

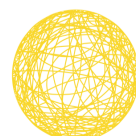
**EMP programmi EE-CLIMATE alamprogrammi  
projekti “Ringmajanduse võimekuse tõstmine”**

# **KOMMUNIKATSIOONI- JA KAASAMISSTRATEEGIA**

Koostaja: Callisto kommunikatsioonibüroo  
Mai 2022



KESKKONNAAGENTUUR



Callisto

# SISUKORD

<b>SISSEJUHATUS</b>	<b>3</b>
<b>1. OLUKORRA KAARDISTUS</b>	<b>4</b>
1.1. RINGMAJANDUSE VÕIMEKUSE TÕSTMISE PROJEKTI ALUSPÕHIMÕTTED	5
1.2. KOMMUNIKATSIOONI- JA KAASAMISPÕHIMÕTETE SENINE RAAMISTIK	6
1.3. PROJEKTI TEGEVUSPLAANI ANALÜÜS	16
1.3.1. Otsele sihtgrupile suunatud tegevused	16
1.3.2. Kaudsele sihtgrupile suunatud tegevused	17
<b>2. KOMMUNIKATSIOONI JA KAASAMISE PÕHIMÕTTED</b>	<b>18</b>
<b>3. KOMMUNIKATSIOONI JA KAASAMISE EESMÄRGID</b>	<b>19</b>
<b>4. SIHT- JA SIDUSRÜHMAD</b>	<b>20</b>
4.1. OTSEKOMMUNIKATSIOONI SIHT- JA SIDUSRÜHMAD	20
4.2. KAUDSE KOMMUNIKATSIOONI SIHT- JA SIDUSRÜHMAD	23
<b>5. PÕHISÕNUMID SIHTGRUPPIDE KAUPA</b>	<b>25</b>
5.1. KATUSSÕNUM	26
5.2. ALAMSÕNUMID	29
<b>6. KOMMUNIKATSIOONIKANALID JA -FORMAADID</b>	<b>38</b>
6.1. OTSESE SIHT- JA SIDUSRÜHMA KOMMUNIKATSIOONIKANALID JA -FORMAADID	39
6.2. KAUDSE KOMMUNIKATSIOONI SIHT- JA SIDUSRÜHMA KOMMUNIKATSIOONIKANALID JA -FORMAADID	41
<b>7. KÕNEISIKUD</b>	<b>43</b>
7.1. OTSESE SIHT- JA SIDUSRÜHMA KÕNEISIKUD	43
7.2. KAUDSE SIHT- JA SIDUSRÜHMA KÕNEISIKUD	44
<b>8. MÕÕDIKUD</b>	<b>45</b>
<b>9. STRATEEGIA ELLUVIIMISEKS LOODAV TEGEVUSKAVA</b>	<b>47</b>
<b>10. KOKKUVÕTE</b>	<b>57</b>
<b>LISADE LOETELU</b>	<b>58</b>

# SISSEJUHATUS

Käesolev kommunikatsiooni- ja kaasamisstrateegia ning sellele vastav tegevuskava on loodud EMP programmi EE-CLIMATE alamprogrammi projekti “Ringmajanduse võimekuse tõstmine” tegevuste elluviimise toetamiseks ja erinevate sihtgruppide kaasamiseks kuni projekti lõppemiseni 31.12.2023.

Riigi jäätmekava eelnõus aastateks 2022-2028 on käesoleva strateegia vaates väga edukalt defineeritud, et *“ringmajanduse valdkonna edukaks toimimiseks on oluline, et kõik osapooled - nii avalik sektor, erasektor kui ka üksikisikud - mõistaksid valdkonna toimimist sarnaselt ja sooviksid teha teadlikke valikuid meie kõigi elukeskkonna parendamiseks”*. Lisaks tuleb leida viis, kuidas viia ellu ka Euroopa rohelises kokkuleppes ehk *Green Deal*'is ette nähtud olulised suunamuutused, mille saavutamisele saab palju kaasa aidata just inimeste teadlikkuse suurendamine ja käitumisharjumuste muutus.

Selle valguses on projekt „Ringmajanduse võimekuse tõstmine“ kutsutud ellu selleks, et töötada välja riigile ringmajanduse arengudokument, viia läbi avalikkuse teadlikkuse suurendamisele suunatud tegevusi ning luua juhised, kuidas integreerida ringmajanduse kontseptsioon inimeste igapäevaellu.

Projekti tulemusel valmib 2022-2023 aastatel Eesti ringmajanduse valge raamat ehk arengudokument, mis on valdkondade üleseks aluseks edasiste tegevuste planeerimisel. Näiteks tõstetakse nii riigiametnike seas kui ka ühiskonnas tervikuna teadlikkust projekti raames loodavate temaatiliste juhendmaterjalide abil, samas kui 79 kohaliku omavalitsuse jaoks valmivad ringmajanduspõhine analüüs ja ettepanekud ringmajandussuunalisteks tegevusteks. Samuti koostatakse projekti käigus keskkonnahoidlikud kriteeriumid riigihangetes rakendamiseks täiendavalt 5 valdkonnale ning nõustatakse keskkonnahoidlike riigihangete kriteeriumide rakendamist. Projekti tulemusel viiakse läbi ka kaks laiapõhjalist ringmajanduse teemalist konverentsi (2022. aasta IV kvartalil ja 2023. aasta ja IV kvartalil) ja temaatiline koolide võistlus, luuakse võrgustik Norra ringmajandussuunalise partneriga ning teostatakse koolituseesmärgil õppereisi Eestis ning 2 õppereisi Norra suunal.

Arvestades ringmajanduse üha olulisemat mõju, on ka projekti kommunikatsioonis ja erinevate sihtgruppide ning sidusgruppide kaasamisel harukordne võimalus projekti tegevuste käigus tegutseda suunatult ning anda panus eesmärkide täitmiseks. Seega on antud kommunikatsiooni- ja kaasamisstrateegia eesmärk tõsta teadlikkust ringmajanduse projektist, selle eesmärkidest ja võimalustest.

Kommunikatsiooni- ja kaasamisstrateegia on projekti eesmärkide saavutamiseks oluline dokument, mis on aluseks taktikaliste teavitustegevuste elluviimisel ning on abiks projekti siht- ja sidusgrupini jõudmisel.

Kommunikatsiooni- ja kaasamisstrateegia ning sellele juurde loodava tegevuskava alusel toimub projekti raames loodud teabematerjalide ja nõustamistegevuste kohta info levitamine ning sihtgrupile kättesaadavaks tegemine.

Antud strateegia koostamisel on olnud aluseks:

- Eesti ringmajanduse koduleht: [ringmajandus.envir.ee](http://ringmajandus.envir.ee)
- Lühikokkuvõte Eesti ringmajanduse võimekuse tõstmise projektist: <https://ringmajandus.envir.ee/et/projekt-ringmajanduse-voimekuse-tostmine>
- Ringmajanduse võimekuse tõstmise projekti ajaplaan ja tegevused
- [Eesti ringmajanduse arengudokument ja tegevuskava](#)
- [Eesti ringmajanduse ja jäätmevaldkonna hetkeolukorra, tulevikupotentsiaali ja vajalike meetmete uuring 2021](#)
- [Ringmajanduse indikaatorite uuring 2019](#)
- [Ringmajanduse uuringu tutvustusüritus 12.10.2021](#) (järelvaadatav Worksup keskkonnas)
- Keskkonnateemasid koondav koduleht, mis valmib 2022. aastal - <https://keskkonnaportaal.ee/et>
- Keskkonnaministeeriumi poolt läbi viidud valdkonna-alane meediamonitoring ja teemaga seotud meediakajastused
- Ringmajanduse konverentsi [sisuplaan](#) (toimumisaeg: oktoober 2022)
- [Ringmajanduse tööühmad](#)
- Keskkonnaministeeriumi jäätmealase teadlikkuse suurendamise strateegia ja tegevuskava aastateks 2021-2022 ning selle raames eelnevate perioodide kohta läbi viidud varasemate teavitustegevuste analüüs
- Keskkonnahoidlike riigihangete taustainfo [Keskkonnaministeeriumi kodulehel](#)
- [Kaasamise hea tava: põhimõtted](#)
- [Kaasamise käsiraamat ametnikele ja vabaühendustele](#)

## 1. OLUKORRA KAARDISTUS

Ringmajanduse teadlikkuse suurendamiseks ellu viidud seniste tegevuste, taustamaterjalide ja arenguvõimaluste analüüs on oluline selleks, et pakkuda tervikpilti, mille põhjal on loodud strateegiat ellu viies võimalik aidata kaasa soovitud eesmärkide saavutamisele. Enne strateegiliste kommunikatsiooni- ja kaasamissuuniste andmist kaardistati projektiga seotud taustsüsteem, olulisim sisend ja tugipunktid. Sel viisil saab tagada, et ringmajanduse projekti teemaline info jõuaks soovitud sihtrühmadeni.

