyprus-national-report-20192020>
- Russo, D. (2022). Professioni green: c'è grande richiesta ma l'offerta latita. *Il Sole 24 Ore*. https://www.ilsole24ore.com/art/professioni-green-c-e-grande-richiesta-ma-l-offerta-latita-ecco-profilo-piu-ricercati-AEPFdzHB?refresh_ce=1
- Serrasqueiro, Z., Leitão, J. y Smallbone, D. (2018). Small-and medium-sized enterprises (SME) growth and financing sources: Before and after the financial crisis. *Journal of Management & Organization*, 1-16. doi:10.1017/jmo.2018.14
- Širec, K. y Crnogaj, K. (eds.) (2023). *GEM Slovenia, dos décadas de dinámica de desarrollo empresarial*. 2022. Universidad de Maribor, Univerzitetna založba. doi: 10.18690/um.epf.4.2023.
- Soto-Simeone, A. y Kautonen, T. (2020). Senior entrepreneurship following unemployment: A social identity theory perspective. *Review of Managerial Science*, 1–24.
- UE (2012). El Espíritu Empresarial Rural. Revista Rural de la UE. *La revista de la Red Europea de Desarrollo Rural*, 10. Comisión Europea Agricultura y Desarrollo Rural. <https://ec.europa.eu/enrd/sites/default/files/09CA9272-E7EC-F887-076F-60530F37F7BF.pdf>
- UE (2013). REGLAMENTO (UE) no 1305/2013 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 17 de diciembre de 2013 relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader) y por el que se deroga el Reglamento (CE) no 1698/2005 del Consejo. *Diario Oficial de la Unión Europea*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1305>
- Unioncamere (2021a). *Le competenze green. Analisi della domanda di competenze legate alla Green Economy*. Nelle imprese. Indagine 2021. Unioncamere, Unione Europea, PonSpao y ANPAL.
- Unioncamere (2021b). *Previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italy a medio termine. (2021-2025)*. Scenari per l'orientamento e la programmazione della formazione. <https://excelsior.unioncamere.net/pubblicazioni/2021/previsioni-dei-fabbisogni-occupazionali-e-professionali-Italy-medio-termine>
- Unioncamere (2022a). *Le competenze green. Analisi della domanda di competenze legate alla Green Economy nelle imprese*. Indagine 2022. Unioncamere, Unione Europea,

PonSpao y ANPAL. https://excelsior.unioncamere.net/raccolta-dati?destination=/sites/default/files/pubblicazioni/2022/CompetenzeGreen_2022.pdf

Unioncamere y Fondazione Symbola (2022). *Rapporto Green Italy 2021. Un'economia a misura d'uomo contro la crisi*, Unioncamere. Fondazione Symbola. <https://www.symbola.net/ricerca/green-italy-2022/>

UPTA (2020). *Guía Emprendimiento en el Ámbito Rural*. Economía Social Rural y Trabajo Autónomo. Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA).

Yiotopoulos, Y., Valavaniotis, E. y Stavrakí, S. (2019). *Informe anual sobre emprendimiento 2018-2019. Se potencia el crecimiento del nuevo emprendimiento*. GEM - Encuesta Global de Emprendimiento. Instituto de Investigación Económica e Industrial (IOBE)

WBG (2014). *FYR Macedonia Green Growth Country Assessment*. World Bank Group. Washington, DC. <http://hdl.handle.net/10986/19308>

КОНСУЛТИРАНА ДОПОЛНИТЕЛНА БИБЛИОГРАФИЈА ПРИ ИДЕНТИФИКАЦИЈАТА НА ЗЕЛЕНИТЕ НИШИ ЗА ВРАБОТУВАЊЕ

- Appa renovables (2020). *Estudio del Impacto Macroeconómico de las Energías Renovables en Spain*. Asociación de empresas de energía renovable (APPA).
https://www.appa.es/wp-content/uploads/2021/11/Estudio_del_impacto_Macroeconomico_de_las_energias_renovables_en_Espana_2020.pdf
- CEPE (2016). *Planificación, implementación, seguimiento y revisión de los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Comisión Económica para Europa de las Naciones Unidas, Ginebra, Suiza https://www.unece.org/fileadmin/DAM/sustainable-development/Cyprus_Regional_SDG_Survey.pdf
- FAO (2023). *FAO e-learning Academy*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://elearning.fao.org/>
- Fondazione Symbola (2021). *Rapporto Green Italy 2021. Un'economia a misura d'uomo per il futuro dell'Europa*. Unioncamere, Fondazione Symbola.
<https://www.symbola.net/ricerca/green-italy-2021/> /
<https://www.federlegnoarredo.it/ContentsFiles/2610Rapporto%20Greenitaly%202021.pdf>
- Fundación Biodiversidad y OSE (2010). *Informe Empleo verde en una economía sostenible*. Fundación Biodiversidad y Observatorio de la Sostenibilidad en Spain.
https://www.empleaverde.es/sites/default/files/informe_empleo_verde.pdf
- Gaertner, A. (2020). *Reconstruyamos el Futuro: un Green New Deal para Spain. Un futuro mejor y más sostenible para todos*. Observatorio Sostenibilidad, Madrid.
<https://www.yumpu.com/es/document/view/65048821/reconstruyamos-el-futuro-un-green-new-deal-para-espana->
- Gobierno de Spain (2012). *Proyecto "REPEX Rehabilitación energética de edificios. Una oportunidad de empleo verde en Extremadura. Una solución a la pobreza energética"*. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
<https://www.empleaverde.es/sites/default/files/memorias-proyectos/aca.pdf>
- Gobierno de Spain (2013). *EMPLEO VERDE: Concepto y tendencias. Análisis y Prospectiva. Serie Medio Ambiente*. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, nº6.
https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/AyP_serie%20n%C2%BA6_Empleo%20Verde_tcm30-88411.pdf
- GSTC (2023). *Sustainable Tourism Training Program*. Global Sustainable Tourism Council.
<https://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-training/>
- Kerneža, M. y Zemljak, D. (2023). *Competencias verdes, competencia lingüística y Europass: Empoderar la búsqueda de empleo sostenible y el desarrollo profesional en Europa*. Comisión Europea. <https://epale.ec.europa.eu/en/content/green-skills-language-proficiency-and-europass-empowering-sustainable-job-search-and-career>
- MFA (2023). *Sustainable Agriculture. Food and Gastronomy*. Ministry of Foreign Affairs. Disponible en: <https://www.mfa.gr/china/en/about-greece/food-and-gastronomy/sustainable-agriculture.html>
- OECD (2022). *OECD Tourism Trends and Policies 2022*. Organisation for Economic Co-operation and Development Greece. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/4976a7d9-en/index.html?itemId=/content/component/4976a7d9-en>

- República de Chipre (2017). *Review on the Implementation of the 2030 Agenda in Cyprus*, Ministerio de Asuntos Exteriores, Chipre
<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/15886Cyprus.pdf>
- SARE (2023). Farmer-driven innovations in agriculture that improve profitability, stewardship and quality of life. *Sustainable Agriculture and education*. <https://www.sare.org/>
- Tadeja Janša (2019). Tadeja Janša, JSI-EEC, prepared as a part of a project for the Ministry of the Environment and Spatial Planning. *Agencija Republike Slovenije za okolje*.
<https://kazalci.arso.gov.si/en/content/green-jobs-2>
- Unioncamere (2020). *Previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italy a medio termine. (2020-2024)*. Scenari per l'orientamento e la programmazione della formazione. Unioncamere, Unione Europea, PonSpao y ANPAL.
<https://excelsior.unioncamere.net/pubblicazioni/2020/previsioni-dei-fabbisogni-occupazionali-e-professionali-Italy-medio-termine>
- Unioncamere (2022b). *Previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italy a medio termine. (2022-2026)*. Scenari per l'orientamento e la programmazione della formazione. Unioncamere, Unione Europea, PonSpao y ANPAL.
<https://excelsior.unioncamere.net/pubblicazioni/2022/previsioni-dei-fabbisogni-occupazionali-e-professionali-Italy-medio-termine-0>
- UNWTO (2023). *Tourism Online Academy*. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) <https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu/>
- YES Foundation (2022) "GREEN TRANSITION" - Programa acelerador de empresas verdes. YES Foundation. <http://www.yes.org.mk/Media/News.aspx?n=757&r=6&l=63&c=22>
- Zdraveva, P. (2022) *Decarbonising the Economy of North Macedonia*. Policy Brief No.21/2022. European Parliament <https://www.martenscentre.eu/wp-content/uploads/2022/11/Decarbonising-the-Economy-of-North-Macedonia.pdf>

АНЕКС I: ОБУКА ЗА ЗЕЛЕНО ПРЕТПРИЕМНИШТВО И ЗЕЛЕНИ РАБОТНИ ПОЗИЦИИ

Земја	Курс за обука	Линк за дополнителни информации
Северна Македонија	- Универзитетот на Југоисточна Европа нуди програма за обука посветена на зелената економија и одржливиот развој како и други фокусирани на обезбедување сеопфатна обука во областа на одржливи енергетски системи.	https://www.seeu.edu.mk/en/faculties/be/be-study-programmes?id=246
	- Македонската Соларна Асоцијација , нуди фокусирана обука за рециклирање или понатамошна обука за користење на обновливи извори.	https://www.masterstudies.com/institutions/seeu/energy-management-and-sustainable-development
	- „Фондацијата ПСМ“ нуди програма за поддршка на зелените бизнис идеи и поддршка на претприемачките активности на територијата.	https://wbc-rti.info/object/call/22874
Кипар	- Курсеви за одржлив развој, обновлива енергија и инженерство за животна средина се нудат на Кипарскиот Универзитет за Технологија .	CYPRUS UNIVERSITY OF TECHNOLOGY (cut.ac.cy)
	- Курсеви за обновливи извори на енергија и одржлив дизајн на згради понудени од Кипарскиот Институт за Енергија .	University of Cyprus, FOSS Research Centre for Sustainable Energy Office of International Programs (princeton.edu)
	- Курсеви поврзани со зелено вработување, вклучувајќи модули за климатски промени, заштита на животната средина и обновливи извори на енергија на Универзитетот во Кипар .	Home - Department of Civil and Environmental Engineering (ucy.ac.cy)
Грција	- Бројни курсеви за обука за одржливо земјоделство понудени на Земјоделскиот Универзитет во Атина .	https://www.agrofossilfree.eu/es/universidad-agricola-de-atenas/
	- Меѓународна магистерска програма (м-р) „Одржлив развој на туризмот: Наследство, Животна средина, Општество“	https://www.tourismheritage.hua.gr/
	- Националниот Технички Универзитет во Атина нуди обука за инженерство за обновливи извори на енергија.	https://www.ece.ntua.gr/en/undergraduate/courses/3244
Словенија	- Катапулт е приватна иницијатива чија цел е да придонесе за промоција на локалното претприемништво.	https://katapult.si/
	- Универзитетот во Љубљана нуди обновена програма за економија и животна средина во јавниот сектор.	http://www.ef.uni-lj.si/podiplomsko/javni_sektor
	- Проектот Гриндекс , промовиран од Словенската Национална Агенција “MOVIT” , има обуки фокусирани на намалување на емисијата на јаглерод.	https://greendex.world/

Италија	- Обука за Енергетска Сертификација на згради од Универзитетот во Катанија.	https://www.cutgana.unict.it/terza-missione/certificazione-energetica-degli-edifici
	- Програмата Енергија за училиштата (Energia per le scuole) започната од "Enel" има за цел да одговори на најактуелните барања на енергетскиот сектор.	https://www.enel.com/it/media/esplorazione/ricerca-comunicati-stampa/press/2023/02/enel-presenta-energie-per-la-scuola-un-ponte-tra-imprese-e-formazione-per-la-transizione-energetica
	- "Università Politecnica delle Marche" нуди разновидна обука за управување со одржливост, еколошки науки, иновативни земјоделски системи или инженерство за животна средина. - И разни образовни институции како што се "Politecnico di Milano", Универзитетот во Павија и Парма нудат обука за зелени технологии.	https://www.repubblica.it/green-and-blue/2022/06/20/news/universita_green_economy_ambiente_crisi_climatica-351458992/
	- Универзитетите во Болоња, Бреша, Рим, Сапиенца и Федерико II нудат обука за економија на ресурси и одржлив развој; глобалните предизвици и глобалната одржливост. - И универзитетите како "Бокони и Луис" нудат обука за енергетска ефикасност.	https://spaziopubblico.fpcgil.it/corsi-di-studi-transizione-ecologica/
Шпанија	- Универзитетите како што се Политехничкиот универзитет во Мадрид, Универзитетот во Сарагоса, Универзитетот во Коруња или "Instituto Superior de Medio Ambiente" имаат специјализирана обука за обновливи извори на енергија и енергетска ефикасност во градежништвото, индустријата и транспортот.	https://www.upm.es/Estudiantes/Estudios_Titulaciones/Estudios_Master/Programas?id=6.6&fmt=detail https://estudios.unizar.es/estudio/ver?id=652 https://estudios.udc.es/es/study/start/4547v01 https://www.ismedioambiente.com/master/
	- Универзитетите во Андалузија и Барселона нудат и дипломи и постдипломски курсеви за органско земјоделство и сточарство.	https://www.unia.es/estudios-y-acceso/oferta-academica/masteres-oficiales/master-oficial-en-agricultura-y-ganaderia-ecologicas https://www.ub.edu/masterae/
	- Шпанија нуди Стручна и Образовна обука (VET) за активности во одржлив транспорт, управување и инсталирање на обновливи извори на енергија, енергетска рехабилитација на згради, шумарство и земјоделство.	https://www.todofp.es/que-estudiar/loe.html
	- Шпанија нуди професионални сертификати кои овозможуваат извршување на активности во секторот за управување со отпад, управување и инсталирање на обновливи извори на енергија, енергетска рехабилитација на згради како и во секторот шумарство.	https://sede.sepe.gob.es/especialidad/esformativas/RXBuscadorEFRED/BusquedaEspecialidades.do

