



Številka: 004-3/2025-49
Ljubljana, 18.4.2025
GENERALNI SEKRETARIAT VLADE REPUBLIKE SLOVENIJE gp.gs@gov.si
ZADEVA: Informacija in soglasje k izvedbi oglaševalske kampanje »TRAJNOSTNA POTROŠNJA« – predlog za obravnavo – predlog za obravnavo
1. Predlog sklepov vlade:
Na podlagi šestega odstavka 21. člena Zakona o Vladi Republike Slovenije (Uradni list RS, št. 24/05 – uradno prečiščeno besedilo, 109/08, 38/10 – ZUKN, 8/12, 21/13, 47/13 – ZDU-1G, 65/14, 55/17 in 163/22) in v zvezi s sklepom Vlade Republike Slovenije št. 00700-24/2023/6 z dne 7. 12. 2023 je Vlada Republike Slovenije na ... seji dne ... pod točko sprejela naslednji
S K L E P:
<ol style="list-style-type: none">Vlada Republike Slovenije se je seznanila z oglaševalsko kampanjo »Trajnostna potrošnja«.Vlada Republike Slovenije je dala soglasje, da Ministrstvo za okolje, podnebje in energijo izvede kampanjo iz prejšnje točke.
Barbara Kolenko Helbl GENERALNA SEKRETARKA
Sklep prejmejo: - Generalni sekretariat Vlade RS - Ministrstva in vladne službe - Urad Vlade RS za komuniciranje
2. Predlog za obravnavo predloga zakona po nujnem ali skrajšanem postopku v državnem zboru z obrazložitvijo razlogov:
/
3.a Osebe, odgovorne za strokovno pripravo in usklajenost gradiva:
<ul style="list-style-type: none">mag. Bojan Kumer, ministerUroš Vajgl, državni sekretar,mag. Tanja Bolte, generalna direktorica Direktorata za okoljeAndrej Gnezda, generalni direktor Direktorata za podnebne politikemag. Petra Mišič, vodja Službe za odnose z javnostjo
3.b Zunanji strokovnjaki, ki so sodelovali pri pripravi dela ali celotnega gradiva:
/
4. Predstavniki vlade, ki bodo sodelovali pri delu državnega zbora:
/

5. Kratek povzetek gradiva:		
Z gradivom predlagamo Vladi RS, da poda soglasje k izvedbi oglaševalske kampanje »Trajnostna potrošnja« .		
6. Presoja posledic za:		
a)	javnofinančna sredstva nad 40.000 EUR v tekočem in naslednjih treh letih	DA/NE
b)	usklajenost slovenskega pravnega reda s pravnim redom Evropske unije	DA/NE
c)	administrativne posledice	DA/NE
č)	gospodarstvo, zlasti mala in srednja podjetja ter konkurenčnost podjetij	DA/NE
d)	okolje, vključno s prostorskimi in varstvenimi vidiki	DA/NE
e)	socialno področje	DA/NE
f)	dokumente razvojnega načrtovanja: <ul style="list-style-type: none"> – nacionalne dokumente razvojnega načrtovanja – razvojne politike na ravni programov po strukturi razvojne klasifikacije programskega proračuna – razvojne dokumente Evropske unije in mednarodnih organizacij 	DA/NE
7.a Predstavitev ocene finančnih posledic nad 40.000 EUR:		
<p>Predviden znesek za celovito kompanjo in zakupom oglasnega prostora in časa znaša 314.600 EUR z DDV, in sicer v letu 2025 predvidoma 204.490,00 EUR ter v letu 2026 predvidoma do 110.110,00.</p> <p>Finančna sredstva so zagotovljena na proračunski postavki 2570-24-0035 Promocija, izobraževanje in ozaveščanje javnosti na projektu 2570-24-0035 Promocija, izobraževanje in ozaveščanje javnosti.</p>		