Käesolev olukorra kaardistuse peatükk kirjeldab taustanalüüsi ja eeltöö etapis elluviidud tegevuste ning järelduste lühikokkuvõtet. Samuti sisaldab peatükk kokkuvõtet projekti eesmärkide ja taustainfo osas, millega strateegia ja tegevuskava eri etappides arvestada.

Selleks kirjeldab peatükk esmalt ringmajanduse võimekuse tõstmise projekti aluspõhimõtteid. Seejärel annab ülevaate kommunikatsiooni ja kaasamise seni kehtestatud põhimõtete ja eesmärkide raamistikust, millest lähtuda eeskätt praktiliste tegevuste väljapakumisel, ning viimaks pakub ülevaadet projekti tegevusplaani analüüsist.

## 1.1. RINGMAJANDUSE VÕIMEKUSE TÕSTMISE PROJEKTI ALUSPÕHIMÕTTED

Projekti „Ringmajanduse võimekuse tõstmine“ laiemaks eesmärgiks on ühtse strateegilise raamistiku väljatöötamine. Projekti raames luuakse Eesti ringmajandusele selge strateegiline lähenemine, mille tulemusena valmib 2022.-2023. aastatel Eesti ringmajanduse valge raamat ehk arengudokument ning riik panustab regulaarselt selle alusel koostatavasse tegevuskavasse.

Projekti planeeritud sisutegevused viiakse läbi 24 kuu jooksul ning eraldi on kavandatud aeg projekti tegevuste detailiseerimiseks (nn eeltöö) ja kokkuvõtete tegemiseks (aruandlus jmt). Projekt kestab perioodil 19.07.2021 – 31.12.2023. Rohkem projekti kohta saab lugeda ringmajanduse kodulehelt.

Ringmajanduse võimekuse tõstmise projektis käib ühtse strateegilise raamistiku väljatöötamisega paralleelselt kaasas eesmärk avalikkuse teadlikkust ringmajandusest suurendada ning tarbimiskäitumise muutust suunata, et integreerida ringmajanduse kontseptsiooni inimeste igapäeva elu osaks. Selleks sisaldab projekt kokkulepitud tegevusi erinevatele siht- ja sidusrühmadele, mis aitavad ringmajanduse põhimõtteid paremini omaks võtta ning on kirjeldatud täpsemalt järgmises peatükis. Tulemuse saavutamist aitavad hinnata [möödikute peatükis](#) toodud näitajad, mis on seotud projekti tegevustega.

Seega on projektis oluline fookus avalikkuse teavitamisele suunatud tegevustel ning antud kommunikatsiooni- ja kaasamisstrateegia loob selleks läbimõeldud ja tervikliku raamistiku. Kuna käesolev kommunikatsiooni- ja kaasamisstrateegia valmib projekti algusfaasis, annab see võimaluse edasites otsutes ja planeeritavates tegevustes strateegias välja toodud suunistele tugineda.

Kommunikatsiooni ja kaasamisstrateegia loomise ajal on projekt algusfaasis. Strateegia annab seega esmased suunised, mida eri tegevuste puhul arvestada ja silmas pidada.

## 1.2. KOMMUNIKATSIOONI- JA KAASAMISPÕHIMÕTETE SENINE RAAMISTIK

Ringmajanduse kommunikatsiooni ja kaasamise senise raamistiku peatükk annab ülevaate ringmajanduse teadlikkuse suurendamise senisest kommunikatsioonist ning viisidest, kuidas olukorda kaardistati. Ühtlasi on peatükk alusraamistikuks erinevate praktiliste tegevuste väljapakumisel.

Strateegia edasise sisu jaoks on alljärgnevalt lahti selgitatud põhimõtted, millest on ringmajanduse võimekuse suurendamise projektis lähtunud ja millest hakkab strateegia omakorda lähtuma ja suuniseid andma. Eraldi võib välja tuua, et seni on ringmajanduse teadlikkuse kasvatamisel oluline osa olnud jätmete teemalisel kommunikatsioonil. Nii jätmete kommunikatsioonistrateegiat ja tegevusplaani kui teisi erinevaid ringmajanduse kommunikatsiooniga seotud tegevusi on koordineerinud Keskkonnaministeerium ning ringmajanduse osas KOVidele, koolidele, erialaliitudele, sihtasutustele ja MTÜ-dele toetusi jaganud Keskkonnainvesteeringute Keskus (KIK).

### Erinevate siht- ja sidusrühmadega arvestamine

Ringmajanduse projekti kommunikatsioonis oluline **otsene kommunikatsioon** ehk ekspertrühmade töö ning koostöö KOVide ja ettevõtjatest partneritega, aga ka koolidega. **Kaudne kommunikatsioon** kujundab laiemat avalikkust, aga ka poliitikute ning huvigruppide suhtumist ja kaasatust temaatikasse.

Arvestades ringmajanduse teadlikkuse suurendamise eesmärke ning muukeelse elanikkonna suurt osakaalu Eestis tuleks pöörata kindlasti suuremat tähelepanu info jagamisele ja materjalide levitamisele ka vene- ja ingliskeelsele elanikkonnale, keda ei kõneta eestikeelne kommunikatsioon. Lihtsaimad viisid selleks on ka näiteks juba olemasolevate eestikeelsete materjalide tõlkimine vene ja inglise keelde ning nende levitamine meediaväljaannetele sarnaselt eestikeelsete teavitusmaterjalidega.

### Aktiivne kaasamine

Käesoleva projekti puhul on oluline roll erinevate osapoolte aktiivses kaasamises, sest vaid sel juhul on võimalik ringmajanduse mudelit Eestis toimivalt kõigi sihtrühmade üleselt ellu viia. Vastavalt kaasamise heas tavas kirjeldatud põhimõtetele on riigiasutuse poolne huvirühmade ja avalikkuse aktiivne kaasamine neid puudutavate otsuste kujundamisesse oluline, et tagada otsuste parim võimalik kvaliteet ning legitiimsus. Informeerimine seisneb huvirühmadele ja avalikkusele tasakaalustatud ja objektiivse informatsiooni edastamises, mis võimaldab mõista otsuse tegemise eesmärki ja lahendusvõimalusi. Avalik konsulteerimine seisneb huvirühmadelt ja avalikkuselt tagasiside küsimises poliitikakujundamise kõigis etappides, sealhulgas probleemide püstitamisel, eesmärkide kindlaksmääramisel, lahendusvõimaluste analüüsimisel ja otsuse kavandi koostamisel. Seega arvestades, kui paljusid erinevaid huvigruppe käesolev ringmajanduse projekt puudutab, on kaasamisel äärmiselt oluline roll projekti paljudes etappides.