АНЕКС II: ИДЕНТИФИКУВАНИ ДОБРИ ПРАКТИКИ НА ЗЕЛЕНИ ПРЕТПРИЕМНИШТВА

Трансформирање на пластичниот отпад во одржливи производи (Белгија)	
: Есо-oh ! собира , сортира, чисти и рециклира домашниот пластичен отпад во издржливи, одржливи производи за градини, градежништво и инфраструктура.	
Име на организацијата која промовира: Есо-oh !, Локација каде што е имплементиран: Лаакдал, Белгија Целна група: Општа јавност и бизниси Цели: Намалување на пластичниот отпад и промовирање на одржливост преку создавање производи за рециклирање.	
Придобивки за субјектот и целната популација : Есо-oh! создава одржливи производи, го намалува отпадот од депониите и го промовира рециклирањето. Јавноста има корист преку пристап до еколошки производи и намалено загадување.	
Иновативен карактер: : Есо-oh! уникатно ја рециклира мешаната пластика за домаќинството која често не се рециклира, претворајќи ја во висококвалитетни, одржливи производи.	
Откриени проблеми при имплементацијата: Предизвиците може да вклучуваат набавка и селекција на различни видови пластичен отпад и управување со варијабилноста во квалитетот и составот на отпадот.	
Линк до веб-страницата: http://www.eco-oh.com/	

Одржлива мода од рециклирани материјали (Шпанија)

Ecoalf е одржлив моден бренд кој ги претвора отпадните материјали во висококвалитетна облека и додатоци, со цел да го намали влијанието врз животната средина.



Име на организацијата која промовира: Ecoalf

Локација каде што е имплементиран: Мадрид, Шпанија

Целна група: Свесни потрошувачи.

Цели: Минимизирање на отпадот и загадувањето преку создавање висококвалитетни производи од рециклирани материјали.

Придобивки за организацијата и целната популација:

Ecoalf го намалува отпадот и загадувањето, додека клиентите имаат корист од еколошки и стилски производи.

Иновативен карактер:

Трансформирање на отпадните материјали во модерна и висококвалитетна облека, промовирајќи одржлива мода.

Откриени проблеми при имплементацијата:

Предизвиците ја вклучуваат конзистентноста на отпадните материјали и повисоките трошоци за рециклирање и одржливите методи на производство.

Линк до веб-страницата: <https://ecoalf.com/>

Иновативни решенија за природно осветлување (Белгија)

LightCatcher на EcoNation е интелигентен систем за дневна светлина што ја оптимизира природната светлина во зградите, намалувајќи ја потрошувачката на енергија.



Име на организацијата која промовира: EcoNation

Локација каде што е имплементиран: Гент, Белгија

Целна група: Сопственици и оператори на згради.

Цели: Намалете ја употребата на енергија и емисиите со максимизирање на употребата на природна светлина.

Придобивки за бизнисот и целната популација:

EcoNation промовира енергетска ефикасност и одржливост. Сопствениците на згради имаат корист од намалените трошоци за енергија и корисниците уживаат во природното осветлување

Иновативен карактер:

Системот LightCatcher интелигентно ја максимизира употребата на природна светлина, намалувајќи ја потребата за вештачко осветлување.

Откриени проблеми при имплементацијата:

Предизвиците ги вклучуваат првичните трошоци за инсталирање на системот и компатибилноста со постојните дизајни на згради.

Линк до веб-страницата: <http://www.econation.be/>

Еко-пријателски нелепливи садови за готвење (Белгија)

GreenPan произведува нелепливи садови за готвење со уникатна керамичка обвивка, Thermolon, која ги намалува емисиите на CO₂ и ги избегнува штетните хемикалии.



Име на организацијата за промовирање: GreenPan

Локација каде што е имплементирана: Брисел, Белгија.

Целна група : Свесни потрошувачи.

Цели: побезбедни, позелени алтернативи на нелепливи садови за готвење.

Придобивки за организацијата и целната популација:

GreenPan ги намалува емисиите во производството додека клиентите имаат корист од безбедни, ефикасни, еколошки садови.

Иновативен карактер:

Термолон керамичкиот нелеплив слој е прв од ваков вид во индустријата за садови.

Откриени проблеми при имплементацијата:

Предизвиците може да вклучуваат надминување на пазарната доминација на традиционалните нелепливи садови за готвење и едукација на потрошувачите за придобивките од керамичките премази.

Линк до веб-страницата. <https://www.greenpan.us/>

Оценки за одржливост за глобалните синџири на снабдување (Франција)

EcoVadis обезбедува сеопфатни оценки за одржливост и алатки за подобрување на перформансите низ глобалните синџири на снабдување



Име на организацијата за промовирање: EcoVadis

Локација каде што е имплементиран: Париз, Франција.

Целна група: глобални бизниси.

Цели: Промовирање на одржливост во глобалните синџири на снабдување преку сигурни резултати за ООП.

Придобивки за организацијата и целната популација:

EcoVadis промовира одржливи практики, додека бизнисите можат да ги подобрат своите перформанси и репутација за одржливост.

Иновативен карактер:

Комбинирање на експертиза за ИКТ и ООП за да се обезбедат сигурни, сеопфатни оценки за одржливост.

Откриени проблеми при имплементацијата:

Предизвиците може да вклучуваат стекнување доверба и прифаќање на оценките за одржливост во различни бизниси и индустрии.

Линк до веб-страницата. <https://www.ecovadis.com/>

Одржливи инвестиции во шумарството (Франција)	
EcoTree им овозможува на поединците и бизнисите да инвестираат во одржливо шумарство, помагајќи да се зголеми растот на шумите и да се одвои јаглеродот.	
Име на организацијата за промовирање: EcoTree Локација каде што е имплементиран: Бретања, Франција. Целна група: Поединци и бизниси. Цели: Поттикнување на одржливо шумарство и борба против климатските промени преку секвестрација на јаглерод.	
Придобивки за организацијата и целната популација: EcoTree профитира од инвестициите, додека инвеститорите добиваат и финансиски и еколошки придобивки.	
Иновативен карактер: Користи уникатен инвестициски модел кој промовира одржливо шумарство и обезбедува финансиски придонес.	
Откриени проблеми при имплементацијата: Предизвиците вклучуваат ангажирање на долгорочни инвеститори поради одложеното враќање на инвестицијата својствено за шумарството.	
Линк до веб-страницата. https://ecotree.green/es	

Решение за загадување на урбаниот простор: Градското дрво (Германија)

Green City Solutions го создаде CityTree, мобилна инсталација ефикасна за простор, која го намалува загадување на воздухот користејќи комбинација од растенија и IoT технологија.



Име на организацијата која промовира: Green City Solutions

Локација каде што е имплементиран: Берлин, Германија.

Целна група: Урбани општини и бизниси.

Цели: Намалување на загадување на воздухот во урбани средини и подобрување на локалната биолошка разновидност

Придобивки за организацијата и целната популација:

Green City Solutions има корист од продажбата на CityTrees, додека градовите и граѓаните добиваат подобрен квалитет на воздухот и поладна урбана клима.

Иновативен карактер:

Комбинира растителна наука и IoT технологија за да се намали загадувањето на воздухот на ефикасен начин.

Предизвици и проблемите со откривање на долготрајна имплементација

Немање податоци во реално време. Предизвиците вклучуваат обезбедување на правилно одржување на CityTrees и добивање финансии за откуп од градови и бизниси.

Линк до веб-страницата. <https://greencitysolutions.de/en/>

Upscycling на отпад од кафе (Данска)

Kaffe Bueno го рециклира отпадот од производството на кафе, трансформирајќи го во активни состојки за козметика, нутриенти и функционална храна.



Име на организацијата за промоција: Kaffe Bueno

Локација каде што е имплементиран: Копенхаген, Данска.

Целна група: Кафулиња, козметика, хранливи производи и функционална прехранбена индустрија.

Цели: Пренамена на отпадот од кафе во производи, промовирајќи кружна економија.

Придобивки за организацијата и целната популација:

Kaffe Bueno профитира од продажба на пренаменети отпадоци од кафе, а истовремено го намалува отпадот и создава производи со висока вредност за различни индустрии.

Иновативен карактер:

Ја користи биотехнологијата за рециклирање и трансформирање на отпадот од кафе во производи.

Предизвици и проблемите со откривање на долготрајна имплементација

Предизвиците вклучуваат обезбедување на стабилно снабдување со отпад од кафе и одржување на ефикасни процеси на екстракција.

Линк до веб-страницата: <https://www.kaffebueno.com/>

Промовирање на еколошки начин на живот (Франција)

Greenweez е онлајн трговец специјализиран за органски и еколошки производи, почнувајќи од храна и хигиена до предмети за домаќинството и играчки.



Име на организацијата: Greenweez

Локација каде што е имплементиран: Франција

Целна група: Свесни потрошувачи ширум светот.

Цели: достапни еколошки производи, промовирајќи одржлив начин на живот.

Придобивки за организацијата и целната популација:

Greenweez има корист од продажбата на еколошки производи, додека потрошувачите добиваат лесен пристап до широк спектар на одржливи производи и добра.

Иновативен карактер:

Водечка онлајн платформа во Франција посветена на органски и еколошки производи.

Откриени предизвици и проблеми при имплементацијата:

Предизвиците вклучуваат одржување на разновиден асортиман на производи што ги исполнува ригорозните еколошки стандарди и прилагодување на променливите закони и прописи.

Линк до веб-страницата. <https://www.greenweez.com/>

Паметна аквапоника за затворен простор (Шведска)

EcoGarden од Ecobloom е внатрешна паметна градина која користи аквапоника, симулирајќи одржлив природен екосистем во стилска, компактна поставеност.



Име на организацијата за промовирање: Ecobloom

Локација каде што е имплементирана: Стокхолм, Сuedeија

Целна група: еколошки свесни поединци и образовни институции.

Цели: Промовирање на одржливи и органски методи на земјоделство преку аквапоника.

Придобивки за организацијата и целната популација:

Ecobloom има корист од продажбата на EcoGardens, додека корисниците добиваат едукативна алатка за одржливо земјоделство и удобен начин за одгледување свежи производи во затворени простории.

Иновативен карактер:

Иновативниот карактер лежи во комбинирањето на традиционалното земјоделство со модерната технологија за да се создаде компактен, самоодржлив екосистем.

Откриени предизвици и проблеми при имплементацијата:

Предизвиците вклучуваат едукација на потрошувачите за аквапоника и обезбедување на лесен дизајн и работа.

Линк до веб-страницата: <https://ecobloom.se/>

[ЕкоГарден: Интерактивна екосистема на интелигентна цел свет | Индиегого](#)

MEZOLIFT (Грција)

Грчкиот бизнис што произведува соларни лифтови нуди пониски трошоци за гориво и пониски барања за одржување во текот на нивниот животен век. Поточно, сопственикот на компанијата создава лифтови кои користат обновлива енергија. Овој иновативен производ ги прикажува најдобрите практики кои го поттикнуваат и подигнуваат зеленото претприемништво.



Име на организацијата за промоција: MEZOlift

Локација каде што е имплементиран: Кукуш, Грција

Целна група: поширока јавност.

Цели: Целта на соларниот лифт е да го намали влијанието врз животната средина на традиционалните лифтови со користење на сончевата енергија како извор.

Придобивки за организацијата и целната популација:

Соларните лифтови и нудат на организацијата извонредно ниво на енергетска независност. Со генерирање електрична енергија на лице место преку соларна енергија, ентитетот може да ја минимизира зависноста од надворешни извори на енергија и мрежна инфраструктура. Имплементацијата на соларни лифтови носи значителни предности за целната популација, усогласувајќи се со нивните аспирации за одржлив и еколошки начин на живот. Исто така, им обезбедува заштеда на трошоци и енергетска независност.

Иновативен карактер:

Сончевиот лифт е напреден концепт кој комбинира сончева енергија и вертикални транспортни системи за да создаде еколошки начин на транспорт. Работи со помош на мала соларна ќелија, што значително ги намалува трошоците за изградба.

Линк до веб-страницата. <http://www.mezolift.gr>

BioAgros (Грција)

Акцентот на компанијата е ставен на користење на еколошки практики, природни процеси на градење почва и избегнување на употреба на синтетички хемикалии, пестициди и генетски модифицирани организми. Тие користат обновливи извори на енергија, промовираат рециклирање хартија и користат распаднати органски материји за добиточна храна и производство на енергија.



Име на организацијата за промовирање: BioAgros.

Локација каде што е имплементирана: Крја Врси, Грција

Целна група: Продавачи и потрошувачи.

Цели: главна цел е производство и промоција на органски производи, посочувајќи ја нивната вечна посветеност на еколошки процеси.

