

МЕДИА МОНИТОРИНГ

10 ЮНИ 2025 г.



Българска
Асоциация по
Рециклиране

Член на:



Bureau of
International Recycling



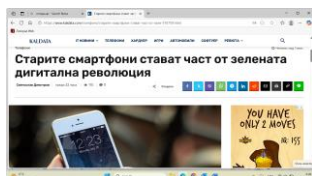
БЪЛГАРСКА
СТОПАНСКА
КАМАРА
съюз на българския бизнес



[Източник: Kaldata.com](#)

Заглавие: Старите смартфони стават част от зелената дигитална революция

Линк: <https://www.kaldata.com/%d1%82%d0%b5%d0%bb%d0%b5%d1%84%d0%be%d0%bd%d0%b8/%d1%81%d1%82%d0%b0%d1%80%d0%b8%d1%82%d0%b5-%d1%81%d0%bc%d0%b0%d1%80%d1%82%d1%84%d0%be%d0%bd%d0%b8-%d1%81%d1%82%d0%b0%d0%b2%d0%b0%d1%82-%d1%87%d0%b0%d1%81%d1%82-%d0%be%d1%82-%d0%b7%d0%b5%d0%bb%d0%b5-576759.html>



Текст: Старите смартфони могат да се превърнат в основа за зелени цифрови решения, намалявайки електронните отпадъци и подкрепяйки устойчивото развитие.

Всяка година в световен мащаб се произвеждат над 1,2 милиарда смартфона, което води до бързо увеличаване на количеството електронни отпадъци. Старите устройства често се озовават на сметища, въпреки че все още биха могли да служат на човечеството. Производството на джаджи изразходва ресурси и генерира значителни количества CO₂, а животът на телефоните се намалява до 2-3 години. Най-доброто решение е старото оборудване да се превърне в полезни устройства, вместо да се заменя с ново.

Точно такъв подход възприеха учените от университета в Тарту. Те доказаха, че старите смартфони могат да действат като мини центрове за данни. „Иновациите често започват не с нещо ново, а с нов начин на мислене за старото“ — казва доцент Хубер Флорес. Според него преосмислянето на ролята на остарелите неща проправя пътя към устойчиво дигитално бъдеще.

Екипът от учени разработи прототип на цена от само 8 евро на устройство. Телефоните са комбинирани в система, оборудвана с 3D-принтирани корпуси и хранване от външни източници. Устройствата са използвани в градовете за наблюдение на пътническия трафик, а също така успешно са работили и под вода, преброявайки морския живот. Това им е позволило да избегнат използването на водолази, спестявайки ресурси и време.

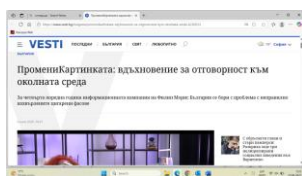
„Устойчивостта не е просто опазване на бъдещето, а преосмисляне на настоящето“ — казва доцент Улрих Норбисрат. Изследването показва, че дори остарялата електроника може да играе важна роля в дигиталната трансформация. Преосмислянето на функциите на старите устройства е стъпка към устойчиво бъдеще, където технологиите служат като инструмент за промяна, а не като източник на проблеми.

Източник: Вести

Заглавие: ПромениКартинката: вдъхновение за отговорност към околната среда

За четвърта поредна година информационната кампания на Филип Морис България се бори с проблема с неправилно изхвърлените цигарени фасове

Линк: <https://www.vesti.bg/bulgaria/promenikartinkata-vdyhnovenie-za-otgovornost-kym-okolnata-sreda-6230523>



Текст: Все по-осезаеми стават последиците от „невидимите“ за нас отпечатьци, които оставяме в околната среда. Фасовете, макар и незначителни със своите размери, представляват сериозен екологичен проблем. Информационната кампания на Филип Морис България ПромениКартинката вече четвърта година цели да информира за мащаба на замърсяването на околната среда с неправилно изхвърлени фасове и други отпадъци, и да апелира за отговорно потребителско поведение.