Strateegia kirjutamise perioodil olid senised projektiga seotud elluviidud tegevused seotud peamiselt projekti ettevalmistuse ja uuringute ettevalmistusega, sest projekt oli algusfaasis. Ringmajanduse teema on aga Eestis ka varem küllalt levinud - näiteks Keskkonnainvesteeringute Keskus (KIK) tegeleb ringmajanduse teemaliste toetuste jagamisega ning ka Keskkonnaministeerium on viinud jooksvalt ellu tegevusi teadlikkuse tõstmiseks ringmajanduse teemadel (täpsem ülevaade neist asub "Jäätmealase teadlikkuse suurendamise strateegia ja tegevuskava 2021-2022" lisamaterjalides). Projekti käigus on aga lähiaastateks planeeritud rohkelt tegevusi, mis kõik ühel või teisel moel nõuavad projekti elluviijatelt eri osapoolte aktiivset kaasamist, et saavutada projektis soovitud tulemusi.

Projekti **tegevuste esmane ajakava** on alljärgnev:

- mai 2022: valge raamatu ehk arengudokumendi valmimine
- mai-detsember 2022:
  - Kohalike omavalitsuste (KOVide) ringmajanduse suutlikkuse kaardistamine
  - ekspertide kaasamine ja vastavad kokkulepped
  - KOV-ide külastused
- mai 2022: uue ringmajanduse veebilehe keskkonnaportaal.ee avanemine
- mai 2022: projekti tutvustamine meedias
- juuli 2022: ringmajandust käsitleva elektroonilise käsiraamatu valmimine
- september-oktoober 2022: teavituskampaaniate läbiviimine, sh ringmajandust tutvustava videosarja avaldamine
- september-detsember 2022: keskkonnahoidlike riigihangete koolituste korraldus
- september-detsember 2022: õpetajate koolitusprogramm 30 koolis
- oktoober-detsember 2022: ametnikele suunatud koolitused
- aprill 2023: koolinoorte mäng 30 koolis
- mai 2023: tänuüritus koolinoorte mängu võitjatele
- mai 2023: avaliku sektori töötajate õppereisid Eestis

### **Mitmekesiste kanalite ja formaatide kasutamine**

Keskkonnaagentuuri, Keskkonnaministeeriumi ja Keskkonnainvesteeringute Keskuse teadlikkuse suurendamise teavitustegevuste formaatide seas kaardistati analüüsiperioodi raames erinevad üritused (sh audio- ja tekstmaterjalid), konverentsid ja muud sündmused, kus teavitaja oli osalejaks või läbiviijaks (nt konverentsid, koolitused, KOV-idele ja ettevõtjatele mõeldud taotlusvoorud jm), sotsiaalmeediakanalid, kodu- ja veebilehed (sh juhendid ja nõuanded), uuringud ja uuringutulemuste tutvustused, aktsioonid, blogid, ajakirjad, pressiteated ning muu teemaga seotud meediasuhtlus.

Riigiasutuste keskkonnateemaliste **veebilehede analüüs** ringmajanduse kontekstis käesoleva strateegia koostamise raames tõi välja, et asutused on loonud teema jaoks alamlehti nii oma asutuste kodulehtedele kui ka avaldanud spetsiaalseid eri domeeniga veebilehti, mis aitavad kaasa teadlikkuse tõstmisele ja eesmärkide elluviimisele (nt ringmajanduse koduleht <http://ringmajandus.envir.ee>; Keskkonnaagentuuri poolt aastal 2022 loodud ja Eesti keskkonna andmeid koondav [keskkonnaportaal.ee](http://keskkonnaportaal.ee) (kuni Keskkonnaportaali integreerimiseni kasutatakse lehte [ringmajandus.envir.ee](http://ringmajandus.envir.ee)), keskkonnahariduse veebileht <http://keskkonnaharidus.ee> jne).

**Asutuste endi kodulehtedel asuvates** ringmajanduse ja jäätmete temaatikale pühendatud sektionides on kasutusel paljud erinevad formaadid (failid, uuringud, tekstid, joonised, audiosisu jne), mis kohati muudavad sisu väga kirjuks, kuid koondavad samas kõik vajaliku ühte kohta. Võimalusel tuleks olulisi sihtrühmasid (nt koolid, õpetajad jne; tootjad, erialaliidud jne) regulaarselt informeerida lehtede olemasolust ja kasutusvõimalustest ning uute materjalide lisandumisest nende lehtedele.

Projektiga seotud sisekommunikatsioon toimub **Confluence keskkonnas**, kus asub kõikvõimalik igapäevane ja ajakohane otsekommunikatsioon projekti tegevustest ja päevakorral olevatest teemadest. Muuhulgas on seal info ka sotsiaalmeedia postituste kohta ning osapooled pääsevad keskkonnale ligi parooli abil. Projekti partnerid KAUR, KEM ja Sintef Manufacturing AS peavad regulaarselt koosolekuid, kus saab osaleda ka üle veebi. Vähemalt kord poolaastas antakse ülevaade programmi raames toimuvast projektis osalejatele läbi infokirjade.

Ringmajanduse projekti käigus toimuvad **erinevad koolitused, õppereisid ja konverentsid**. Muuhulgas toimub 2 õppereisi doonorriiki Norrasse ja 7 õppereisi Eestis. Toimub 2 konverentsi, mille raames tutvustatakse nii programmi kui projekti tegevusi, tegevustest saadud tulemeid. Viimane konverents on ringmajanduse programmi lõpukonverents, mille raames on kavas ühe osana tänada kõiki, kes on aidanud kaasa Eestis ringmajanduse tegevuste juurutamisel ja massidesse viimisel. Ametnikele ja ekspertidele suunatud koolitusprogrammi raames saab olema eraldi osa tutvustamiseks Norra toetuste ja käesoleva projekti edenemisega seonduvat.

**Kohtumised** ettevõtjate ja erialaliitude esindajatega toimuvad eelkõige ühisürituste raames. Projekti jooksul ja vastavalt tegevuste edenemisele ning vajadusel tegevuste skoobi täpsustamisel, räägitakse läbi sihtrühma esindajatega teemad. Kohtumised õpetajatega ja koolide juhtkondadega toimuvad vahetult enne õpetajate koolitusprogrammi ja koolinoorte võistluse kontseptsiooni loomist. Kohtumisel kaardistatakse sihtrühma huvid ja vajadused ning selgitatakse toimuma hakkavat. Kui on asjakohane, siis valitud koolides on kavas läbi viia ka teadlikkust tõstvaid koolitunnid.

Eraldi teavitusematerjali ja -tegevuse formaadina sisaldab käesolev analüüs ringmajanduse temaatikaga seotud **uuringuid**, mis asuvad üldjuhul asutuste kodulehtedel ja on avalikult kättesaadavad. Uuringute tulemusi on edastatud avalikkusele pressiteadetena ning üldjuhul on see ka sobivaim viis nende levitamiseks. Samas saavad kõik osapooled uuringute sisuga ise soovi korral tutvuda ja sisu oma otstarbeks kasutada.

Ministeeriumi ja valitsemisala asutuste ringmajanduse teemal viimasel aastal ilmunud **tekste analüüsid** joonistused ringmajanduse teemade professionaalse käsitlemise poolest välja erinevad **konverentsid**, millega kaasnenud teavitustegevused on valdavalt suunatud kitsamale sihtrühmale (st valdkonna spetsialistidele) ning teostatud väga heal tasemel. Infot on jagatud nii veebis, sotsiaalmeedias, partnerite lehtedel kui ka peavoolumeedias, samuti on loodud võimalused ürituste jälgimiseks virtuaalselt kas otse või hiljem järelvaadatavana. Täiendava soovitusena võiks huvitatute jaoks koostada materjalide või videolinkide juurde ka lühikokkuvõtted audiomaterjalide sisu kohta.