Придобивки за организацијата и целната популација:

Неколку аспекти како што се комерцијална одржливост, финансиска одржливост, подобрување на благосостојбата и еколошка заштита. Од широк спектар на придобивки, вклучува и пазарните изгледи, профитабилност, подобрените здравствени резултати, и одржливоста на животната средина.

Иновативен карактер:

Се карактеризира со својот иновативен пристап кон одржливото земјоделство и неговата способност да одговори на променливите барања на потрошувачите. BioAgros се издвојува како иноватор во индустријата за органски производи поради неговата посветеност на одржливо земјоделство и неговата употреба на најсовремени земјоделски техники кои даваат приоритет на долгорочната благосостојба на животната средина.

Откриени предизвици и проблеми при имплементацијата:

Отпор на промени во земјоделскиот сектор, што беше сериозна пречка за развојот и растот на организацијата. Недостаток на лесно достапни пазари за да се создаде силно присуство и да се привлече поголема база на клиенти.

Линк до веб-страницата. <https://www.bioagros.gr>

JOIST иновативен парк (Грција)

Паркот на иновации, кој се наоѓа во Лариса, покажува многу восхитувачки практики кои покажуваат посветеност на одржливоста. Во неговата изградба се дава врвен приоритет на иницијативите за заштеда на енергија. Употребата на енергетски ефикасни системи за осветлување, греење и ладење е дел од ова. Дејствува како канал за пренос на најсовремени концепти и најдобри практики преку поврзување на истражувачки институции, бизниси и поединци.



Име на организацијата за промоција: JOIST

Локација каде што е имплементирана: Лариса, Грција

Цели: локално интервенирање и поттикнување на растот на економијата и животната средина на градот. Поттикнување на иновациите, трансфер на знаење, развој на динамична физичка екологија, воспоставување силни врски и промовирање на економскиот раст.

Придобивки за организацијата и целната популација:

Обезбедува пристап до просперитетна иновацииска средина, овозможувајќи соработка, размена на идеи и теренски водечки напредок меѓу поединци, новоформирани и етаблирани компании. Таа промовира вмрежување и соработка, отворајќи изгледи за заеднички раст. Овие предности им овозможуваат на целната популација да иновираат, да ги прошират своите бизниси и да ги подобрат своите способности.

Иновативен карактер:

Ја поттикнува соработката, споделувањето информации и мултидисциплинарното размислување со спојување на физички и дигитални компоненти. Поради неговиот фокус на мултидисциплинарна соработка и интеграција на дигитални платформи, може да се појават иновативни решенија кои вклучуваат различни гледишта. Дејствува како катализатор за креативност, поттикнувајќи размена на идеи, промовирајќи тимска работа и поттикнувајќи создавање на иновативни идеи и решенија.

Линк до веб-страницата. <https://joistpark.eu/>

Just Go Zero (Грција)

Тоа е прва имплементација на идеи за кружна економија на островот Тилос. Ги опфаќа принципите на кружната економија, афирмирајќи го лидерството на островот Тилос во одржливите иновации. Иницијативата JUST GO ZERO служи како пример за тоа како јавно-приватната соработка може ефективно да испорача концепти на циркуларна економија, обезбедувајќи насоки за други региони и здруженија.



Име на организацијата за промовирање: Општина Тилос и „ПОЛИГРИН“.

Локација каде што е имплементиран: Остров Тило, Грција

Целна група: бизниси, потрошувачи, организации на локалната самоуправа и јавни тела

Цели: елиминирање на употребата на кеси за отпад, корпи за отпадоци и депонии преку имплементација на специјализирани собирачи кои промовираат рециклирање и повторна употреба.

Придобивки за организацијата и целната популација:

Промовира зачувување на почиста и поздрава животна средина за локалното население и посетителите. Циркуларната економија поттикнува рециклирање и повторна употреба на материјали, со што се промовира ефикасноста на ресурсите. Растот на регионалните бизниси ангажирани во обновувањето на ресурсите, управувањето со отпадот и рециклирањето промовира создавање работни места и економска експанзија, во корист на економијата на островот и отворање перспективи за вработување за неговите граѓани.

Иновативен карактер:

Тоа лежи во неговата способност да го трансформира начинот на размислување на жителите на островот, охрабрувајќи ги да усвојат нови перспективи и одржлив начин на живот. Негува чувство на сопственост и зајакнување, всадувајќи заедничка одговорност за промовирање одржливи практики и ефикасно управување со отпадот. Овој инклузивен модел негува силна кохезија и соработка во заедницата, мотивирајќи ги луѓето да придонесат со своите идеи и напори кон успехот на проектот.

Линк до веб-страницата. <https://www.justgozero.com/>

Vamvakies: Зелен социјален проект (Грција)

Овој проект го комбинира производството на земјоделски стоки со формирање на фотоволтаичен парк, интегрирајќи го производството на обновлива енергија со земјоделските практики. Иницијативата не само што ја оптимизира употребата на земјиштето, туку и промовира еколошка заштита. Интеграцијата на соларни панели и земјоделското производство генерира чиста енергија и придонесува за производство на храна, воспоставувајќи взаемно корисен однос помеѓу енергетскиот и земјоделскиот сектор.



Име на организацијата за промовирање: Enel Green Power, Wise Greece, Општина Кожани и Западномакедонската група за биекономија и животна средина.

Локација каде што е имплементиран: Кожани, Грција

Целна група: Жени и жители на Кожани

Цели: поттикнување одржливи практики и промовирање зелен бизнис во областа со акцент на образованието. Промовирање на инклузивен раст, подобрување на одржливоста и олеснување на зајакнувањето на луѓето преку активно учество, со фокус на зајакнувањето на жените.

Придобивки за организацијата и целната популација:

Нуди можности за образование и зајакнување, давајќи им суштински информации и вештини за одржливи практики и зелено претприемништво. Можностите за вработување и финансиските перспективи може да се зголемат како резултат на тоа; подобрување на егзистенцијата и постигнување финансиска независност. Проектот, исто така, ја промовира социјалната кохезија и учеството на заедницата на локалните жени преку платформа за соработка и мрежа за поддршка.

Иновативен карактер:

Иницијативата создава посебна синергија која го искористува потенцијалот на неколку сектори со комбинирање на полињата на земјоделството, социјалното зајакнување и производството на обновливи извори на енергија. Стратегија која гледа кон иднината и која го максимизира користењето на земјиштето и поттикнува одржливи навики.

Линк до веб-страницата: <https://www.wisegreece.com/oi-drasis-mas/ekpaideftika-programmata/vamvakies-a-social-green-project/>

Лаута (Грција)

Лаута е исклучителна грчка компанија која вешто ги комбинира козметиката и зеленото претприемништво. Тие се одлучуваат за органски и одржливи опции секогаш кога се достапни и одржуваат целосна транспарентност во однос на нивните формули. Тие им помагаат на регионалното земјоделство и руралните економии со поддршка на малите земјоделци.



Име на организацијата за промоција: Лаута

Локација каде што е имплементиран: Атина, Грција

Целна група: Потрошувачи на природни и органски производи.

Цели: производство и промоција на висококвалитетни билни козметички производи кои се ефективни, долготрајни и достапни за секојдневна употреба.

Придобивки за организацијата и целната популација:

Гарантира дека неговите потрошувачи ќе добијат природна и органска козметика, осигурувајќи се дека нејзините производи се нежни, безбедни за кожата, сигурни и со висок квалитет. Во согласност со зголемената побарувачка за одржливи и еколошки решенија, компанијата става силен акцент на употребата на 100% рециклирани и биоразградливи паковки, што помага да се намали отпадот и влијанието врз животната средина.

Иновативен карактер:

Лаута успешно ги интегрираше идеите за убавина и одржливост, создавајќи пазар за себе. Тие развија единствена понуда за клиентите кои ги ценат природните и еколошките производи, произведувајќи разновидна хербална козметика која е ефикасна и одржлива.

Линк до веб-страницата. <https://www.laoutashop.com/es>

Wattcrop (Грција)

WattCrop, компанија која има за цел да ја води земјата во развојот на обновливи извори на енергија и проекти за складирање на истата. Тие даваат приоритет на одржливоста со правење на студии за влијанието врз животната средина, користење зелени производи и технологии и агресивно намалување на отпадот и емисиите на јаглерод.

WATTCROP
SOLAR PV | WIND | ENERGY STORAGE

Име на организацијата за промовирање: WattCrop

Локација каде што е имплементиран: Птолемида, Грција

Целна група: Локална заедница

Цели: се фокусира првенствено на производство и складирање енергија без емисии, со цел да се намали влијанието врз животната средина и да се отвори патот за зелена иднина. Фокусот на компанијата е да ја подобри биолошката разновидност и да ги зачува природните средини преку придонесување за зачувување на локалните екосистеми, обезбедувајќи долгорочно еколошко здравје на регионот.

Придобивки за организацијата и целната популација:

WattCrop генерира опипливи придобивки и за локалната заедница и за животната средина. Тоа придонесува за избалансиран енергетски пејзаж и севкупниот просперитет на регионот, со силен акцент на благосостојбата на заедницата. Таа е лидер во секторот зелена енергија, привлекувајќи инвеститори, партнери и клиенти кои ја ценат еколошката свест и општествената одговорност. Покрај тоа, социјалните активности на WattCrop и напорите за создавање работни места го зајакнуваат локалното население.

Иновативен карактер:

WattCrop е препознаена како иновативна зелена компанија која се одликува со интегрирање на најновите технологии и практики во обновливите извори на енергија. Компанијата го прифаќа напредокот во системите за складирање на сончева енергија, ветер, користејќи врвна технологија за оптимизирање на производството, складирањето и дистрибуцијата на енергија.

Линк до веб-страницата. <https://wattcrop.com/>

Agrecofarms (Грција)

Агреко Фармс, комбинирајќи ги зборовите „земјоделство“ и „екологија“, ја претставува посветеноста на компанијата за одржување на традиционалните земјоделски практики и зачувување на животната средина. Тоа им дава на посетителите увид во органското производство на едноставна и здрава критска храна. Нуди разновидни органски производи за нега на тело со акцент на автентичноста, црпејќи инспирација од митолошката природа на Крит, истовремено поддржувајќи ги локалните заедници и промовирајќи одржливо земјоделство.



Име на организацијата која промовира: Агреко Фармс

Локација каде што е имплементиран: Ретимно-Крит, Грција

Целна група: Месна заедница и туристи.

Цели: активна поддршка на руралната економија и зачувување на традиционалните земјоделски методи на Крит преку работа со регионални производители.

Придобивки за организацијата и целната популација:

И жителите и туристите имаат корист од разбирање на културното наследство на регионот, практиките на органско земјоделство и традиционалните земјоделски техники. Поттикнува поблиска врска со природата и одржлив начин на живот, мотивирајќи ги луѓето да донесуваат рефлексивни одлуки кои се добри и за животната средина и за нивната сопствена благосостојба.

Иновативен карактер:

Потребен е креативен пристап со комбинирање на традиционалните земјоделски практики со современи методи на органско земјоделство. Фармата нуди уникатно и извонредно искуство кое ја нагласува важноста на наследството и одржливоста преку зачувување и демонстрација на вековните земјоделски техники.

Линк до веб-страницата. <https://agrecofarms.gr/>

Коста Нострум – Одржливи плажи (Грција)

Тие користат различни добри практики кои ја покажуваат нивната посветеност да бидат општествено и еколошки одговорни. Промоцијата на одржливи плажи, сеопфатни прегледи на критериумите поврзани со плажите, земајќи го предвид капацитетот за заштита на природните ресурси и проактивни мерки за спречување на влијанијата врз животната средина се некои од овие активности.



Име на организацијата за промоција: Коста Нострум

Локација каде што е имплементирана : Ираклеион - Крит, Грција (други плажи)

Целна група: жители, туристи и засегнати страни за управување со плажите

Цели: има за цел да воспостави репликативен модел за одржливо управување со плажите во други приморски региони. Зачувување на природните ресурси и подобрување на благосостојбата на локалните заедници.

Придобивки за организацијата и целната популација:

Проектот промовира зачувување на природните ресурси, осигурувајќи се дека плажите се недопрени и екосистемите се заштитени. Придонесува за чисти и еколошки места на плажа за уживање, кое им користи и на туристите и на локалното население. Коста Нострум промовира економски раст, земајќи ги предвид социјалните и еколошките факти

Иновативен карактер:

Тие имаат сеопфатен и избалансиран пристап, земајќи ги предвид економските, социјалните и еколошките компоненти на одржливоста. Коста Нострум користи проактивна стратегија за регулирање на ефектите од туризмот со одредување на максималниот број посетители што може да ги добие една плажа без да се наруши нејзината еколошка рамнотежа. Ова обезбедува зачувување на екосистемот и им овозможува на капацитите да имаат попријатно и поодржливо искуство.

Линк до веб-страницата. <https://costanostrum.org/el/>

Pelagoo (Грција)

Pelagoo има за цел да спроведе одржливи методи кои ја поддржуваат заштитата на животната средина и ги штитат природните ресурси на островите. Ова опфаќа програми како што се управување со отпад, зачувување на екосистемот и интеграција на обновлива енергија. Pelagoo има за цел да користи технологија за подобрување на инфраструктурата и квалитетот на животот на оддалечените острови.



Име на организацијата за промоција: Пелаго

Локација каде што е имплементиран: Островот Каламос, Грција.

Целна група: локално население, организации и компании.