I. Ocena finančnih posledic, ki niso načrtovane v sprejetem proračunu				
	Tekoče leto (t)	t + 1	t + 2	t + 3
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) prihodkov državnega proračuna				
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) prihodkov občinskih proračunov				
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) odhodkov državnega proračuna				
II. Finančne posledice za državni proračun				
II.a Pravice porabe za izvedbo predlaganih rešitev so zagotovljene:				
Ime proračunskega uporabnika	Šifra in naziv ukrepa, projekta	Šifra in naziv proračunske postavke	Znesek za tekoče leto (t)	Znesek za t + 1
<i>Ministrstvo za okolje, podnebje in energijo</i>	<i>2570-24-0035 Promocija, izobraževanje in ozaveščanje javnosti</i>	<i>231758 Sklad za podnebne spremembe</i>	<i>204.490,00</i>	<i>110.110,00</i>
SKUPAJ			204.490,00	110.110,00
II.b Manjkajoče pravice porabe bodo zagotovljene s prerazporeditvijo:				
Ime proračunskega uporabnika	Šifra in naziv ukrepa, projekta	Šifra in naziv proračunske postavke	Znesek za tekoče leto (t)	Znesek za t + 1
SKUPAJ				
II.c Načrtovana nadomestitev zmanjšanih prihodkov in povečanih odhodkov proračuna:				
Novi prihodki	Znesek za tekoče leto (t)		Znesek za t + 1	
SKUPAJ				
OBRAZLOŽITEV:				
I. Ocena finančnih posledic, ki niso načrtovane v sprejetem proračunu				
V zvezi s predlaganim vladnim gradivom se navedejo predvidene spremembe (povečanje, zmanjšanje):				
<ul style="list-style-type: none"> – prihodkov državnega proračuna in občinskih proračunov, – odhodkov državnega proračuna, ki niso načrtovani na ukrepih oziroma projektih sprejetih proračunov, – obveznosti za druga javnofinančna sredstva (drugi viri), ki niso načrtovana na ukrepih oziroma projektih sprejetih proračunov. 				
II. Finančne posledice za državni proračun				
Prikazane morajo biti finančne posledice za državni proračun, ki so na proračunskih postavkah				

načrtovane v dinamiki projektov oziroma ukrepov:

II.a Pravice porabe za izvedbo predlaganih rešitev so zagotovljene:

Navedejo se proračunski uporabnik, ki financira projekt oziroma ukrep; projekt oziroma ukrep, s katerim se bodo dosegli cilji vladnega gradiva, in proračunske postavke (kot proračunski vir financiranja), na katerih so v celoti ali delno zagotovljene pravice porabe (v tem primeru je nujna povezava s točko II.b). Pri uvrstitvi novega projekta oziroma ukrepa v načrt razvojnih programov se navedejo:

- proračunski uporabnik, ki bo financiral novi projekt oziroma ukrep,
- projekt oziroma ukrep, s katerim se bodo dosegli cilji vladnega gradiva, in
- proračunske postavke.

Za zagotovitev pravic porabe na proračunskih postavkah, s katerih se bo financiral novi projekt oziroma ukrep, je treba izpolniti tudi točko II.b, saj je za novi projekt oziroma ukrep mogoče zagotoviti pravice porabe le s prerazporeditvijo s proračunskih postavk, s katerih se financirajo že sprejeti oziroma veljavni projekti in ukrepi.

II.b Manjkajoče pravice porabe bodo zagotovljene s prerazporeditvijo:

Navedejo se proračunski uporabniki, sprejeti (veljavni) ukrepi oziroma projekti, ki jih proračunski uporabnik izvaja, in proračunske postavke tega proračunskega uporabnika, ki so v dinamiki teh projektov oziroma ukrepov ter s katerih se bodo s prerazporeditvijo zagotovile pravice porabe za dodatne aktivnosti pri obstoječih projektih oziroma ukrepih ali novih projektih oziroma ukrepih, navedenih v točki II.a.