Samuti jäid analüüsi käigus teavitustegevustena silma ringmajanduse teemalised ülesastumised ja aktsioonid, kus korraldajaks on mõni teine organisatsioon või ettevõtja, mis on juba toimunud ja mille puhul üleskutse asemel raporteeritakse osalemist pigem tagantjärele. Regulaarselt annab ringmajandusega seotud taotlusvoorude osas KIK, avaldades nii pressiteateid kui ka ringmajandust selgitavaid artikleid.

Ringmajandusega seotult räägitakse sageli jätmete ja pakendite taaskasutusest. Erinevad üleskutsed eri aktsioonide formaatides (nt maailmakoristuspäev, Euroopa jätmetekke vähendamise nädal jne) saavad rohkem tähelepanu ja see aitab ühtlasi ka ringmajanduse teemal püsida paremini tähelepanu keskmes. Siin on juba täna kasutatud ära tuntud inimesi kõneisikutena (nt Lenna Kuurmaa, Karin Rask, Kai Realo). Teemaviidete loomisega (#) sotsiaalmeedias või ajakirjanike kaasamisega saab aga teemasid veelgi võimendada.

Ringmajanduse valdkonna **pressisuhtluse analüüs** aastatel 2021-2022 näitab, et valdavalt kasutavad Keskkonnaministeerium ja valitsemisala asutused peamise formaadina avalikkuse ringmajanduse alase teadlikkuse suurendamiseks pressiteateid. Ka siinkohal võiks info paremaks kohalejõudmiseks sihtrühmadeni tõlkida teateid rohkem vene (ja vajadusel ka inglise) keelde ning edastada neid vastava sihtrühma kanalitesse. Detailne meediapildi analüüs järgmises alampeatükis osutab, et pressiteated levivad kenasti, kui neid tõlkida.

Valdava osa asutuste ringmajanduse alase pressisuhtlusest moodustavad **pressiteated** ning muud meediasuhtlust sel teemal on mõnevõrra vähem, kuid samas leidub ka arvamusaluseid ja analüüse, seda ka nii ettevõtjatelt kui erialaliitunudelt. Asutused võiksid initsieerida meedias ringmajanduse temaatika avamiseks pressiteadete kõrval ka teisi formaate - nt intervjuud konkreetsetele väljaannetele, arvamuskirjed ja ekspertlood. Soovitav on kasutada rohkem ka piirkonna-meedia potentsiaali, mis on kogukonnas olulise väärtusega. Selleks võiks kasutada lisaks kohalikele väljaannetele edukalt ka kohalike omavalitsuste (KOV) poolt edastatavaid materjale ja kanaleid ning informeerida KOV-e uutest materjalidest. Samuti on soovitatav kasutada blogi formaati, näiteks täiendava kanalina pikemate arvamuste edastamiseks ja sisu ristikasutamiseks nii sotsiaalmeedias kui ka otse meediaväljaannetele edastamiseks. Sellisel juhul oleks vaja blogisse regulaarselt toota uut sisu, et tekitada inimestes harjumus seda jälgida uusi postitusi oodata.

Nii Keskkonnaministeerium kui ka valitsemisala asutused on toonud ringmajandusega seotud infot välja oma **sotsiaalmeedia** kanalites, kus valdavalt on ristikasutatud teiste formaatide jaoks loodud sisu (nt pressiteated, teemakohased artiklid, iga-aastased konverentsid jne). Keskkonnaagentuuri sotsiaalmeedia kanalites on ringmajandust käsitletud peamiselt ringmajanduse konverentsi võtmes. Siin on tegu hea formaadiga, mille abil juhtida teemale ka igapäevaselt tähelepanu.

Väärrib esiletoomist, et asutused on oma sotsiaalmeedia lehtedel aktiivsed ning asunud elanikkonnaga diskussiooni, selmet külaliskommentaare lihtsalt ignoreerida või ära kustutada. Samuti on kasutatud sotsiaalmeediakanaleid oskuslikult erinevate sündmuste puhul, näiteks konverentsid ja rahvusvahelised ringmajanduse teemalised tähtpäevad.

Lisaks ülaltoodud meediakanalitele väärrib tunnustust ka Keskkonnaagentuuri **Youtube kanal**, kus leidub palju videosid ja palju jälgijaid. Siin vajab kanal ehk veidi korrastamist märksõnade osas ning võimalusel tasub kaaluda ka lisaks eesti keelele teistes keeles videote

lisamist. Keskkonnaagentuuri Instagram on niisamuti aktiivne ja regulaarselt postitakse sinna eri teemadel fotosid ning uudiseid. Kõik olemasolevad sotsiaalmeediakanalid ning koduleht annavad hea võimaluse ristlevitada loodavaid ringmajanduse teemalisi videoklippe. Kanalite jälgijate rohkus on lisandväärtuseks 2022. ja 2023. aastatel plaanis olevatele avalikele teavituskampaaniatele. Projektiga seotud kanalite võimalustest tuleb täpsemalt juttu [peatükis nr 6](#).

## Mõjusate sõnumite kasutamine

Sõnumite kasutamisel tuleb arvestada, et need oleksid näitlikud, praktilised ning kutsuksid tegutsema ja kaasa lööma. Sealjuures on oluline teadvustada, et ringmajandus kui „uus reaalsus“ saab olla võimalik osa Eesti igapäevaelust ja seda ilma, et selleks peaks ohverdama senist heaolu.

Sõnumite loomisel tuleb silmas pidada auditooriumi vastuvõtlikkust. Näiteks, kui noortega rääkida projekti koolikampaania raames, siis tuleks seda teha sõnumite vaatest lihtsustatult ja praktiliselt. Kui suhelda ettevõtjate või erialaliitudega, siis on mõistlik rõhuda toote elutsüklile ja tootedisainile, mille kaudu on nendel mõju ringmajandusele juba toodete varajastes etappides. Ametnikega suheldes tasub aga silmas pidada, et nad ise oleksid inspireeritud ja valmis n-ö rohesaadikutena ka teisi inspireerima.

Ringmajanduse illustreerimiseks on mitmeid võimalusi. Ühe ulatuslikuma mudeli pakkus 2018. aastal välja Hollandi Keskkonnamõju Hindamise Amet ning see on kirjeldatud ära ka ringmajanduse strateegia koostamise metoodika väljatöötamise dokumendis (2019). Selles määratletakse kümme ringlusstrateegiat, mida saab kasutada toodete ja materjalide eduka ringlusvoo loomiseks kogu Euroopa Liidus, alustades keeldumise, ümberkujundamise, vähendamise, korduskasutusega ning lõpetades parandamise, renoveerimise, taastootmise, kasutusotstarbe muutmise, ringlussevõtu ja energiakasutusega. Arvestades, et sõnumite viimisel sihtrühmani on oluline kasutada võimalikult kõnekaid ja praktilisi näiteid, tasub neid kümnet ringlusstrateegiat erinevates formaatides ära kasutada ja kirjeldada näidete varal, mis võimaldaksid auditooriumil seda enda igapäevaeluga samastada.

Samuti tasub sõnumite esiletoomisel toetuda asjaolule, et ringmajandus on aastal 2022 osa Eesti majandusmudeli rohepöördest. Eesti saab aastatel 2021–2027 Euroopa Liidu ühtekuuluvuspoliitika osana rohepöörde elluviimiseks 3,37 miljardit eurot toetust, mille kasutamisel on kuus eesmärki, mida tasuks siduda ka ringmajanduse sõnumitega, et näidata projekti suuremat vaadet: nutikam Eesti, rohelisem Eesti, ühendatum Eesti, sotsiaalsem Eesti, inimestele lähedasem Eesti ja õiglane üleminek (allikas: RTK veebileht).