Цели: да се обезбедат еластични и одржливи решенија за изолираните островски популации. Да им се помогне на овие заедници да ги надминат своите тешкотии со фокус на иновациите во областа на животната средина, образованието, технологијата.

Придобивки за организацијата и целната популација:

Тие носат бројни придобивки за изолираните островски заедници. Преку практиките за одржлив развој, тие го подобруваат квалитетот на животот и генерираат економски можности. Ги зачувуваат природните ресурси и придонесуваат за поздрава животна средина. Покрај тоа, нивните образовни иницијативи ги зајакнуваат членовите на заедницата преку развој на вештини и споделување знаења, поттикнувајќи долгорочна отпорност.

Иновативен карактер:

Претставува нови стратегии за решавање на конкретните проблеми со кои се соочуваат изолираните островски популации преку инкорпорирање на напредокот во областа на животната средина, образованието, технологијата. Неговиот акцент на одржливост, чиста енергија и етички туризам го покажува неговиот прогресивен став.

Линк до веб-страницата. <https://pelagoo.org/>

Rigiocattolo (Италија)

Добиваат играчки како подарок од луѓето, ги поправаат и ги враќаат во живот.

Обезбедени се три услуги: Поправка; со носење на играчката, можно е играчката повторно да се поправи и да се направи функционална. Изнајмување; може да ја изберете игра, да платите депози за да ја користите еден месец и да ја вратите повторно, да го повлечете депозитот или да земете нова игра. Давање на обуки за повторна употреба/рециклирање.



Име на организацијата која промовира: Rigiocattolo

Локација каде што е имплементиран: Кампобасо, Италија

Целна група: родители и деца.

Цели: Работат кон одржлива економија, намалување на отпадот и давање нов живот на играчките, давање на потрошувачите алатки за рециклирање, повторна употреба и поправка

Придобивки за бизнисот и целната популација:

Работи со физичка продавница во центарот на градот. Симпатии и интерес од многу луѓе; донации пристигнуваат спонтано и континуирано. Се контактира неколку пати неделно за информации, нарачки на играчки, поправки, и обуки. Главниот успех постигнат досега е во бројот на играчки кои не завршиле на депониите.

Иновативен карактер:

Донации на социјално загрозени луѓе (инвалидност, долготрајна невработеност, ...) . На национално ниво, ова е прва компанија која работи на играчки и тоа е причината поради која доби признание од Стопанската комора на Молизе за зелени активности и е вклучена во Италијанската платформа за циркуларна економија, во мапирањето на центри за повторна употреба и во апликацијата Circular Market. На меѓународно ниво, два норвешки ентитети (нордиска иновација и LOOP) ја контактираа за Нордискиот циркуларен самит во ноември 2021 година.

Откриени предизвици проблеми при имплементацијата:

Концептот се роди непосредно пред Ковид; затоа, една од главните тешкотии беше ангажирањето на бројот на волонтери. Другото е поврзано со финансирање (почнува да им плаќа на волонтери со регионални грантови).

Линк до веб-страницата. <https://rigiocattolo.com/>

Алива (Италија)

Целта на Алива се рачно изработени производи создадени од дрво од маслинови дрвја. Добивката од продажбата на овие производи се користи за обука, мерки за превенција и за финансирање на опсерваторијата на италијанските маслинови градини. Производството го прават избрани занаетчи на територијата. Секој производ на Aliva е нумериран (се креираат само 1000 парчиња по ставка) и сертифициран (со фотографии, локација и детали за маслиновото дрво). Пакувањето е исто така одржливо.

aliva

Име на организацијата за промовирање: Алива

Локација каде што е имплементиран: Апулија, Италија

Целна група: потрошувачи заинтересирани за рачна изработка/мали парчиња мебел.

Цели: Производство на сертифицирани рачно изработени производи со исечени маслинови дрвја. Подобро познавање на локалните сопственици на маслинови насади за опасностите што ги засегаат маслиновите дрвја. Заштита на маслиновите дрвја од закани кои влијаат на нивното постоење. Враќање на популацијата на маслиново дрво во Саленто (Пуља).

Придобивки за бизнисот и целната популација:

Дел од добивката остварена од продажбата на производите на Алива е наменета за еколошки проект кој има за цел да ја подигне свеста на локалната заедница за опасностите кои ги демнат на маслиновите дрвја. За секој продаден производ на Алива, компанијата засадува маслиново дрво во Саленто (Апулија) преку својата соработка со OlivaMi.

Иновативен карактер:

Алива ја произведува својата стока без сечење дрвја, со кастрење само доколку е потребно за растението. Aliva нуди серија бесплатни обуки, наменети за сопствениците на маслинови насади (приватни лица и фарми), за да им помогне правилно и свесно да ги спречат закани од маслинови дрвја.

Откриени предизвици и проблеми при имплементацијата:

Една од главните предизвици лежи во менталитетот на луѓето. На маслиновите дрвја често се гледа само како „производители на маслинки“ кога, всушност, тие се пред сè натуралистичко и историско наследство кое треба да се заштити

Линк до веб-страницата. <https://www.alivadesign.it/>

Биософа (Италија)

Природата, традицијата и дизајнот се јадрото на Biosofa. Тој е единствениот производител во Европа кој произведува 100% природни и современи софи без пластика.

Сите производи се рачно изработени во локалното подрачје и секоја креација е направена поединечно, без токсини и пластика. Biosofa претставува совршена комбинација на дизајн, италијанска производствена традиција и почит кон животната средина и кон нашата планета.

biosofa

Име на организацијата за промоција: Бисофа

Локација каде што е имплементиран: Lentate sul Seveso – Ломбардија, Италија

Целна група: потрошувачи заинтересирани за софи.

Цели: Да се создадат софи кои имаат најмало можно влијание во текот на животниот циклус на нивниот производ, земајќи ги предвид трите различни фази: производство, употреба, отстранување. Производство на биоразградливи софи кои не предизвикуваат еколошка штета. Промовирајте ја одржливоста и нејзините други вредности пред широка публика. Постојано барајте нови и 100% природни материјали.

Придобивки за бизнисот и целната популација:

Мебелот на Biosofa е изграден на модуларен начин, така што, доколку нешто се скрши, сите парчиња лесно се поправаат, а деловите може да се заменат. Откако мебелот ќе дојде до крајот на својот животен век, материјалите лесно се одвојуваат и се враќаат за рециклирање. Бидејќи се биоразградливи, тие исто така може да се остават во градината на сопствениците за да се распаѓаат.

Иновативен карактер:

Некои од градежните техники на Biosofa се стари повеќе од 500 години. Сите негови парчиња се направени во италијанско село и се работи за семеен бизнис.

Откриени предизвици и проблеми при имплементацијата:

Основачот ја создаде првата колекција на мебел во 2012 година. Беа потребни уште осум години за да се усовршат методите на производство и да се комплетира колекцијата.

Линк до веб-страницата. <https://biosofa.com/>

Бела Дентро (Италија)

Бизнис моделот на проектот се заснова на купување директно од земјоделски производители и на оние производи кои не се отфрлени од пазарот поради естетски и димензионални причини, но се уште имаат добар квалитет и се вкусни и ги продаваат на потрошувачите.



Име на организацијата за промоција: Бела Дентро

Локација каде што е имплементиран: Милано, Кодоњо и Римини, Италија.

Целна група: производители и потрошувачи

Цели: враќање на вистинската вредност, како на неправедно отфрлените земјоделски производи, така и на работата на производителите, кои вообичаено не добиваат никаков надомест за оваа стока што не е примена на малопродажниот пазар.

Придобивки за бизнисот и целната популација:

Од отпад се спасени 177.649 кг овошје и зеленчук. Бела Дентро започна бизнис со преработка на храна заедно со две социјални задруги посветени на вклучување на пазарот на труд на лицата во ризик и лицата со посебни потреби.

Иновативен карактер:

Отворени се 2 дуќани и работат 2 лаборатории. Тие од нула создадоа синџир на снабдување со овошје и зеленчук паралелно со постоечкиот, целосно фокусиран на борбата против отпадот.

Откриени предизвици и проблеми при имплементацијата:

На почетокот, Бела Дентро поминувала месеци проучувајќи и истражувајќи на селата и фармите, како волонтери како „инфилтратори“ во големите компании или трговци на мало. Освен тоа, бидејќи на почетокот морале да направат пари, решиле лично да почнат да продаваат овошје и зеленчук низ улиците на Милано на превозно средство на три тркала.

Линк до веб-страницата: <https://www.belladentro.org/>

Fungo Box (Италија)

Fungo Box е првиот проект за кружна економија на Il Giardinone. Тоа е комплет „направи сам“ за одгледување на домашни печурки, направен од мицелиум, талог од кафе и целулоза. Секоја недела, Il Giardinone собира талог од кафе од локалните барови за да прави комплекти. Следејќи ги упатствата, свежите печурки почиваат да растат за 10-15 дена; кутијата може повторно да се користи во зависност од влажноста. На крајот, почвата може да се искористи како природно ѓубриво, а исто така е ефикасна и како средство за заштита од инсекти.



Име на организацијата за промовирање: Il Giardinone Cooperativa Sociale

Локација каде што е имплементирана: Триулци, Италија.

Целна група: потрошувачи (и возрасни и деца).

Цели: да им се помогне на поединците да живеат и размислуваат на поодржлив и циркуларен начин

Придобивки за бизнисот и целната популација:

Од 2016 година се собрани 25500 кг талог од кафе. Талогот содржи 99,8% од хранливите компоненти на кафето. Fungo Box исто така стана важна алатка за едукативни проекти во училиштата и репликативен модел во другите градови. Благодарение на проектите за циркуларна економија, Il Giardinone можеше да промовира активности за вклучување и промовирање на разликноста преку вработување на луѓе во ризик.

Иновативен карактер:

Комплетот Fungo Box 18600 Kit се продава од 2016 година. Со претворање на урбаниот отпад во свежа храна и средство за обновување на почвата, Fungo Box е совршен пример за двојна циркулација. Тоа е и возбудливо и едукативно: од деца до возрасни, го покажува циклусот на природата и вредноста на отпадот.

Линк до веб-страницата. <https://www.fungobox.it/>

Caffeefrom (Италија)

Coffeefrom е вториот спин-оф на циркуларната економија направен од Il Giardinone, роден да му даде втор живот на талогот од индустриското кафе преку доблесна индустриска симбиоза. Coffeefrom денес е името на иновативен био-базиран материјал, составен од рециклиран талог кафе од прехранбената индустрија и биополимерите.



Име на организацијата за промовирање: Il Giardinone Cooperativa Sociale

Локација каде што е имплементирана: Триулци, Италија.

Целна група: потрошувачи и компании.

Цели: да се развијат термопластични материјали во кои рециклираното талог од кафе претставува новитет

Придобивки за бизнисот и целната популација:

Coffeefrom е совршен модел за создавање можности за работа со работници од ранливи средини, директно вклучени во активностите за логистика и пакување. Секоја година се трансформираат 200 тони талог од кафе. Досега се создадени 3 материјали. Можеме да ги идентификуваме и еколошките придобивки како што се намалувањето на нивото на емисии на CO₂ за отстранување на талогот од кафе и можноста да имаме одржлива и трајна алтернатива на пластиката за еднократна употреба.

Иновативен карактер:

Coffeefrom е пример за индустриска симбиоза, бидејќи синцирот на снабдување - географски лоциран помеѓу Ломбардија и Емилија-Романја - може да се грижи за отпадот што доаѓа од прехранбената индустрија и да го трансформира во различни сектори. На овој начин нема отпад, туку втори сировини за повторно преработка. Преку овој модел, има јасен доказ за нови работни можности за сите вклучени партнери.

Линк до веб-страницата. <https://coffeefrom.it/en/home/>

Materially (Италија)

Материјално им помага на почетниците, компаниите, архитектите и дизајнерите во развојот и промоцијата на одржливи иновации почнувајќи од материјалите. Materially е идеален партнер за развој и имплементација на иновативни стратегии засновани на материјали. Настаните, вмрежувањето и библиотеката за материјали се во сржта на активноста на Materially.



Име на организацијата која промовира: Материјално

Локација каде што е имплементиран: Милано, Италија.

Целна група: старт-ап, компании, архитекти, дизајнери и пошироката јавност.

Цели: иновации, дизајн, промоција за производителите на материјали, крајните корисници и пошироката јавност.

Придобивки за бизнисот и целната популација:

Материјално ги поддржува производителите на материјали со проекти за иновации и вмрежување. Ги поддржува компаниите во развојот на нови концепти и производи, барајќи креативни и одржливи решенија за материјали благодарение на мултидисциплинарниот пристап и методологиите за размислување за дизајн. Таа ја промовира употребата на одржливи материјали и за пошироката публика (вклучувајќи ги и децата) преку работилници.

Иновативен карактер:

Материјалите се клучен елемент на одржливоста на производот и централен и опишан дел од преминот кон економија која оди од линеарна во циркуларна. Materially нуди посветени алатки за оваа трансформација: од библиотека за материјали, до обуки и настани, искористување на дизајнерската мисла, за раст на културата на одржливост која го вклучува целото општество.

Откриени предизвици и проблеми при имплементацијата:

Најпредизвикувачкиот период беше помеѓу 2020-2022 година, додека, не само што компанијата мораше да се справи со пандемијата, туку и со смртта на претседателот и директорот.