II.c Načrtovana nadomestitev zmanjšanih prihodkov in povečanih odhodkov proračuna:

Če se povečani odhodki (pravice porabe) ne bodo zagotovili tako, kot je določeno v točkah II.a in II.b, je povečanje odhodkov in izdatkov proračuna mogoče na podlagi zakona, ki ureja izvrševanje državnega proračuna (npr. priliv namenskih sredstev EU). Ukrepanje ob zmanjšanju prihodkov in prejemkov proračuna je določeno z zakonom, ki ureja javne finance, in zakonom, ki ureja izvrševanje državnega proračuna.

7.b Predstavitev ocene finančnih posledic pod 40.000 EUR:

/

8. Predstavitev sodelovanja z združenji občin:

Vsebina predloženega gradiva (predpisa) vpliva na:

- pristojnosti občin,
- delovanje občin,
- financiranje občin.

DA/NE

Gradivo (predpis) je bilo poslano v mnenje:

- Skupnosti občin Slovenije SOS: DA/NE
- Združenju občin Slovenije ZOS: DA/NE
- Združenju mestnih občin Slovenije ZMOS: DA/NE

Predlogi in pripombe združenj so bili upoštevani:

- v celoti,
- večinoma,
- delno,
- niso bili upoštevani.

Bistveni predlogi in pripombe, ki niso bili upoštevani.

9. Predstavitev sodelovanja javnosti:

Gradivo je bilo predhodno objavljeno na spletni strani predlagatelja:

DA/NE

Predlog gradiva ni takšne narave, da bi bila potrebna predhodna objava oziroma zaradi varstva osebnih podatkov se gradivo ne objavi.

Datum objave:

V razpravo so bili vključeni:

- nevladne organizacije,
- predstavniki zainteresirane javnosti,
- predstavniki strokovne javnosti,
- občine in združenja občin ali pa navedite, da se gradivo ne nanaša nanje.

Mnenja, predlogi in pripombe z navedbo predlagateljev (imen in priimkov fizičnih oseb, ki niso poslovni subjekti, ne navajajte):

Upoštevani so bili:

- v celoti,
- večinoma,
- delno,
- niso bili upoštevani.

Bistvena mnenja, predlogi in pripombe, ki niso bili upoštevani, ter razlogi za neupoštevanje:

Poročilo je bilo дано

Javnost je bila vključena v pripravo gradiva v skladu z Zakonom o ..., kar je navedeno v predlogu predpisa.

10. Pri pripravi gradiva so bile upoštevane zahteve iz Resolucije o normativni dejavnosti:

DA/NE

11. Gradivo je uvrščeno v delovni program vlade:

DA/NE

**mag. Bojan Kumer
MINISTER**

Priloga:

- obrazložitev

OBRAZLOŽITEV:

OPIS PROJEKTA - TRAJNOSTNA POTROŠNJA

Ministrstvo za okolje, podnebje in energijo je naročilo raziskavo o trajnostni potrošnji. Raziskava je bila izvedena med 12. in 14. februarjem 2025 s spletnim anketiranjem (CAWI). Vključenih je bilo 800 prebivalcev Slovenije, starih od 15 do 75 let, pri čemer je bil vzorec reprezentativen glede na spol, starost in regijo.

Namen raziskave

Raziskava Ministrstva za okolje, podnebje in energijo (MOPE) se osredotoča na prekomerno potrošnjo prebivalcev Slovenije. Cilji vključujejo:

- Preverjanje obsega prekomerne potrošnje v različnih kategorijah.
- Identifikacijo skupin prebivalcev z največjo potrošnjo.
- Analizo vplivov, ki vodijo v prekomerno potrošnjo.
- Oblikovanje priporočil za ozaveščanje in spremembo potrošniških navad.

Ključne ugotovitve

1. Razkorak med ozaveščenostjo in ravnanjem

- Večina prebivalcev se deklarativno zaveda problematike prekomerne potrošnje in vpliva na okolje, vendar njihove nakupne navade ne odražajo tega zavedanja.
- 96 % prebivalcev redno kupuje nove izdelke, le 10 % jih kupuje rabljene.