Sõnumite levitamisel tasub silmas pidada ka seda, et teema pakub huvi erinevatele osapooltele, kes on ühel või teisel moel sellega seotud. Sellest tulenevalt võivad erineda ka osapoolte huvid ja arvamused ringmajanduse ning selle korraldamise osas. Projekti elluviija töö välja, et näiteks on varasemalt esitatud kriitikat, et ringmajandus ei ole terviklik majandusmudel, seades fookuse ühele kitsamale probleemile. Samuti on väidetud, et ressursside otsasaamine ei ole oluline probleem, sest tehnoloogiliste vahenditega on võimalik leida ning kasutusele võtta pidevalt uusi ressursivarusid ning tulevikus on tõenäoliselt

võimalik kaevandada ka haruldasi metalle. Ka reostuse puhul on väidetud, et tegemist pole olulise probleemiga, sest on alati kohti, kuhu jäätmeid paigutada. Mitmed Eesti teadlased, aga ka poliitikud on isegi väitnud, et inimtekkelist kliimasoojenemist ei toimu ja tegu on üleilmse vandenõu teooriaga. Samuti on kritiseeritud asjaolu, et tootmise ja tarbimise ümberkorraldamiseks on vajalik teha lisakulusid ja inimeste käitumise ning tarbimisharjumuste muutmine on kulukas ning senistele harjumustele ja ootustele liiga vastukäiv. Neid argumente tuleb projekti sõnumite levitamisel siht- ja sidusrühmadeni kindlasti silmas pidada ja varuda näiteid ning selgitusi, mis aitaksid juba eos taolisi kontrasõnumeid maandada.

### **Meediamonitooringu analüüs**

Balti Meediamonitooringu Grupi poolt aastast 2013 pakutav meediamonitooringu teenus võimaldab läbi aastate jälgida erinevate märksõnade esinemissagedust Eesti meedias ning teha sellest järeldusi. Teenusepakkuja monitoorib nii online-meediat, mis annab tänapäeval sõltumata otsitavast märksõnast reeglina enamuse vastetest, kui ka trükimeediat ning laia valikut tele- ja raadiosaadetest.

Monitooring annab võimaluse analüüsida märksõnasid sisaldavate meediakajastuste arvu (jt sellega seotud näitajate) muutumist ajas ning sisuda neid tulemusi võimalike minevikus toimunud kampaaniatega vms-ga. Ühtlasi loob see võimaluse hinnata käesoleva kommunikatsioonistrateegia elluviimise edukust, fikseerides hetkeolukorra ja baastaseme.

Meediamonitooringu analüüsiks sobivad märksõnad valiti Keskkonnaministeeriumi ja selle valitsemisala allasutuste ringmajanduse valdkonna teavitustegevuste analüüsi põhjal ning lähtuti ühtlasi asjaolust, et nad sisaldaksid ringmajanduse projekti eesmärkidest tulenevaid olulisimaid märksõnu. Valimis kasutati osaliselt sarnaseid sõnu, mis esinevad märksõnadena Keskkonnaministeeriumi jäätmealase teadlikkuse suurendamise strateegias ja aastateks 2021-2022 loodud tegevuskavas.

Ringmajanduse valdkonna meediamonitooringu kvantitatiivne ülevaade katab perioodi 1. jaanuar 2013 - 30. aprill 2022.

### **Märksõnad**

Vastavalt esinemissagedusele vaatleme valitud märksõnu kahes grupis, sest nii paistab harvem esinevate märksõnade dünaamika graafikutel paremini välja. Esimeses grupis on sagedamini esinevad märksõnad ja need on (kirjaviis monitooringu andmebaasi päringu kujul):

- korduskasut\*
- ringmajandus\*
- taaskasutus\*

Neid märksõnu esines Eesti meedias viimasel lõppenud täisaastal (2021) üle 700 korra aastas. Teises grupis on märksõnad

Teises grupis on harvem esinevad märksõnad, Nende esinemissagedus on alla 700 korra aastas ja tegelikult jõudis populaarsem neist 2021. aastal kõigest napilt üle 300 mainimise korra (309).

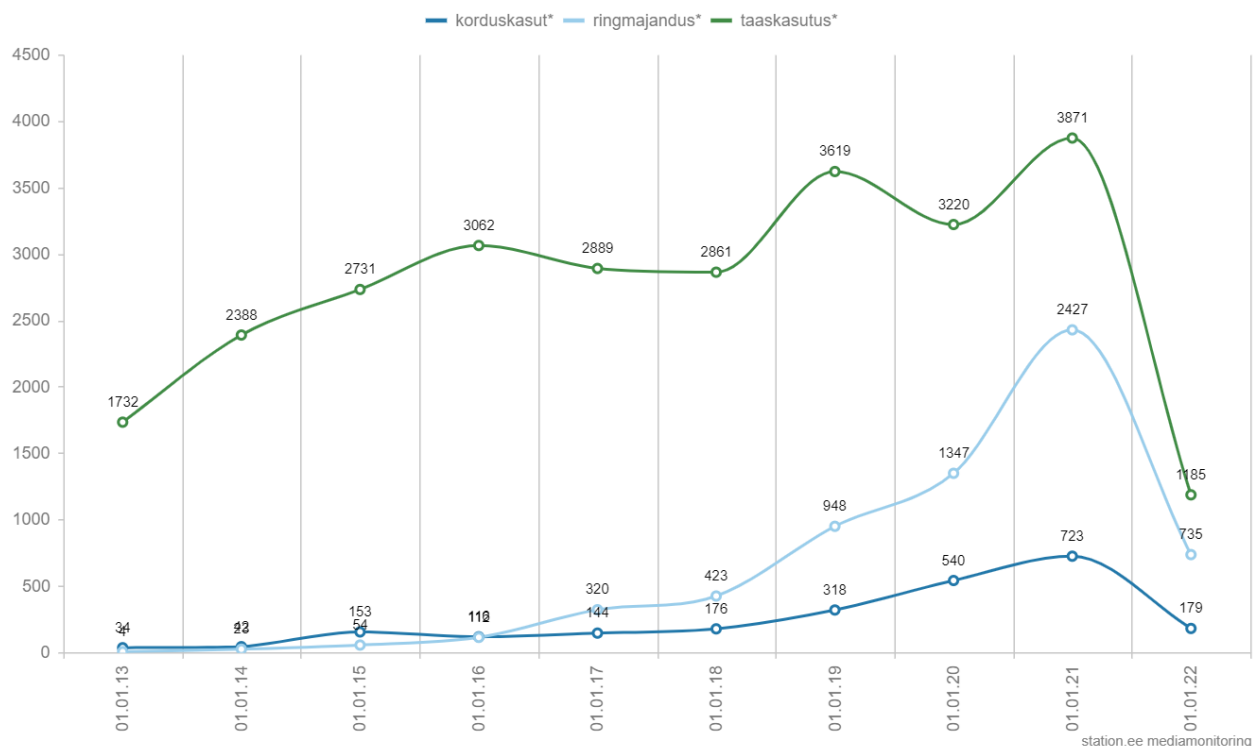
- ökomärgis\*
- ressursitõhus\*
- tootjavastutus\*
- materjaliringlus\*
- "teadlik tarbi\*"
- "teadlik tootm\*"

Graafik 1 näitab, et kõik kolm ringmajandusega seotud populaarsemat märksõna on Eesti meediapildis selges tõusutrendis. Eriti silmatorkav on "korduskasutuse" ja "ringmajanduse" esinemissageduse plahvatuslik kasv võrreldes perioodiga 2013-2017. Kui veel 2016. aastal esines neid märksõnu sadakond korda aastas, siis 2021. aastaks vastavalt 723 ja 2427 korda. dūnaamikas ongi kõige suurema kasvu läbi teinud ringmajanduse märksõna levik.

Juba varasemast juurdunud "taaskasutus" on liikunud üldpildis samuti sagenemise suunas, kuigi vahel on esinenud ka langusaastaid (2016, 2017 ja 2020). 2020. aasta oli koroonakriisi tõttu meediapildis langusaasta väga paljudele teemadele/märksõnadele, mitte ainult "taaskasutusele", sest meediapilti täitsid koroonauudised. Seda enam on silmapaistvalt jõuline "ringmajanduse" ja "korduskasutuse" jätkuv esinemissageduse kasv ka koroonakriisi tingimustes.