Линк до веб-страницата. <https://www.materially.eu/es/>

Лабораторија Тондо (Италија)

Компанија создадена за да ги поддржи стартапите во дизајнирање и имплементирање на циркуларни решенија и помагање на компаниите да го пренесат својот циркуларен пристап. Оценување на алатките за циркуларност за производи и компании, организирање образовни иницијативи, организирање работилници и хабови за иновации (Re-Think и Hacking the City) и дизајнирање циркуларни решенија се клучните активности што ги нуди лабораторијата.



Име на организацијата за промоција: Tondo Lab

Локација каде што е имплементиран: Милано, Италија. (Цела земја)

Целна група: луѓе, училишта, истражувачки институти и јавни институции.

Цели: Развивање на знаење меѓу луѓето и тестирање нови решенија поврзани со циркуларната економија. Поддршка на корпорациите и стартапите во дизајнирањето и имплементирањето на циркуларни решенија. Развивање иновативен пристап за работа на циркуларноста, создавајќи синергии меѓу различни луѓе и цели.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Форматот на настаните Re-Think and Hacking the City беше дизајниран да стимулира критичко размислување кон некои елементи на тековниот индустриски економски систем, прикажувајќи ги можните еволутивни трендови на Циркуларната економија. Прикажани се практични патеки, способни да доведат до иновативни и претприемачки активности кои можат да имаат позитивно влијание врз локалниот и националниот систем.

Иновативен карактер:

Организирани се 7 настани Re-Think во 4 различни италијански региони (Лигурија, Ломбардија, Апулија, Кампанија). Темите за различни настани се избираат според особеностите на локалните територии и секторите кои се во развој. Во рамките на настаните се организираат работилници со училишта за поттикнување на претприемачкиот дух кај младите. 2 Настани на „Хакирање на градот“ беа организирани во 2021 и 2023 година.

Линк до страната. <https://re-think.today/>
<https://www.hackingthecity.today/>

Кампус за социјални иновации од Fondazione Triulza (Италија)

Создаден за вклучување на новите генерации во планирањето за одржлива иднина, преку влијателни технологии и дијалог со различни засегнати страни. Кампусот е контекст во кој може да се замисли и експериментира со иновативни решенија за градовите на иднината, мешајќи различни знаења и светови.



Име на организацијата за промовирање: Fondazione Triulza

Локација каде што е имплементиран: Милано, Италија.

Целна група: средношколци и студенти; Нови генерации на соработници и социјални претприемачи; Организации од третиот сектор и филантропски субјекти; Истражувачки центри; Јавни администрации; Компани и стартапи.

Цели: вклучување на новите генерации во планирањето на одржлива иднина.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Со создавање соодветни партиципативни и споделени контексти, социјалните иновации доаѓаат и од граѓаните, заедниците, општеството и пред се од новите генерации.

Иновативен карактер:

Над 5.500 луѓе, од кои 68% беа млади луѓе, ги следеа 78-те организирани иницијативи, со училишта од 18 општини во Ломбардија, Венето и Сицилија и иновативни стартапи и социјални компании од 8 италијански региони. Четвртото издание, исто така, ја консолидира „заедницата“ околу првиот италијански кампус за социјалните иновации: 57 партнери, 171 говорник и 68 поротници, дискусанти и ментори.

Линк до веб-страницата. <https://fondazionetriulza.org/social-innovation-campus/>
<https://www.sicampus.org/>

TCR Tecora (Италија)

Водечки добавувач на системи за земање примероци за емисиите од оцаци, примероци за континуирани емисии на диоксини, гравиметриски семплери, уреди за индустриска хигиена, анализатори за контрола на кислород и согорување. Нејзина мисија е да дизајнира производи во согласност со меѓународните стандарди, помагајќи им на инженерите за животна средина и на тестерите на оцакот да ја подобрат својата продуктивност и да ги минимизираат производите што не се специфицирани во индустриските процеси.



Име на организацијата за промоција: TCR Tecora

Локација каде што е имплементиран: Cogliate - Ломбардија, Италија.

Целна група: Агенции и лаборатории за животна средина, консултанти за квалитет на воздухот во затворени простории и индустрии.

Цели: Дизајн на производи во согласност со меѓународните стандарди, подобрување на продуктивноста на инженерите за животна средина, намалување на производите во индустриски процеси кои не се специфицирани, придонес за континуирана обука на компаниите.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

TCR TECORA создаде повеќе од 50 инструменти; +100.000 услуги за поправка и одржување. На купувачот му нуди производи во согласност со меѓународните стандарди, кои ја поедноставуваат работата на вработените, ги намалуваат трошоците за работењето, а истовремено го подобруваат квалитетот на мерењето. Исто така, нуди обука за компании и докторски проекти.

Иновативен карактер:

TCR TECORA опслужува повеќе од 3760 компании. TCR Tecora решенијата се иновативни и обезбедуваат супериорни приходи. Иновативноста на компаниите лежи во нивните инвестиции во нови технологии и иновативни производни процеси. Компанијата работи во постојана врска со лаборатории и истражувачки центри за постојано подобрување на технолошката оптимизација.

Линк до веб-страницата <https://tcr-tecora.com/en/>

Back to the Rural (Италија)

Патувачка и меѓународна програма за учење. Обуки на англиски јазик од меѓународни наставници и фокусирани на дигитални вештини, особено дигитално раскажување приказни и групно финансирање. Таа има за цел да им обезбеди на младите вистински алатки за ефективен маркетинг.



Име на организацијата која промовира: Амбасада на Соединетите Американски Држави во Италија, CIAPE и Fondazione Mondo Digitale

Локација каде што е имплементиран: Cogliate - Ломбардија, Италија.

Целна група: млади луѓе (<35)

Цели: Промовирање на туристичкиот и претприемачкиот потенцијал на руралните области, искористувајќи ги човечките, економските, културните, еколошките и историските ресурси на вклучените општини. Инвестирајте во обука на млади луѓе кои живеат во мали градови и кои сакаат да придонесат за подобрување на нивната територија преку стекнатото знаење, зајакнување на нивното чувство за заедница.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Таканаречениот „Рурален технолошки камп“ имаше за цел да ги опреми младите од руралните територии со дигитални вештини и вештини за групно финансирање со цел подобро да ги промовираат руралните општини и нивните претприемачки активности. Обуката доведе до проектни идеи кои ќе имаат продолжение благодарение на менторството; долгорочна корист за руралните територии.

Иновативен карактер:

Иновативноста лежи во тоа што младите веќе не го напуштаат селото за да се обучуваат, туку „обуката“ доаѓа во нивните места.

Откриени предизвици и проблеми при имплементацијата:

Културни предизвици/почетен скептицизам од засегнатите страни кои не се навикнати на иницијативи од овој тип и економски ограничувања: повеќето од вклучениот персонал доброволно се понудија да работат поради недостигот на достапни економски ресурси.

Линк до веб-страницата <https://www.instagram.com/backtotheruralitaly/>

А-БА (Италија)	
целосно одржлив моден производ, следен од почетокот до крајот, раскажувајќи ја етичката работа на Social Tailoring што го произведува и креативноста на оние што го дизајнираат. Тоа е предлог за „архитектура на телото“ со „дизајн за сите“ кој има амбиција да биде економски доблесен и одржлив проект и процес на производство на циркуларна економија од 360°.	
Име на организацијата за промоција: А-БА Локација каде што е имплементиран: Рим, Италија. Целна група: Жени, мажи (милениумци). Цели: Промена на филозофијата на облекување: купувајте помалку, користете подобро. Понуда на облека со високи перформанси, со поедноставен дизајн, етички синџир на снабдување и мало влијание врз животната средина. Спроведување на инклузивен работен модел	
Придобивки за ентитетот и целната популација: а-ба нуди облека со високи перформанси која комбинира удобност, ергономија, разноврсност и стил. Поедноставен дизајн кој го намалува времето и трошоците за производство. а-ба применува етички синџир на снабдување, транспарентност, произведува со природни или обновени влакна, со ниско влијание врз животната средина/реобработување/еднократна употреба/компостирање.	
Иновативен карактер: Иновацијата лежи во комбинацијата на технолошки и производни иновации и примена на емотивна паметна етикета. Се воспоставува врска помеѓу потрошувачот и брендот преку QR-код кој создава постојан однос на доверба. Можете да ја купите облеката; можете да го користите сајтот и да препродавате на е-продавницата на а-ба; а-ба исто така може да ве советува како повторно да ја употребите облеката на креативен начин.	
Откриени предизвици и проблеми при имплементацијата: Пречка за развојот на брендот и ширењето на одржливи теми е поврзана со тоа што луѓето мислат дека одржливата мода е многу скапа и не е достапна за сите	
Линк до веб-страницата www.barbaraannunziata.com	

Пролетна лабораторија (Италија)

Место каде што ќе го оживеете стариот мебел и додатоците за опремување, подобрувајќи го нивниот квалитет, функционалност и естетика.

Клучот на нејзиниот успех е да се обиде да размислува надвор од кутијата, комбинирајќи го вкусот на крајниот потрошувач (естетика) со потребата за повторна употреба на постоечките работи.

SPRING LAB

Име на организацијата за промоција: Spring Lab

Локација каде што е имплементиран: Рим, Италија.

Целна група: потрошувачи заинтересирани за доградба и рестилизиран мебел или додатоци за опремување.

Цели: Направете го циклусот и повторното користење колку што е можно поаткуелен.. Подобрете го знаењето за кружната економија кај населението и за да им помогнете на луѓето да произведуваат на одржлив начин. Ширете ја културата на квалитет наспроти квантитет.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

За 5 години многу мебел се врати во живот и неколку семејства почнаа повторно да размислуваат да не купуваат нов, туку да го рестилизираат или да го обноват постоечкиот мебел. Таа соработува со затворите Rebibbia за работилници за трансформација на палети и со фестивалот за опоравување во Рим, RicartiFest.

Иновативен карактер:

Организира работилници за рециклирање со млади и возрасни луѓе, ги надгледува универзитетските студенти при дизајнирање производи направени од отпад. Соработува со Roma Altruista во управувањето со корпоративни волонтери кои треба да трансформираат простор на одржлив начин.

Откриени предизвици и проблеми при имплементацијата:

Тешкотијата за некои луѓе да ја согледаат вредноста на времето искористено за трансформирање/надградба на производот

Линк до веб-страницата <https://springlab.art/>

Прва органска задруга (Северна Македонија)

Донесува здравје и среќа со органските производи за сите домаќинства со здружување на органските земјоделски производители. Промовира еколошки живот.



Име на организацијата која промовира: Прва органска задруга

Локација каде што е имплементиран: Охрид, Куманово, Валандово, Дојран и Богданци, Северна Македонија.

Целна група: земјоделски производители

Цели: Да се промовира поздрава и поодржлива употреба на природните ресурси

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Споделување знаење и искуство и зголемување на органското производство во земјава.

Иновативен карактер:

Членовите работат заедно, споделувајќи искуства и знаења, за да го промовираат органското производство како поодржливо користење на природните ресурси.

Линк до веб-страницата. <https://poz.mk/>

Spin (Северна Македонија)

Спин се занимава со поправка и повторна употреба на стар мебел. Целта на Spin е да ја задржи вредноста на старото парче мебел, а во исто време со креативен пристап да му даде нов, свеж и модерен изглед.



Име на организацијата за промовирање: Spin

Локација каде што е имплементиран: Северна Македонија

Целна група: Општа популација

Цели: поправка и повторна употреба на стар мебел, внатрешна декорација каде главно се применуваат еколошки принципи.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Поголемиот дел од стариот мебел завршува како дел од отпадот, а за жал понекогаш и како гориво, така што главната цел на Spin е намалување на отпадот и влијание врз намалувањето на загаденоста на воздухот. Придонес е и зачувувањето на културната вредност на стариот мебел, кој денес се заменува со нов, од материјали кои немаат еколошко потекло.

Иновативен карактер:

Идејата на овој проект е да се подигне еколошката свест кај луѓето за рециклирање, повторна употреба и поправка на стариот мебел, односно да се вратат во живот старите парчиња кои инаку би завршиле како дел од отпадот.

Линк до веб-страницата: <http://www.spin.mk/>

Енергетска ефикасна практика како решение за климатските промени (Северна Македонија)

Македонската асоцијација за соларна енергија „Соларна Македонија“ е научно-образовно здружение кое работи на сите нивоа на синџирот на снабдување, од производство до сервисирање и одржување на системи за соларна енергија и промовирање на сончевата енергија како одржливо решение за енергетските потреби.



Име на организацијата за промоција: Соларна Македонија

Локација каде што е имплементиран: Северна Македонија

Целна група: производители, изведувачи, увозници и трговци

Цели: зајакнување на соработката меѓу македонските компании во секторот за соларна енергија и поврзување на експерти и научници од сите гранки за промовирање на обновливите извори на енергија.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Промоција на опрема и материјали кои се користат за изведуваче на соларни системи, критериуми за минимален квалитет на соларни системи; подигање на свеста и едукација за сончевата енергија во образовниот систем (основно, средно и високо образование); поддршка во организација на јавни кампањи за промоција и подигање на свеста на граѓаните за примена на сончевата енергија итн.

Иновативен карактер:

Придобивка од Солар Македонија имаа 21 индивидуален член и компанија, поради нивните зајакнати знаења и вештини за користење на обновливи извори на енергија, соларна мрежа на компании.

Линк до веб-страницата.

<https://solar.org.mk/en/%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b0%bc%d0%b0%b0/>

Пакомак (Северна Македонија)

Основна дејност е управување со отпад од пакување, согласно новиот Закон за управување со пакување и отпад од пакување.