Поля Александрова, ръководител „Корпоративни комуникации“ във Филип Морис България, сподели повече информация по темата в подкаста на радио „Витоша“ „Тройка по никое време“, където бе гост.

„Дълго мислихме как да кръстим проекта и си дадохме сметка, че цигарените фасове са част от ежедневната картинка, от всичко, което ни заобикаля, но често не ги забелязваме. А те са навсякъде около нас - по тротоарите, на плажовете, в парка“, споделя Александрова.

Част от стратегията на ПромениКартинката е чрез визуални провокации и креативни послания да обърне внимание на естетическия и екологичния аспект на проблема.

„Имаме изключително въздействащи визии, включително такива с животни, които стават жертва на замърсяването на природата с неправилно изхвърлени цигарени фасове“, разкрива тя.

Проблемът, който не виждаме

Кампанията е информационна, защото посланието ѝ цели да покаже, че не само фасовете, а всички отпадъци трябва да бъдат изхвърляни на определените за това места. От разговора става ясно, че фасовете, макар често подценявани като отпадък, са дългогодишно разграждащ се в природата боклук.

„Едно от впечатляващите послания на ПромениКартинката е, че след 10 години фасовете в моретата ще бъдат повече, отколкото рибата. Това звучи шокиращо, но е далеч от истината. Разграждането на цигарените филтри може да отнеме между 3 месеца и 15 години в зависимост от средата, в която са изхвърлени. Именно затова е нужно да действаме още сега – да избираме правилното място за отпадъците си, да носим лична отговорност и да насърчаваме устойчиво поведение в ежедневието си“, допълва Поля Александрова.

Една от основните цели на ПромениКартинката е да покаже, че грижата за околната среда е важна, но също така може да бъде и практически лесна, когато има желание и подходящи решения.

Партньорствата, които показват картината днес

ПромениКартинката поставя акцент и върху визуалното представяне на проблема чрез партньорство с НАТФИЗ, в рамките на което талантиливи студенти създават кратки видеоформати. Те обобщават основните послания на кампанията и ангажират по-младата аудитория по въздействащ и достъпен начин.

„Това е пример за успешно партньорство, което поддържахме вече четири години. Наскоро се срещнахме с четвъртия клас студенти, включени в програмата. Те не просто 'произвеждат' – не е най-точната дума – а работят по концепцията, създават и реализират кратки видеа. В рамките на 30 секунди, а понякога и по-малко, те успяват да предадат правилните послания на ПромениКартинката, точно това, което искаме да кажем. Привличат вниманието към проблема по нестандартен начин, с ясен кинематографски елемент“, разказва Поля Александрова.

Кампанията ПромениКартинката не се ограничава само до видеосъдържание. През последните години тя излиза извън дигиталното пространство и се пренася на фестивали, плажове, паркове и в малки градове из цялата страна. Организиранат се почистващи акции, раздават се джобни пепелници, провеждат се информационни изложби и се изграждат партньорства с все по-широк кръг от ангажирани институции.

„Пътуваме с изложбата и организираме събития в различни градове. Много често срещаме подкрепа от местни медии и от самите кметове“, споделя Поля Александрова, част от екипа зад инициативата.

Само в последните месеци кампанията е посетила Карлово, Пловдив и Габрово, а предстои Велико Търново, Бургас, Лозенец и Царево. В Пловдив – град с дългогодишна история в тютюневото производство – инициативата среща особено силен интерес. „В Пловдив има традиция в тютюневата индустрия, но и ясно осъзнаване за нуждата да не се оставя отпечатък“, казва Александрова.

Подкрепата от кметства, местни медии и граждански организации прави възможно разгръщането на пътуващите изложби, почистванията и събитията, които дават гласност на темата и насърчават устойчиво поведение.