Samas tuleb märkida, et 2022. aasta senine tulemus ei luba oodata uut rekordaastat mitte üheltki nendest kolmest märksõnast. Sama tempo jätkudes jäävad nende märksõnade esinemised Eesti meedias alla 2021. aasta tulemusele (eeldus: esimese nelja kuu tulemus korrutatud kolmega, et prognoosida 12 kuu tulemust).

**Graafik 1. Märksõnade esinemine Eesti meedias perioodil 01.01.2013-30.04.2022.**



Teise grupi märksõnade esinemissagedus on tunduvalt väiksem, kuid ka nende puhul esineb selgeid trende (vt graafik 2.).

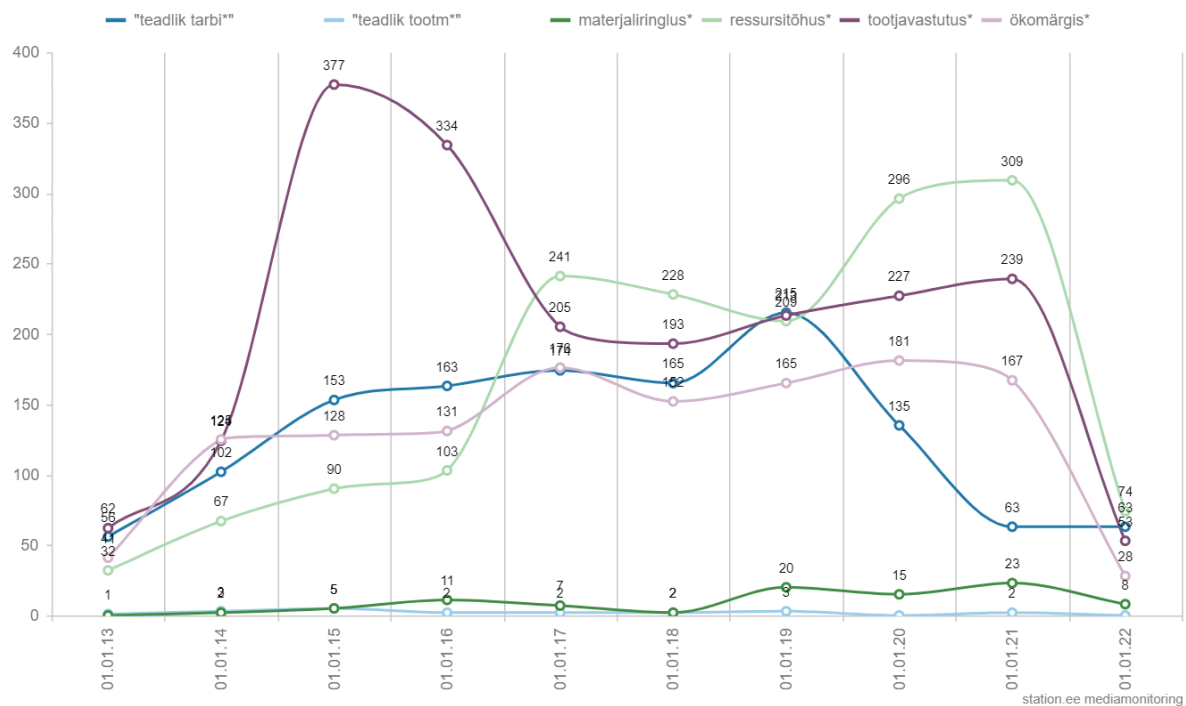
Väga selgelt on läbi aastate tõusutrendis “ressursitõhusa” esinemissagedus. Ka “tootjavastutuse” esinemissagedus, mis aastatel 2015-2016 tegi silmatorkava ajutise spurdi, on suures plaanis jätkanud tõusujoont. Ka “ökomärgise” mainimiste esinemissagedus on aastate jooksul kasvanud, kuigi mitte väga tempokalt.

Mitte nii tulemusliku poole pealt saab esile tõsta “teadliku tarbimise”, mis peale 7-aastast tõusuperioodi läks aastatel 2020-2021 järsku langusesse. Võimalik on seos koroonakriisiga, mis võis meedia ja tarbijate tähelepanu prioriteete muuta.

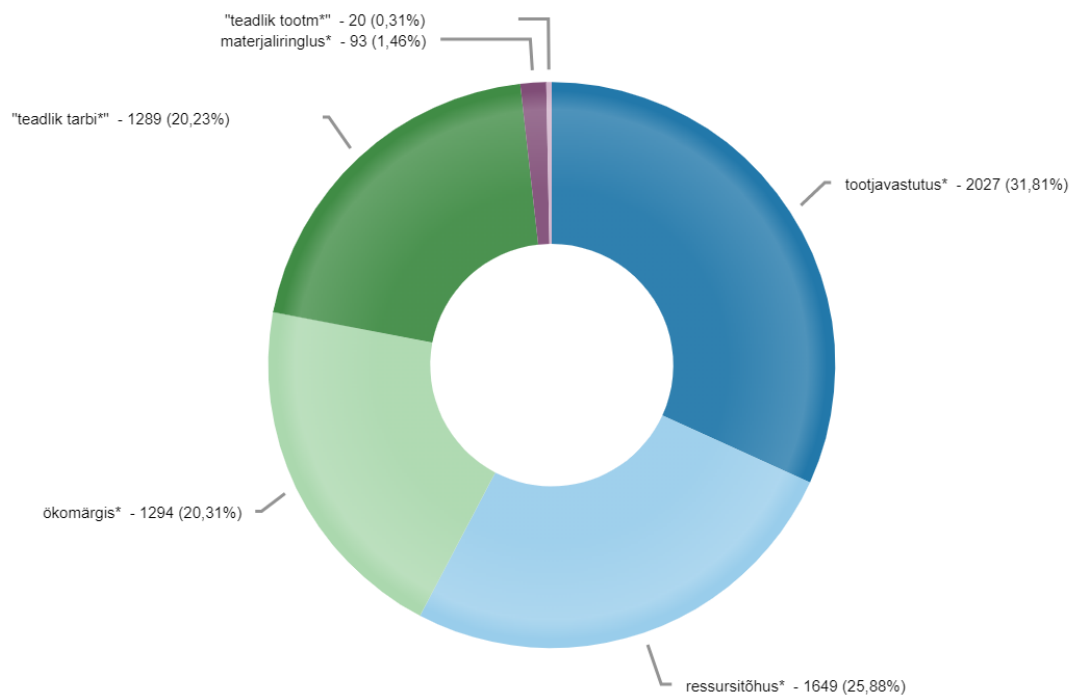
Kaks harvaesinevat ja meediapildis veel mitte juurdunud märksõna on “materjaliringlus” ja “teadlik tootmine”. Jättes kõrvale kaks viimati mainitut, on üle 9-aastase perioodi kokkuvõttes teise grupi neli populaarsemat märksõna saanud võrdlemisi sarnase kajastuste hulga (vt graafik 3.). Samas on nende kasutussagedus 2021. aasta näite varal väga erinev ja vahemikus 63 ... 309 korda aastas.

Kõige selgemalt vajab järele aitamist “teadlik tarbimine”, mis on antud strateegia vaatepunktist kindlasti üks võtmefraase. Õnneks näitab 2022. aasta esimese nelja kuu tulemus, et “teadlik tarbimine” ületab käesoleval aastal senise tempo jätkudes kindlasti eelmis(t)e aasta(te) madalseisu.

**Graafik 2. Märksõnade esinemine Eesti meedias perioodil 01.01.2013-30.04.2022.**



**Graafik 3. Märksõnade esinemine Eesti meedias perioodil 01.01.2013-30.04.2022 (summeeritult).**



Tulles tagasi kolme populaarseima märksõna juurde ja vaadates nende esinemissagedust meediatüüpide kaupa, siis joonistub välja klassikaline sombreero-kujuline kõver, mis näitab online-kajastuste ülekaalu teiste meediatüüpide ees. Reeglina on see sarnane sõltumata uurimisvaldkonnast ja märksõnast.