Основачи на компанијата се 11 водечки производствени компании во Македонија: Пивара Скопје АД Скопје; Прилепска Пиварница АД Прилеп; Витаминка АД Прилеп; Пелистерка ДОО Скопје; Магрони ДОО Скопје (Ладна, Добра Вода); Кодинг Дооел Кавадарци (Горска вода); Кожувчанка ДОО Кавадарци; Вивакс Дооел Скопје; Благој Ѓорев АД Велес; ВВ Тиквеш АД; ВВ Стоби АД.



Име на организацијата за промоција: ПАКОМАК

Локација каде што е имплементиран: Северна Македонија

Целна група: компании и поединци

Цели: организирање систем за собирање, селекција и рециклирање на отпадот од пакување на компаниите, кој завршува кај крајните корисници. Да се промовира одговорен однос на компаниите кон отпадот од пакување, со што ќе се овозможи поквалитетен живот за сите.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Целта на компанијата е да изгради долгорочна и солидна соработка со своите клиенти и со државата и во согласност со европските регулативи - да се минимизира негативното влијание на отпадот од пакување врз животната средина. Обезбедува еколошки и економски оправдани решенија за отпад од пакување.

Иновативен карактер:

Со овој принцип на „проширена одговорност на производителот“, сите субјекти во синцирот до крајниот корисник (производители, пакувачи, увозници, дистрибутери) треба да овозможат повторна употреба или искористување на материјалот за пакување што го пласираат на пазарот. Бенефит од оваа иницијатива имаат 850 компании.

Линк до веб-страницата. <https://pakomak.mk/>

MB HOME (Северна Македонија)

Таа е првата компанија во Северна Македонија со тим од експерти со значајно знаење и искуство во областа на дизајнирање и проектирање, извршување и развој на проекти базирани на постулатите на меѓународната заедница и светските институции за заштита на природата и директната влијание на климатските промени со примена



Име на организацијата за промоција: MB HOME

Локација каде што е имплементиран: Скопје, Северна Македонија

Целна група: компании и поединци

Цели: обнова и реновирање на постоечки згради и изградба на монтажни куќи.

Линк до веб-страницата: <http://www.mbhome.mk/uslugi/>

Иновативен карактер:

Паметно домување со еколошки и зелен дизајн, зелена архитектура и зелена градба, одржлива архитектура и паметно живеење.

Ирина Тошева - дизајнер (Северна Македонија)

Одржливата мода не значи само користење на рециклирани и еколошки материјали и заштеда на вода, туку и размислување за благосостојбата на работниците.

Вклучен е целиот синџир на снабдување и преработка, од производителот на предиво, до употребата на производот од страна на клиентите. Одржливоста значи без прекумерна потрошувачка или вишок.



Име на организацијата за промоција: Ирина Тошева

Локација каде што е имплементиран: Скопје, Северна Македонија

Целна група: клиенти на облека, сопственици на домашни миленици

Цели: Придонесете за транзицијата на циркуларната економија на земјата. Охрабрете го пазарот да носи помалку и подобра облека на подолго време.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Работење на различни проекти како ментор, едукација на младите дизајнери и нивно запознавање со одржливост, цикличност и кружност, па тоа станува срж на нивната работа.

Иновативен карактер:

Одржување на сè до ниво на потреба, а исто така размислување за грижата за облеката и нејзиниот живот потоа и за пошумување на околината

Линк до веб-страницата. <https://irinatoshewa.com/>

Ignea Cosmetics (Северна Македонија)

Козметиката е храна на нашиот најголем орган, кожата, доколку сакаме да ја конзумираме на здрав начин, тогаш оваа природна козметика е добар избор кој ги собрал сите благодети на мајката земја во мали шишиња.



Име на организацијата за промоција: IGNEA

Локација каде што е имплементиран: Куманово, Северна Македонија

Целна група: клиенти на козметика

Цели: производство на еколошки производи

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Подготовка и продажба на органски козметички производи, додека целната популација има пристап до органски и природни козметички производи со проверен квалитет.

Иновативен карактер:

Средствата добиени од продажбата се вложуваат во одржување на „Еко велнес комплекс Игнеа“ каде што сопствениците на Игнеа одгледуваат овошје и зеленчук, но и за пошумување на околината.

Линк до веб-страницата. <https://www.facebook.com/IgneaOrganicCosmetics/>

Екомегот (Франција)

Еко Мегот е компанија која работи на рециклирање на догорчиња од цигари.

Нејзините цели се заштита на животната средина, градење одржливи градови и заедници што вклучува намалување на нивното влијание, промовирање на циркуларната економија неопходна за зачувување на нашите ресурси и социјалната и еколошката вонредна состојба што ја имаме.



Име на организацијата за промовирање: EcoMegot

Локација каде што е имплементиран: Talence, Франција

Целна група: Општа популација.

Цели: Заштита на животната средина, управување и третман на отпадот преку собирање и рециклирање на догорчиња од цигари.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Од почетокот на активноста организацијата собрала 60 милиони отпушоци низ Франција. 60 милиони догорчиња од цигари кои нема да завршат во природа. Всушност, само едно догорче од цигара може да загади до 500 литри вода.

Веќе 6 години 30.000.000.000 литри вода, односно 12.000 олимписки базени се заштитени од загадување од отпушоци!

Линк до веб-страницата. <https://ecomegot.com/>

Компанија МИТ Груп (Северна Македонија)

Тековната програма за производство е дизајнирана за сегментот за производство на пакување за живинарската индустрија. Станува збор за производство на пакувања за јајца (послужавници и тацни од рециклирана хартија). Се произведуваат четири основни големини на пакување: машина за перење јајца од 20-XL, машина за перење јајца од 17 литри, машина за перење јајца 15-M и машина за перење јајца за комерцијална амбалажа 10.



Име на организацијата за промоција: MIT Group

Локација каде што е имплементиран: Куманово, Северна Македонија

Целна група: продавачи и купувачи на јајца

Цели: Промовирање на рециклирањето со цел да се подобри животната средина преку намалување на употребата на нови сировини и создавање на „циркуларна економија“ во која отпадот не се гледа како финален производ, туку како ресурс за создавање нови производи.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Целта на компанијата е да ја подобри свеста на граѓаните и да ја заштити животната средина преку преработка на хартија и добивање готов производ од рециклирана хартија, намалувајќи го отпадот од пакување.

Иновативен карактер:

MIT GROUP е единствената компанија во Северна Македонија и пошироко на Балканот која се занимава со рециклирање и преработка на хартија и добивање на готов производ од рециклирана хартија

Линк до веб-страницата: <http://mitgroupcompany.com/>

Гринтек (Северна Македонија)

Компанијата има вработено 55 вработени и од своето започнување со работа континуирано инвестира во развој на производството и проширување на мрежата на добавувачи.

Работејќи под мотото „За чиста животна средина“, GRINTECH МК ја нагласува потребата од собирање, рециклирање и повторна употреба на отпад од пластична амбалажа, со цел заштеда на енергија, здрав живот и чиста животна средина за нашите и идните генерации.



Име на организацијата за промовирање: Гринтек

Локација каде што е имплементиран: Гази Баба - Скопје, Северна Македонија

Целна група: клиенти, заедница

Цели: собирање, рециклирање и повторна употреба на отпад од пластична амбалажа

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Компанијата му дава нов живот на ПЕТ пакувањето и со тоа ја зачувува природата, оставајќи здрава животна средина за идните генерации. На ниво на групација, тие годишно обработуваат 50.000 тони ПЕТ амбалажа. Целната популација придонесува за повторна употреба на отпадот од пластична амбалажа и намалување на пластичниот отпад.

Иновативен карактер:

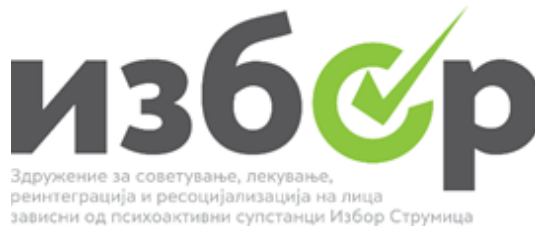
Гринтек е лидер во Северна Македонија во рециклирање на ПЕТ, ПП и ПЕ, лоциран во индустрискиот дел на населбата Гази Баба во Скопје.

Линк до веб-страницата. <http://www.grinteh.com.mk/index.php/bonus-page/departments>

Еколифе (Словачка)	
Компанијата е фокусирана на создавање на општествено одговорно, квалитетно, чисто, економски исплатливо греење со грижа за животната средина. Работат на едукација на населението и нивно запознавање со социолошките, еколошките и економските предности од користењето на пелети.	
Име на организацијата за промоција: EKOLIFE Локација каде што е имплементиран: Гиновци – Ранковце, Словачка Целна група: поширока јавност Цели: Производство на пелети. Пелетите EkoLife се обновлив извор на енергија и при нивното согорување не ја загадуваат животната средина.	
Придобивки за ентитетот и целната популација: Целната група има пристап до квалитетен и евтин извор на енергија во однос на добиената енергија/трошокот.	
Иновативен карактер: EkoLife е компанија која користи најсовремена технологија за производство на висококвалитетни пелети, чиј производ спаѓа во класата A1 според стандардот ENplus – што значи строго дефиниран состав на пелети.	
Линк до веб-страницата. https://ekolife.mk/	

Покров Избор (Северна Македонија)

На 5 хектари земјиште се одгледуваат различни овошни и градинарски култури, а од неодамна во центарот има и сушалка за дехидрирани производи. Тука е и брендот „Fresh to go“, на готови салати кои имаат додадена вредност и веќе се продаваат во синцирите на маркети како Веро, Рамстор, Макпетрол.



Име на организацијата за промоција: Покров Избор

Локација каде што е имплементиран: Струмица, Северна Македонија

Целна група: зависници од дрога, алкохол и коцкање .

Цели: Органско производство и социјална рехабилитација на ранливите групи.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Производство на органски производи преку програма за рехабилитација на зависници – третман, рехабилитација и ресоцијализација на лица со проблеми со зависност од дрога, алкохол и коцкање. Наоѓање на работа во местото на живеење за луѓе кои ја завршиле програмата. Двојна придобивка е очигледна од стопанските активности бидејќи преку нивна работа се реализира работната терапија за ранливите групи и се стекнуваат или зајакнуваат работните навики. Клиентите имаат пристап до органски и здрави производи.

Иновативен карактер:

Центарот за рехабилитација на зависници од дрога, алкохол и коцкање – Покров Избор може да се каже дека е едно од првите социјални претпријатија. Иновативната компонента на организацијата е во делот на реинтеграција (социјална инклузија) и е преку реализација на економски активности - органско производство на земјоделски производи.

Instituto Knof (Словенија)

Институт за креативен развој, е заедница на луѓе од регионот Посавје во Словенија кои веруваат во претприемништво со позитивни еколошки, социјални и здравствени ефекти, локално самоснабдување на различни нивоа и вклучување на ранливи целни групи. Визијата на КНОФ е зелен и локален економски систем кој ги вклучува принципите на еко-дизајн, од лулка до лулка и фер производство како нивни основни вредности.



Име на организацијата за промоција: КНОФ

Локација каде што е имплементиран: Кршко, Словенија.

Целна група: ранливи групи, социјални претприемачи, локална и национална заедница.

Цели: Фокусот на КНОФ е одржлив начин на живот. Преку различни проекти сакаат да постигнат најголеми можни ефекти во популаризацијата на одржливиот начин на живот. Тие ја подигнуваат свеста кај јавноста, компаниите, општините, заедниците, ги едуцираат младите претприемачи и го демонстрираат нивниот успех преку конкретните ефекти од повторната употреба.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Поединци можат да станат дел од деловната заедница на КНОФ на различни начини: можат да купуваат во одржливите бутици, продавниците и онлајн продавниците на КНОФ. Доколку имаат бизнис идеја, можат да имаат свој деловен центар во инкубаторот и да добијат поддршка од менторите и сметководителите на КНОФ и можат да работат во рамките на социјалното претпријатие КНОФ. Тие можат да работат и да помагаат како волонтери или да се вклучат преку програми: обука на работното место, работни тестови за млади луѓе, стручна/професионална рехабилитација за лица со посебни потреби.

Иновативен карактер:

КНОФ во своите активности вклучува ранливи групи: млади лица под 30 години без образование или работно искуство, лица над 50 години и инвалиди. Вообичаено, тие се и долгорочно невработени лица и најчесто поминуваат низ процес на воведување во работата пред да бидат подготвени самостојно да работат.

Линк до веб-страницата. <https://knof.si/>

Treecelet (Словенија)

Нивната мисија е да создадат позитивно влијание врз природата, животните и луѓето и тоа го прават со садење дрвја, поддршка на различни добротворни организации и обезбедување фер работни места овде и низ целиот свет.

Treecelet продава нараквици и со секоја купена нараквица, садите 3 дрвја и поддржувате локални добротворни организации



Име на организацијата за промовирање: Treecelet

Локација каде што е имплементиран: Крас, Словенија.

Целна група: Локална, национална и меѓународна заедница и добротворни организации.

Цели: Промовирање на добротворни цели преку одржливи начини. Treecelet е повеќе од садење дрвја и грижа за природата. Тие имаат тенденција да имаат позитивно влијание врз светот што значи и на луѓето.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Купувачите можат да помогнат со купување накит (исто така можат да одлучат дали сакаат да засадат дрвја или сакаат да го стават во добротворни цели). Тие имаат корист на два начина - со добивање убав накит, како и помагање на другите. Со секое купување, тие обезбедуваат фер работа на луѓето овде и ширум светот.