2. Motivi za nakup

- Glavni razlog za nakup novega izdelka je dotrajanost starega, vendar 40–60 % nakupov spodbudijo popusti, dostopnost in modni trendi.
- Največ netrajnostnih izdelkov je med elektronskimi napravami (več kot 50 %), modnimi dodatki (40 %) in obutvijo (40 %).

3. Ravnanje z izdelki

- Povprečni prebivalec ima v omari 5 neuporabljenih oblačil, letno pa zavrže 11 kosov, ki so še uporabni.
- Do 27 % izdelkov (npr. igrače, dekorativni dodatki) se zavrže, čeprav so še uporabni.
- Moški so v povprečju bolj trajnostni potrošniki kot ženske – kupujejo manj pogosto in dajejo prednost kakovosti.

4. Razlike med generacijami

- Starejši nad 65 let so najbolj trajnostni – manj pogosto kupujejo in uporabljajo izdelke do izrabe.
- Mladi do 30 let so ozaveščeni, a hkrati nakupujejo impulzivno in pogosto zamenjajo izdelke.
- Skupina med 31 in 50 leti izkazuje največ znakov prekomerne potrošnje, zlasti pri modnih dodatkih, igračah in osebni negi.

Priporočila za ukrepanje

• Ozaveščanje

Fokus komunikacije iz globalnega problema odpadkov na osebne koristi trajnostne potrošnje (npr. finančne prihranke, kakovost).

• Ciljne kampanje

- Poseben poudarek na modi, saj vključuje več kategorij izdelkov in ima že nekaj uspešnih trajnostnih iniciativ.
- Promocija popravil in kakovostnih izdelkov, ki trajajo dlje.

• Spodbujanje kakovosti pred količino

Namesto zmanjšanja nakupovanja se priporoča usmeritev v kakovostne, lokalne in trajne izdelke ter njihovo ponovno uporabo.

Raziskava poudarja potrebo po sistemskem pristopu k zmanjšanju prekomerne potrošnje in prilagajanju komunikacijskih strategij na način, ki bo potrošnikom pokazal neposredne koristi trajnostnega vedenja. Za tak način komuniciranja je najbolj primerna nacionalna in celostna komunikacijska kampanja, ki bo nagovarjala različne ciljne skupine.

CILJ

- 1. Zmanjšanje prekomerne potrošnje**
 - Spodbujanje preišljenega nakupovanja in zmanjšanje impulzivnih nakupov.
 - Poudarjanje dolgotrajne uporabe izdelkov in pomena popravil.
- 2. Sprememba percepcije trajnostne potrošnje**
 - Prestaviti trajnost iz "odpovedovanja" v nekaj pozitivnega in koristnega za posameznika.
 - Poudariti, da trajnostni izdelki niso nujno dražji, temveč kakovostnejši in bolj smiselni.
- 3. Spodbujanje trajnostnih alternativ**
 - Ozaveščanje o možnosti nakupa rabljenih izdelkov, izmenjav in popravil.
 - Promocija trajnostnih blagovnih znamk in lokalnih izdelkov.
- 4. Povečanje osebne odgovornosti**
 - Preusmeritev fokusa s "velikega problema odpadkov" na vsakodnevne odločitve posameznika.
 - Poudarjanje vpliva posameznih dejanj na okolje in dolgoročne koristi.
- 5. Nagovarjanje specifičnih skupin**
 - Mladim: Kako biti trajnosten in hkrati trendovski.
 - Srednji generaciji: Kakovost pred količino, dolgoročnost in prihranek.
 - Starejšim: Ohranjanje vrednot preteklih generacij – popravila, trajnostna raba.

Pričakujemo, da bo kampanja nazorno, prijazno in nedvoumno prikazala, kako lahko posameznik deluje na trajnosten način, kakšne so prednosti trajnostnega načina življenja in kakšne so koristi.

Predviden znesek za celovito kompanjo in zakupom oglasnega prostora in časa znaša 314.600 EUR z DDV, in sicer v letu 2025 predvidoma 204.490,00 EUR ter v letu 2026 predvidoma do 110.110,00. Za izvedbo kampanje bo razpisan odprt postopek javnega naročanja.