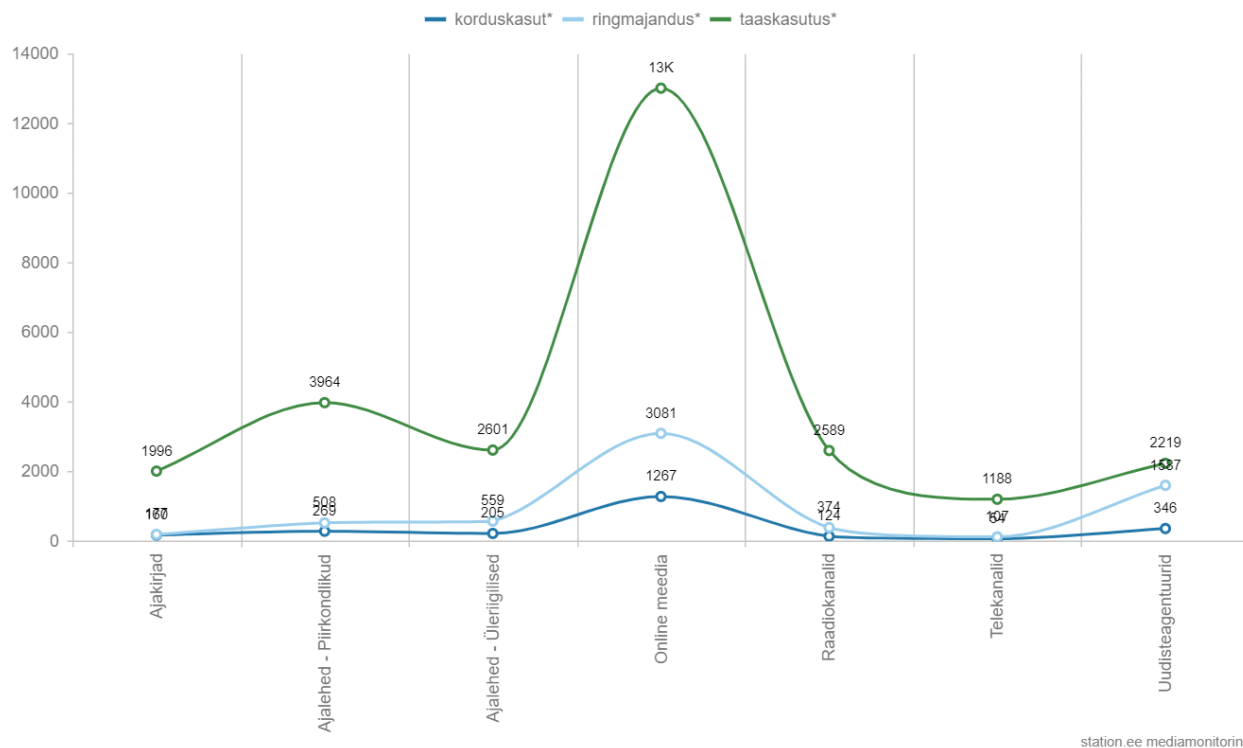
Mida nende graafikute puhul tasub silmas pidada on piirkondlike ajalehtede kaasatus “sombreero” vasakul küljel ning telekanalite kaasatus paremal küljel. Need on kaks olulise mõjujõuga meediatüüpi, mida sageli alahinnatakse.

Piirkondlikud ehk maakonnalehed on lugejaskonna jaoks usaldusväärsed ning nendes ilmuvat materjali loetakse põhjalikumalt kui nn suuri lehti, kus ilmub väga palju teksti ja kõigeni ei jõuagi. “Taaskasutus” on piirkondlikes ajalehtedes kindlasti hästi esindatud (3964).

Telekanalite puhul on oluline auditooriumi suurus. Telelukusid võib küll olla vähe, aga kui neid on, siis on nende mõju võrratult suurem kui võrreldavas mahus online-kajastustel. Seega tuleb silmas pidada, et telekajastusi üldse oleks ja mitte heituda nende mitte kõige suuremast arvust.

Paraku ei suuda meediamonitoringu teenuse pakkuja (ilmselt temast mitteolenevatel põhjustel, meediakanalid ei ole ilmselt huvitatud sellisel tasemel koostööst) tagada adekvaatseid kanalipõhiseid auditooriuminumbreid, seega puudub võimalus täpselt võrrelda telekanalite kajastustega kogunevat auditooriumit näiteks online-kajastustega koguneva auditooriumiga.

**Graafik 4. Märksõnade esinemine 01.01.2013-30.04.2022 meediatüübi kaupa**



## Kokkuvõte

Viimase 9 aasta ja 4 kuu monitooringu kohaselt on ringmajanduse mõiste Eesti meedias selgelt tõusutrendis, kuid selle hoidmiseks ja jätkamiseks tuleb teha pingutusi. Eriti 2022. aasta esimese nelja kuu tulemusi silmas pidades.

Ringmajanduse teemaga on viimastel aastatel riigiametitest enim tegelenud Keskkonnaministeerium ja Keskkonnainvesteeringute Keskus, vastavalt teemadele ka teised riigiasutused, näiteks Riigi Tugiteenuste Keskus ning Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. Sihipärase töö tulemuslikkuse mõõtmiseks tuleb ka edaspidi teha meediamonitooringut ja samade märksõnade esinemise sagedust kontrollida. Käesolev meediamonitooring pakub seega edasisele head baastaset ning asub eraldi veel ka strateegia **Lisas 3**.

## 1.3. PROJEKTI TEGEVUSPLAANI ANALÜÜS

Alljärgnevalt välja toodud strateegilised kaardistuspeatükid kirjeldavad projekti 2022-2023 aastate eesmärgi, millest hakkavad lähtuma strateegia edasised soovituspeatükid. Käesoleva peatüki analüüs on teostatud eelnevas peatükis välja toodud projekti esialgse tegevuskava ja selle tegevuste alusel. Mõistlik on vaadelda ja analüüsida tegevuskava kahes jaos: otsese ja kaudsete sihtgruppidega seotud tegevuste vaates. Ringmajanduse projektiga seotud otsese- ja kaudse sihtgrupi kommunikatsioonist ülevaate andmiseks jaguneb peatükk vastavalt kaheks osaks.

### 1.3.1. Otsesele sihtgrupile suunatud tegevused

Ringmajanduse võimekuse tõstmise projekti kommunikatsiooni- ja kaasamisstrateegia vaatest on mõistlik liigitada tegevuskavas toodud tegevusi esmalt selle alusel, milised neist kõnetavad sihtrühma otse ning kaasavad sihtrühma liikmeid kindlatesse tegevustesse. Selle põhimõtte alusel kuuluvad otsese sihtgrupi alla valitsemisala spetsialistid, kelleks on Keskkonnaministeerium, Keskkonnaagentuur, Sintefi esindajad ning erinevate riigiasutuste ringmajanduse töörühmad ja ametnikud. Otsese sihtgrupi hulka kuuluvad ka kõigi Eesti 79 kohalike omavalitsuste esindajad, sest neile on suunatud erinevad tegevused koolituste ja kommunikatsiooni näol. Niisamuti on otsene sihtgrupp vastavas projektis 30 väljavalitud kooli, nende juhtkondade liikmed, õpetajad ja õpilased. Otseseks sihtgrupiks on ka ettevõtjad ja erialaliidud, kellega projekti käigus on tihe koostöö ning keda puudutavad keskkonnahoidlikud riigihanked.