Иновативен карактер:

Поврзување на изработка на накит и добротворни цели/садење дрвја.

Линк до веб-страницата. <https://trgovina.treecelet.si/nasa-misija/>

Мизарство Орник (Словенија)

Carpentry Ornik е мала компанија специјализирана за производство на мебел од старо/искористено дрво и други сировини.

Компанијата соработува и со подизведувачи за да помогне најмногу во монтажата, транспортот и подготовката на старото дрво за фазата на производство. Во својот производствен процес, Орник е силно ориентиран кон циркуларност и нула производство на отпад.



Име на организацијата за промоција: Мизарство Орник

Локација каде што е имплементиран: Апаче, Словенија.

Целна група: локална и национална заедница, бизнис со мебел.

Цели: Тие се компанија специјализирана за производство на мебел од старо/искористено дрво и други сировини.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Столаријата Орник има големо искуство во реставрација на барок, стилски мебел, производство и доработка на опрема за цркви, капели и други свети споменици-заштитени објекти. Со своето долгогодишно присуство на словенечкиот и на странскиот пазар, тие се стекнаа со големо искуство и знаење. Познати се и по конзистентноста и највисокиот квалитет на производите, почитувањето на роковите за производство и грижата за животната средина.

Иновативен карактер:

Мизарство Орник произведува производи од старо делкано дрво и на тој начин го зачувува природното наследство на нашите дедовци и баби. Дрвото што го користат е старо од 100 до 500 години и се сече на стариот рачен начин, кое го преобразуваат во производи кои ве враќаат далеку назад, кога луѓето живееле на поубав природен начин.

Линк до веб-страницата: <http://mizarstvoornik.com/>

Čer Lesa (Словенија)

Со цел да се промовира преработката на дрвото и употребата на производи од дрво, Словенечкото здружение за заштита на дрвото и Советот на дрво ги организираат изложбите Čer Lesa низ Словенија.



Име на организацијата за промоција: Čer Lesa

Локација каде што е имплементиран: Љубљана, Словенија

Целна група: општа популација

Цели: Целта на изложбите и паралелните настани е да се подигне свеста на потрошувачите за важноста од преработката и користењето дрвени производи/предмети за заштита на животната средина (против климатските промени) и здравјето на луѓето.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Словенија нема рудно богатство, ниту сопствени енергетски ресурси. Но, имаме дрво, кое може да се преработи во висококвалитетни производи и згради со малку енергија и влијание врз животната средина. Затоа, богатството од дрво ни дава огромна можност да ја преориентираме словенечката индустрија во „биоекономија“ што штеди енергија и еколошки.

Иновативен карактер:

Изложбите како образовен процес. Со овие изложби целната група може да стекне знаења и вештини од оваа област.

Линк до веб-страницата: <https://carlesa.si/>

Drugačno Pohištvo (Словенија)

Oldoak се интересни парчиња мебел и внатрешен дизајн. Секое парче мебел направено од старо дабово дрво е уникатен, неповторлив производ. Функционален и издржлив. Трагите што останале во дрвото од неговата претходна употреба раскажуваат приказни за други времиња и места.



Име на организацијата за промовирање: Олдоак

Локација каде што е имплементиран: Љубљана, Словенија

Целна група: Продавачи и клиенти.

Цели: Повторно употреба на дабово дрво и дајте му нов живот во различен мебел.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Одржлив мебел направен од стар даб. Старото дабово дрво импресионира со својата мека медена боја, нагласените старосни линии, пукнатини и други неправилности. Благородната патина што ја има стекнато во текот на сто или повеќе години природно стареење им дава посебен карактер на производите за мебел.

Иновативен карактер:

Повторна употреба на стар даб за правење нов мебел.

Линк до веб-страницата: <https://www.oldoak.si/>

Smetumet (Словенија)	
Smetumet се производе, работилниците и социјалните активности создадени од ѓубре заради ѓубрето. Со разиграно рециклирање и уникатен дизајн.	
Име на организацијата за промовирање: Smetumet Локација каде што е имплементиран: Љубљана, Словенија Целна група: локални производители Цели: Поддршка на локалните производители и земјоделци. Употреба на органски и одржливи производи.	
Придобивки за ентитетот и целната популација: Употреба на производи и услуги на фер трговија и социјални претпријатија, колку што е можно повеќе самодоволност, откажување од артикли за еднократна употреба и избирање производи со помалку или без опаковки. Побарајте да купите поквалитетни производи кои траат подолго, донирајте, споделувајте, продавајте или разменувајте користени предмети. Класификација на отпадот и негово ставање во соодветни контејнери; собирање на саканиот отпад за корпата за отпадоци.	
Иновативен карактер: Претворање на ѓубрето во нови производи. Сè, колку и да сакаме, на крајот станува отпад. Да се биде свесен за отпадот пред да се создаде, да се размислува за можностите за негово спречување, за негова повторна употреба, обработка, поправка, надградба и продолжување на животниот век е целта на работењето на Smetumet.	
Линк до веб-страницата: https://smetumet.com/	

Intermontage BV (Países Bajos)

Intermontage е мулти-сертифицирана компанија за доработка и дизајн на ентериер, која има за цел да функционира сигурно на сите фронтови и се стреми кон задоволство на клиентите. Области на фокус на компанијата се одржливи набавки на материјали, социјална кохезија; развивање политика за спонзорство насочена кон локалните иницијативи и економијата и дополнително инвестирање во иновации и методологии како што се BIM (Revit) и синцирната соработка.



Име на организацијата за промовирање: Интермонтажа

Локација каде што е имплементиран: Terwolde, Países Bajos

Целна група: локална и национална заедница, бизнис со мебел.

Цели: одржлива набавка на материјали, социјална кохезија; развивање политика за спонзорство насочена кон локалните иницијативи и економијата и дополнително инвестирање во иновации и методологии како што се BIM (Revit) и синцирната соработка.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Intermontage има знаење, искуство и производни линии за професионално да се справи со сите видови проекти и да ги спроведе на целосно задоволство на клиентите. Неговата мисија започнува со вистинските вработени на вистинското место, на кои им е предизвик да растат и да се развиваат во интерес на себе, компанијата, клиентите, пазарот и животната средина.

Иновативен карактер:

Интермонтажа го поврза дизајнот на ентериерот со општествената одговорност што е составен дел на професионалната и одржлива форма на претприемништво.

Откриени предизвици и проблеми при имплементацијата:

Спор раст. Почнувајќи од 1977 г.

Линк до веб-страницата: <https://intermontage.nl/>

Koo International (Шпанија)

KOO International е производител на мебел со повеќе од дваесетгодишно искуство во секторот, во кој се создаваат парчиња засновани на дизајн, иновација и кохерентност. Почнат е во 1998 година како глобален бренд со свој карактер и идентитет. Се фокусираше на космополитска, меѓународна јавност, со изразена грижа за дизајнот, но тоа во никој случај не го компромитира квалитетот.



Име на организацијата за промоција: KOO International

Локација каде што е имплементиран: Валенсија, Шпанија

Целна група: локална и национална заедница, бизнис со мебел.

Цели: работа врз основа на идентификуваните потреби и со многу дефинитивна крајна цел: удобност и уживање на луѓето. Нивните вредности делуваат како движечка сила и означуваат како KOO ја извршува својата работа, комбинирајќи ги техничките и човечките ресурси.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Преку еко-дизајнот тие создаваат производи кои можат да се надградуваат и поправаат. Овие производи, исто така, во голема мера се направени од рециклирани и/или материјали што може да се рециклираат, на пример, употребата на дрво и деривати со сертификат FSC и локално добиено (купување исклучиво шпанска дрва). Покрај тоа, KOO International започна да нуди услуги поврзани со производи за да го забави стареењето на производот и да обезбеди оптимално одржување: рестилирање, реконфигурација, поправка и враќање назад

Иновативен карактер:

Cirkoolar е процес инициран од брендот за да ја ревидира формулата за својот производ со истражување на најдобрата комбинација од природни, рециклирани и издржливи материјали и да развие сервисна програма за продолжување на животниот век на производот.

Линк до веб-страницата: <https://www.koointernational.com/>

Коко мат (Грција)

Душеците COCO-MAT се дизајнирани да создадат и понудат ново, приспособено искуство за спиење.

Компанијата постепено вовеле дополнителни природни материјали како коњско влакно, влакна од кактус, алги и лаванда за дополнително да го подобри квалитетот на нивните душеци, правејќи го креветот уште поспецијален за секој клиент.



Име на организацијата за промоција: COCO-MAT

Локација каде што е имплементирана: Атина , Грција.

Целна група: Локална, национална и меѓународна заедница.

Цели: производство на душеци од природни материјали.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Дури и откако беше лансиран, COCO-MAT помина низ прогресивно усовршување на предлогот на клиентите и вредностите на брендот, разви глобална малопродажна мрежа и се прошири во хотели и велосипеди од дрво, меѓу другите области. Во 2015 година, Сосо-Мат имаше продавници во 14 земји, вработуваа најмалку 250 луѓе, повеќето од нив во Грција.

Иновативен карактер:

Вниманието посветено на СЕ досега беше фокусирано на употребата на секундарните сировини, повторната употреба, рециклирањето и продолжувањето на животниот циклус на производите, минимализацијата на отпадот, индустриската симбиоза и обновувањето на материјалите – со цел целосно да се посветиме на принципите на намалување , повторна употреба, рециклирање и развој на корпоративна општествена одговорност, бизнисот мора да ги преиспита своите сегашни системи.

Линк до веб-страницата: <https://www.coco-mat.com/>

Bracia Romanowscy Stolarstwo (Полска)

Компанијата во своите активности се води по еден основен принцип: изборот на материјал од кој е направен мебелот е од големо значење. Со избирање на мебел од материјали чиј состав се состои од материјали по потрошувачка, го поддржуваме рециклирањето, живеењето во согласност со идејата за нула отпад и се грижиме за природните ресурси кои се при крај.



Име на организацијата за промоција: Bracia Romanowscy Stolarstwo

Локација каде што е имплементиран: Варшава, Полска

Целна група: Локална, национална и меѓународна заедница.

Цели: Одржливо производство на мебел.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Одлуките донесени денес влијаат на светот во кој ќе живеат идните генерации. Затоа, доколку сакате да имате позитивно влијание врз животната средина, треба да направите промени во вашето непосредно опкружување, да купувате внимателни, да изберете висококвалитетни производи кои ќе ви служат долго време, како и да не ги фрлате работите во брзање, на пр. со нивно реновирање.

Иновативен карактер:

Bracia Romanowscy Stolarstwo произведува мебел и градежни елементи од цврсто дрво. Компанијата успева да најде можности да користи дури и стар мебел, скали и други градежни елементи во производството на нови производи.

Откриени предизвици и проблеми при имплементацијата:

Во моментот, развојот на употребата на пост-потрошувачко дрво во производството на мебел и столарија е блокиран со полските законски регулативи кои го спречуваат увозот на отпад од дрво по потрошувачка, кој во исто време доаѓа главно од полскиот извоз на мебел. Состојбата со понудата резултира со повисоки цени на производите, губење на конкурентноста и можност за продажба на произведените производи.

El Puente del Molino (Шпанија)

ECOS del Lozoya (фарма El Puente del Molino) е агроеколошки проект во кој органските шумски плодови се одгледуваат во средина опкружена со планини, шуми, ливади и вода. Фармата е со површина од 2 хектари. Производството не е многу интензивно и е мало, со почитување на ритмот на годишните времиња и природниот циклус на одгледување.

Во одгледувањето на овошјето не се користат пестициди или синтетички ѓубрива. Тие се сертифицирани од Комитетот за органско земјоделство на заедницата во Мадрид. Како компанија спроведуваат активности кои ги вклучуваат нивните клиенти во бербата на овошјето што сакаат да го создадат, со цел да генерираат еколошка свест.



Име на организацијата за промовирање: Екос дел Лозоја

Локација каде што е имплементиран: Мадрид, Шпанија.

Целна група: Потрошувачи на органски производи. Општа популација.

Цели: Одгледување на органски шумски плодови, создавање искуства за берба

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Производство на овошје со почитување на природниот сезонски циклус, без употреба на токсични агрохемикалии кои предизвикуваат долготрајни заболувања. Производство на мало овошје со високо ниво на квалитет и вкус.

Иновативен карактер:

Покрај користењето на производствен метод кој се прилагодува на природните сезонски циклуси на производот, процесот на купување нуди искуство на директен контакт со производот и природни тури низ фармата, со цел да се генерира поголема еколошка свест.

Линк до веб-страницата: <https://www.elpuentedelmolino.es>

Проект за одржливост Redcycle (Шпанија)

Redcycle е проект (во соработка со Aquafil) за собирање и рециклирање на неупотребени рибарски мрежи за да ги врати во живот и да ги претвори во одржливи облеку посветени на подобра иднина.

Проект започнат во 2015 година кој ги обединува институциите, здруженијата на рибари, баскиските рибари и компанијата Тернуа за подигање на свеста и сензибилизирање на општеството и рибарскиот сектор за заштита на планетата. Тие се производители на облека за спорт на одржлив начин. Има физички и онлајн продавници.