От България към света: част от глобална промяна

ПромениКартинката е и част от международната инициатива Our World Is Not an Ashtray („Светът ни не е пепелник“) – глобална програма, насочена към повишаване на информираността и промяна в поведението по отношение на неправилното изхвърляне на фасове и други отпадъци, свързани с тютюневи изделия.

Обхватът на българската кампания също се разширява – от плажовете, където започва, към планините, градовете и обособените градски пространства. Чрез партньорства с общини, културни институции и организатори на фестивали, посланието достига до разнообразни публики – от почиващи на морето до зрители в кино-зали.

„През годините изградихме множество партньорства и привлякохме силни поддръжници, които, дори без формална връзка с компанията, повярваха в идеята и започнаха да я споделят от сцената – на концертите, в театрите, дори от филмовия екран“, допълва Александрова.

Сред подкрепящите са фестивали като АртПоток, Варуша-Юг, Международен филмов фестивал Бургас, Cinelibri, Аполония, Bansko Jazz Fest и други. Така ПромениКартинката се превръща в платформа за социална отговорност, която надхвърля рамките на традиционната корпоративна комуникация.

Между поколенията, навиците и личната отговорност

Един от ключовите акценти в разговора е отношението на различните поколения към устойчивото поведение.

„Младите не искат да работят за компании без кауза. А още по-малко – да замърсяват свят, който искат да обитават със смисъл. Това е разликата“, казва Александрова.

Промяната обаче не може да бъде едностранна. Необходимо е взаимодействие между поколенията, в което и по-възрастните да се учат. „Може би нашето поколение – това, което наричаме малко по-възрастното – трябва да вземе пример от следващото. В крайна сметка живеем заедно в едно време. И всяко поколение има своята стойност и може да допринесе обществото да върви напред по правилния начин“, допълва тя.

Независимо от възрастта, всички виждаме едно и също – фасовете в парка, по улиците, на плажа. „Не мисля, че тази картина изглежда различно през очите на различните поколения – тя просто е там, тя е факт“, обобщава Александрова.

Всеки слага своя щрих

В крайна сметка, не става дума само за фасове. Става дума за навици, които оставят следи – в природата, в града, в културата ни на поведение. Кампанията ПромениКартинката показва, че най-важното не е какво правим в планината или на плажа, а какви отпечатьци оставяме след себе си всеки ден.

Тя е пример за това как корпоративната социална отговорност може да се превърне в реална сила за промяна. А Филип Морис България – в катализатор на диалог и действие по една от най-видимите, но често пренебрегвани теми на нашето време.

Източник: Dnes

Заглавие: От червения килим от фестивала в Кан ще ушийт шапки, чанти и други аксесоари

Той ще бъде продаден за едно евро на килограм или 33 цента на квадратен метър

Линк: <https://www.dnes.bg/a/448-svobodno-vreme/681871-ot-cherveniya-kilim-ot-festivala-v-kan-shte-ushiyat-shapki-chanti-i-drugi-aksesoari>



Текст: Легендарният червен килим от филмовия фестивал в Кан, по който звездите са минавали в продължение на две седмици, получава втори живот в ръцете на модни дизайнери и театрални трупи, пише АФП.

„Продаваме го като „фин червен филц“, а не като „килимът от Кан“, обясни пред АФП Жана Ре, координатор на Réserve des arts – асоциация за управление на отпадъци от творческия свят, на която фестивалът плаща за преработката на килимите си.

Легендарният червен килим от филмовия фестивал в Кан, по който звездите са минавали в продължение на две седмици, получава втори живот в ръцете на модни дизайнери и театрални трупи, пише АФП.

„Продаваме го като „фин червен филц“, а не като „килимът от Кан“, обясни пред АФП Жана Ре, координатор на Réserve des arts – асоциация за управление на отпадъци от творческия свят, на която фестивалът плаща за преработката на килимите си.

„Не продаваме този килим, залагайки на маркетинга, тъй като така или иначе ще бъде продаден на ниска цена. Като го рециклираме, допринасяме за намаляване на въздействието на фестивала върху околната среда“, добавя тя.