- 12 тони: Количина на искористени мрежи собрани од Тернуа во 2016 година.
- Намалување на јаглерод диоксид еквивалентно на 39.500 kg CO₂.
- Намалување на природните ресурси, еквивалентно на 18.612 кг нафта.
- Намалување на отпадот кој завршува на депонии или се спалува или завршува на дното на морето, што е еквивалентно на 10.000 кг.



Име на организацијата за промоција: Тернуа

Локација каде што е имплементирана: Мондрагон, Баскија. Шпанија.

Целна група: баскиски рибари, рибарски друштва, институции и пошироката јавност.

Цели: Собирање на неупотребени рибарски мрежи за конверзија во спортска облека од висока класа.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Намалување на загадувањето на водата и влијанието на морскиот свет од неупотребени мрежи.

Иновативен карактер:

Повторна употреба на неупотребени рибарски мрежи и трансформација на овие материјали во спортска облека од висока класа.

Линк до веб-страницата: <https://www.ternua.com/es/sostenibilidad-redcycle>

Trasdeza natur. (Шпанија)

Тоа е органска градина која ги обновува локалните видови зеленчук и овошје и ги трансформира во дехидрирани производи на одржлив начин со сончева енергија. Отпадната вода се пречистува во езерце со зеленчук (зелен филтер) и повторно се користи за наводнување. Нејзините производи се пакувани со материјали што може да се рециклираат и компостираат.

Оваа галициска иницијатива веќе доби бројни награди како што ја доби Талон Гарсија од програмата TalentA 2021 за рурално претприемништво организирана од Corteva Agriscience и Федерацијата на рурални женски здруженија во Шпанија (Фадемур).



Име на организацијата за промоција: Tradeza Natur

Локација каде што е имплементиран: Понтеведра, Шпанија

Целна група: Општа популација

Цели: Дехидрација на органски производи со одржливи енергии.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Извонредност и максимален квалитет на храната. Бидејќи тие ги прават своите производи со деликатес, грижејќи се за сировината и дехидрирајќи ги на природен, одржлив начин, така што тие ги задржуваат сите свои својства.

Иницијативата е добитник на неколку награди за квалитет и технолошки иновации кои ги потврдуваат нејзините придобивки.

Иновативен карактер:

Производство на органско овошје и зеленчук и дехидрирани производи со сончева енергија. Производи со сета нивна органолептичка вредност и хранливи својства.

Линк до веб-страницата: <https://www.trasdezanatur.com/home/>

Josenea Bio (Шпанија)

Тоа е компанија за циркуларна економија, посветена на производство на биомаса. Го собира биоотпадот од соседите и го трансформира во компост за да ги оплоди сопствените полиња, обновувајќи ја земјата и климата.

Проектот придонесува и за создавање зелени социјални работни места. Целта на проектот е да се промовира интеграцијата на социјално исклучените лица на пазарот на труд преку креирање на мали бизнис проекти.

Добитник е на наградата за добри практики во одржлив локален развој.



Име на организацијата за промоција: Josenea

Локација каде што е имплементиран: Навара, Шпанија

Целна група: луѓе кои живеат во рурални средини во услови на ранливост и социјална исклученост.

Цели: Создавањето можности за вработување за обесправените луѓе или групи е една од најефикасните алатки во борбата против социјалната исклученост и кон патот на личниот развој. Ставете ги луѓето на прво место без да ја заборавите природата, почитувајќи ја во секој од процесите што се спроведуваат во секоја од спроведените активности и промовирајќи еколошки и еко-одржливи вредности во животната средина.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Во моментот, бројот на ангажирани лица во процесот изнесува 17. Во своето секојдневно работење, Josenea се однесува како вистинска компанија, за обуката да биде ефективна и да не создава претерано заштитени работни простори. За таа цел, техничкиот тим на Josenea секогаш работи со цел да обезбеди најдобра обука за висококвалитетно производство.

Компанијата во својот персонал има техничко лице за социјална и работна помош и од 2002 година, повеќе од 85% од луѓето кои го поминале нашиот тригодишен процес на приклучување, успеале да ја консолидираат својата работна и лична состојба.

Исто така во 2021 година, 6 членови на тимот постигнаа стабилно вработување, додека уште 30 лица го продолжуваат својот процес на обука во нашите капацитети во Lumbier и Noáin во Навара

Иновативен карактер:

Органската фарма е самодоволна благодарение на употребата на обновливите извори на енергија за производствените процеси.

Линк до веб-страницата: <https://www.josenea.bio/>

GO натпревар - Мадрид КМ регион (Шпанија)

Финансирањето на GO Match Madrid Km región (Мадрид) се состои од пилот-проект за финансиски иновации за скратување на комерцијалните канали на локалното агро-еколошко производство што придонесува за планирање на производството преку претпродажба на потрошувачите и нивна последователна лојалност.

Matchfunding е колективно финансирање на проекти кои, покрај примањето придонеси од граѓаните преку кампањи за групно финансирање, добиваат дополнителна финансиска поддршка од една организација. Тие во моментот имаат отворен повик, промовиран од оперативната група Мадрид KmRegión и Фондацијата Триодос, кој е насочен кон иновативни проекти на кратки канали за комерцијализација на храна од семејното и социјалното земјоделство во Мадридскиот регион.

Основната структура на GO се состои од три партнери:

1. Производителите (Здружение на агро-еколошки производители АУПА) како главни двигатели на иницијативата.
2. Локалните администрации како најнепосредна јавна поддршка. Во оваа смисла, Здружението на мрежата на агро-еколошки општини TERRAE.
3. Asociación por la Alimentación Local Sostenible y Saludable (ALYSS) ги носи на проектот искуството и потребите на дистрибутерите од мали размери.



Име на организацијата која промовира: Go Match

Локација каде што е имплементиран: Мадрид, Шпанија

Целна група: Органски потрошувачи и производители.

Цели: Доближување на производителот и потрошувачот без посредници и дополнително подигање на свеста за локалниот производ кај локалното население.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Го намалува синџирот на дистрибуција и маркетинг, промовирајќи правичен приход за органските производители.

Иновативен карактер:

Финансиски иновации за скратување на каналите за комерцијално производство.

Линк до веб-страницата: <https://madridkmregion.es>

Андалузиско овчарско училиште (Шпанија)

Училиштето за овчари во Андалузија е проект за обука кој вклучува предавање на традиционално и рурално знаење, заедно со еколошки аспекти поврзани со сточарството.

Андалузиската школа за овчари е наменета за луѓе кои сакаат да преземат иден проект поврзан со сточарското производство и се посветени на специјализирана и практична обука.



Име на организацијата за промовирање: Junta de Andalucía.

Локација каде што е имплементирана: Андалузија, Шпанија.

Целна група: луѓе кои сакаат да преземат иден проект поврзан со сточарско производство.

Цели: поддршка на генерациската обнова во руралните области.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Со веќе одржани повеќе од 9 изданија, овој проект има стапка на инкорпорирање во сточарската дејност меѓу 60 и 90% од учениците.

Иновативен карактер:

Спречување на рурална депопулација, преку обука и управување со проекти за сточарство со позитивно влијание врз животната средина.

Линк до веб-страницата: <https://escueladepastoresdeandalucia.es/es/inicio>

Мрежа на земјоделски тест простори (Шпанија)

Земјоделските инкубатори се програми кои ја олеснуваат генерациската обнова во земјоделството преку обезбедување на таканаречени земјоделски тест простори.

Оперативната група RETA (Red de Espacios Test Agrarios) ги промовира овие простори кои помагаат да се надмине недостатокот на популација, промовирање на вработување, зачувување на пејзажот и модели на одржливо земјоделско производство.



Име на организацијата за промовирање: RETA

Локација каде што е имплементиран: Екстремадура, Баскија, Навара и Каталонија

Целна група: Земјоделци

Цели: Земјоделско тестирање за да се одржи руралниот свет жив, динамичен и одржлив.

Иновативен карактер:

Оваа мрежа обезбедува поддршка за земјоделските субјекти и области, координира состаноци помеѓу руралните ентитети и дава знаење за промовирање на социјалната кохезија и руралниот развој.

Линк до веб-страницата: <https://espaciostestagrarios.org>

Чувство на Кантабрија (Шпанија)

Чувството на Кантабрија се состои од доживување на туризмот поблиску до Кантабрија преку нејзините занаетчии и локални производители, и доближување на искуства блиску до средината и нејзините луѓе.

Тоа е проект за одржлив туризам.



Feeling Cantabria

Име на организацијата за промовирање: Feeling Cantabria.

Локација каде што е имплементиран: Кантабрија, Шпанија

Целна група: Општа јавност, фокусирана на руралниот туризам.

Цели: генерирање на еколошка свест, грижа за животната средина, екотуризам.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Свеста за зачувување на животната средина со туристичките активности, зголемена понуда на рурален туризам што ја активира економијата на заедниците, намалување на влијанието врз животната средина поврзано со туризмот.

Иновативен карактер:

Предлог за нетрадиционален туризам, со акцент на уживање во области со голема природна убавина без масовност на посетители, кои не се добро промовирани.

Линк до веб-страницата: <https://feelingcantabria.wixsite.com/feelingcantabria>

Бумеранг (Шпанија)

Компанија базирана на циркуларна економија која користи технологија, психологија и системско размислување за да ја елиминира пластиката за еднократна употреба од храната и пијалоците за носење преку иновации во системите за повторна употреба.

Нуди циркуларно решение. Систем за повратно пакување, покриен со новиот закон за отпад, наспроти пакувањето за компостирање за еднократна употреба.

BUMERANG

Име на организацијата за промовирање: Бумеранг

Локација каде што е имплементирана: Барселона, Шпанија.

Целна група: Општа јавност, прехранбени компании (угостители).

Цели: Елиминирање на пластиката за еднократна употреба од храната и пијалоците за носење. Подигнување на свеста за влијанието врз животната средина на пакувањето за еднократна употреба.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Тоа има влијание врз намалувањето на загадувањето и ја подига свеста за итноста за зачувување на планетата, да се намали потрошувачката на пакувања за еднократна употреба.

Иновативен карактер:

Интегрира иновативни технологии за генерирање на повратни пакувања, намалување на пакувањето за еднократна употреба.

Линк до веб-страницата: <https://youbumerang.com/sobre-bumerang>

Apadrina un olivo (Шпанија)

Со седиште во Олиете (Теруел), тие работат да дадат углед и да ја спречат депопулацијата на руралните области.

Тие работат со спонзорство од поединци на нивните 6.000 маслинови дрвја, што им овозможува да обезбедуваат вработување за луѓето од регионот и во исто време да произведуваат висококвалитетно масло.

Apadrinaunolivo.org

Име на организацијата за промовирање: Apadrina un Olivo.

Локација каде што е имплементирана: Арагон, Шпанија.

Целна група: Општа јавност.

Цели: Создавање на вработувања за лицата со попреченост. Заштита на флората и фауната кои растат и зависат од маслиновата шума. Придонес за намалување на јаглеродниот отпечаток. Поттикнување на руралниот туризам кој придонесува за економски развој на селото.

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Повторно населување на руралните средини, обезбедување на вработувања и економско реактивирање за заедниците кои минуваат низ процеси на депопулација.

Иновативен карактер:

Развој на занаетчиски производи кои го трансформираат руралниот свет. Иновативни стратегии за развој, вработување и повторно населување на руралните средини.

Линк до веб-страницата: <https://apadrinaunolivo.org/es>

Болсалеа (Шпанија)	
Семеен бизнис, произведуваат одржливи артикли за пакување од 2009 година. Експерти за креирање и персонализација на чанти, торби за складирање и торбички. Тие работат со материјали како органски памук, коноп, рециклирани ткаенини и хартија.	
Име на организацијата за промовирање: Болсалеа Локација каде што е имплементирана: Аликанте, Шпанија. Целна група: Компании, магацини, продавници. Јавноста. Жени жртви на родово базирано насилство. Цели: Цел е намалување на пластичните кеси за еднократна употреба.	
Придобивки за ентитетот и целната популација: Придонес за намалување на кесите за еднократна употреба. Промовирање и зајакнување на жените и вклучување на лицата со попреченост на пазарот на труд.	
Иновативен карактер: Употреба на органски материјали и повторна употреба за производство на кеси за повеќекратна употреба. Претприемништво кое придонесува за животната средина и за затворање на социјалниот јаз за жените.	
Линк до веб-страницата: https://www.bolsalea.com/	

Революција на CO2 (Шпанија)

Компанија која нуди ефикасни решенија засновани на природата.

CO2 Revolution го пресметува вашиот јаглероден отпечаток и ви помага да го надоместите преку создавање на проекти за пошумување.

Користејќи компјутерски алгоритми и технологија на дронови, компанијата може да сади дрвја со фрлање паметни семиња од воздухот.



Име на организацијата која промовира: CO2 Революција.

Локација каде што е имплементиран: Навара, Шпанија.

Целна група: Деловен сектор кој сака да спроведе мерки за намалување на CO2.

Цели: спречување на климатските промени преку намалување на емисиите на CO2

Придобивки за ентитетот и целната популација:

Големо влијание врз ублажувањето на климатските промени. Партнерство со многу компании во оваа работа. Подобрување на индустриските процеси на многу компании за намалување на јаглеродот.

Иновативен карактер:

Интегриран модел на пошумување, кој ги комбинира техниките за рачно садење со технолошки процедури.

Линк до веб-страницата: <https://co2revolution.es/>