Червеният килим от Кан ще бъде продаден за едно евро на килограм или 33 цента на квадратен метър, което е изключително ниска цена. В голям склад, разположен в работнически квартал на север от Марсилия, на брега на Средиземно море, асоциацията обработва всякакви материали, събрани от театри, продуцентски агенции и модни ревюта, преди да ги продаде „на цени, три пъти по-ниски от пазарните“, уточнява Бони Геспин, отговорник по продажбите.

„От килима на Кан правим класически дамски чанти, но също и чанти за бутилки вино, шапки, калъфи за очила, доста уникални артикули“, обяснява Елза Рамуни-Йордикян, клиент на Réserve des arts и секретар на асоциацията Les Nippones, която вече няколко години използва големи части от прочутия килим. В изложба, озаглавена „Облечи се като филмова звезда“, тя току-що представи в Марсилия своите творения, изработени от килима за 2024 г.

„Фактът, че идва от известен фестивал и се рециклира в региона, за нас има смисъл“, обяснява Елза Рамуни-Йордикян. „Този килим не е непременно с невероятно качество, но именно затова го използваме.“

Според тридесетгодишната жена производството на този вид синтетични материали никога няма да спре, затова трябва да се намерят начини те да се преработят.

От последния фестивал в Кан, който се проведе между 13 и 24 май, бяха събрани парчета от килима с общо тегло 1,5 тона, които са били подменяни ежедневно, както и дървени летви, плакати, пластмасови покривала. В един ъгъл на склада няколко палети с късове от червения килим още чакат своята съдба, опаковани в черни найлонови чували.

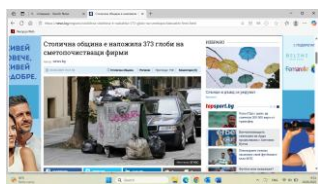
Пробит на някои места, белязан от стъпки или следи от обувки, лепен с тиксо, понякога с мирис на влага, той вече е преживял много. Но клонът на Réserve des arts в Марсилия разполага с петима служители, които почистват килима, преди да му дадат втори живот.

„Работейки с нас, Кан приема да увеличи малко бюджета си, защото нашата дейност и опит струват повече от машините за рециклиране. Ако не бяхме ние, те просто щяха да нарежат килима и да го предадат за преработване в пластмаса“, обясни Жана Ре.

Източник: [News.bg](https://news.bg)

Заглавие: Столична община е наложила 373 глоби на сметопочистващи фирми

Линк: <https://news.bg/regions/stolichna-obshtina-e-nalozhila-373-globi-na-smetopochistvashti-firmi.html>



Текст: Столичният инспекторат е наложил 373 глоби на фирмите, отговарящи за сметопочистването в София, от началото на годината до края на май. Санкциите са за различни нарушения по договорите с общината и възлизат на обща стойност 730 828,95 лв., съобщиха от Столичната община.

Оттам отчитат, че това е ръст от близо 14% спрямо същия период на 2024 г.

Най-честото нарушение е неизпразването на контейнери, при което сметосъбиращият автомобил преминава по маршрута, но не извозва отпадъците. Именно с такива случаи се свързва и т.нар. схема с отпадъци с неясен произход, за която кметът Васил Терзиев алармира в началото на април.

През 2024 г., след встъпването в длъжност на Терзиев и смяната на ръководството на Столичния инспекторат през ноември, контролът по чистотата в града беше значително засилен, отчитат от общината.

В резултат, за цялата година бяха наложени санкции на стойност над 2,3 млн. лв. - в сравнение с 685 хил. лв. през 2023 г. Глобите се удържат от плащанията към фирмите по договор.

На 5 юни Столичната община обяви, че глобите за сметопочистващите компании ще бъдат увеличени драстично - между 2 и 10 пъти.

Това ще се случи с подписването на новите договори за чистотата в града. Мярката е включена в документацията по новите обществени поръчки, които вече са изпратени за публикуване в Агенцията за обществени поръчки.