Otsesele sihtgrupile suunatud tegevused on planeeritud projektis järgnevalt:

- **Pidev ja ajakohane infovahetus** Keskkonnaagentuuri (KAUR) ja Keskkonnaministeeriumi (KEM) töötajate vahel üle Eesti, huvigruppidele loodud töörühmade infovahetus; suhtlus Norra projektpartneriga Sintef Foundation AS. Selleks, et valmiv ringmajanduse tegevuskava dokument saab võimalikult sisukas ja



arvestab kõige paremini ringmajanduse põhimõtteid ning võimalusi ja ressursse Eestis, on hinnatud Eesti ringmajanduse hetkeolukorda ja tuleviku potentsiaali, kaasatakse huvigruppe ning õpitakse teiste riikide kogemustest.

- **KOVide ringmajanduse suutlikkuse kaardistamine** ja kaarditamise tulemusel tehtavad ettepanekud omavalitsustele. Sealhulgas külastatakse kõiki Eesti kohalike omavalitsusi, kaasates nii KOV-ide juhtkondi kui keskkonna- ja hankespetsialiste). Külastuste käigus antakse nõu, mida KOV saaks teha ringmajanduse põhimõtete kohaselt, sh jäätmemajanduse korraldamine, uued ärimudelid, kohalike ressursside kestlik kasutamine, keskkonnahoidlikud riigihanked, koostöövõimalused jms.
- **Koolitusprogramm, mille käigus koolitatakse 100 ametnikku, sh keskkonnaspetsialistid.** Koolitavatele selgitatakse ringmajanduse põhimõtteid laiemalt, aga ka konkreetsete töövaldkondadega seonduvalt, otsides puutepunkte ja potentsiaalseid koostöövõimalusi riigi tasandil (sh KOVide omavahelise koostöö soodustamine) ning külastatakse ringmajandusega tegelevaid ettevõtteid, eesmärgiga anda praktilist kogemust.
- Järjepidev otsekommunikatsioon **kohalike ettevõtjate ja ettevõtjaid ühendavate liitudega**, eesmärgiga neid kaasata erinevates ringmajandusega seotud tegevustes ning nende töö ja tegevuse igas etapis pakkida võimalust ja ideid, kuidas ettevõtete töökorraldus arvestab ringmajanduslikke aspekte. Keskkonnahoidlike riigihangete järjepidev kommunikatsioon ettevõtetele ja erialaliitudele.
- **Koolitusprogrammi korraldus 30 eesti, sh 5 venekeelse kooli juhtkonnaliikmetele ja õpetajatele.** Vastavate koolide **põhiastme õpilastele** ringmajanduse projekti teadlikkust tõstva mängu ning teiste ringmajanduse teadlikkust edendavate tegevuste korraldamine ja sellega seotud kommunikatsioon.

Otsekommunikatsiooniga seotud tegevused eraldiseisvana vajavad edukaks kommunikatsiooniks täpsustatud tegevusplaani. Näiteks kohalike omavalitsuste puhul tuleb tegevustesse kaasata ka sidusgrupe ehk laiemat avalikkust ning kohalikku meediat. Koolide puhul tuleb kommunikatsioonis arvestada näiteks koolidele kättesaadava tööriistakasti loomisega, mille abil ringmajanduse osas teadlikkust tõsta, ning kasutada kommunikatsioonis õpilastele nende jaoks mugavaid vahendeid, nagu näiteks mobiiliäppe või jagada infot koolilehtedes. Plaanitavatest tegevustest on lähemalt juttu [tegevuskava peatükis](#).

### 1.3.2. Kaudsele sihtgrupile suunatud tegevused

Ringmajanduse projekti kaudse sihtgrupi hulka kuuluvad laiem avalikkus, poliitikud ja erinevate riigiasutuste ametnikud, huvigrupid (sh MTÜ-d, jäätmekäitlejad, esindusorganisatsioonid) ja keskkonnateadlikud inimesed, keda on oluline informeerida ja kaasata projekti tegevusse.

Projektis ette nähtud kaudsele sihtgrupile suunatud tegevusteks on ringmajandusega ja ringmajanduse projekti teadlikkuse tõstmisega seotud toetavate elektrooniliste materjalide ja videoklippide loomine ning erinevad teavituskampaaniad eesti ja vene keeles

ülnimetatud kaudse sihtgrupi auditooriumidele. Kaudsele sihtgrupile suunatud tegevused hõlmavad muuhulgas kommunikatsiooni valge raamatu ehk arengudokumendi ning ringmajandust käsitleva elektroonilise käsiraamatu valmimisest, keskkonnaportaali.ee veebilehe teadvustamist kaudsele sihtgrupile, ringmajanduse projekti tutvustamist meedias ning 30 kooli eduka koolitusprogrammi läbimise ning koolinoorte võistluse kommunikatsiooni laiemale avalikkusele. Põhiastme koolinoorte võistluse puhul tuleb teadvustada ka olulisust õpilaste perede kaasamisel, et õpitu ei jääks vaid nn koolipinki, vaid sellest oleks kasu ka kooliseinte vahelt väljas.

Kaudsele sihtgrupile suunatud kommunikatsiooniformaatidest ja kanalitest, sõnumitest ning tegevustest on lähemalt juttu [tegevuskava peatükis](#).

## 2. KOMMUNIKATSIOONI JA KAASAMISE PÕHIMÕTTED

Võttes arvesse ringmajanduse tegevuskava mõju erinevatele valdkondadele, on väga oluline leppida kokku ühtsetes kommunikatsioonipõhimõtetes, arvestades sealjuures demokraatliku kultuuri kaasamise hea tava põhimõtetega.

Kaasamise hea tava näeb ette partnerite kaasamist kogu teavitus- ja otsustusprotsessi jooksul. Käesolevas strateegias on arvestatud kaasamise hea tava ja “Kaasamise käsiraamat ametnikele ja vabaühendustele” kogumikus käsitletud põhimõtteid, mille kohaselt loob kaasamine otsuste tegemisse võimaluse vältida vigu ja saada paremaid tulemusi: saada põhjalikumalt infot tegelikust olukorrast, poolte eelistustest ning saavutada ka nende nõusolek, kellest sõltub otsuse ellurakendumise edukus. See aitab pikas perspektiivis säästa nii aega, raha kui ka asjatuid tegevusi.

Kaasamist tuleb seega arvestada pidevalt, alustades sellega kohe eri tegevuste algul. Kaasamist saab ja on hea kasutada igas otsuse elutsükli etapis. Kaasamispõhimõtete kohaselt tuleb silmas pidada ka otsuste keerukust. Mida keerulisem ja laiemate mõjudega on otsus, seda enam tuleb püüda erinevaid mõjusid ja huve teada saada, arvestada ja tasakaalustada. Kaasamine annab võimaluse seda saavutada.

Kommunikatsiooni ja kaasamispõhimõtete määramine strateegias aitab kõigil seotud osapooltel üheselt mõista, kuidas kommunikatsiooni- ja kaasamistegevuste planeerimine ja elluviimine on abiks sihtrühmadeni jõudmisel ja projektist teadlikkuse kasvatamisel. Võimalikult tulemusliku kommunikatsiooni ja kaasamistegevuste tagamiseks on oluline tugineda kindlatele **põhimõtetele**:

1. Kommunikatsiooni- ja kaasamisstrateegia on **dokument, mis loob raamistiku ja on aluseks taktikalisele kommunikatsiooniplaanile**. Sealsete teavitustegevuste elluviimisel on omakorda oluline süsteemsus ja kindel järjepidevus, kuid ka vastavus projekti tegevustele ja vajadusel ka muudatustele. Kommunikatsiooniplaani olulised pidepunktid on esitatud strateegia [9. peatükis](#).
2. Sihtrühmade kõnetamisel ja projekti tegevusmõõdikute saavutamisel on **suur roll sujuval ja koordineeritud koostööl sidusgruppidega**. Seega lasub käesoleva strateegia ja loodava kommunikatsiooniplaani raames elluviidavate teavitustegevuste



raskuskese otsesuhtlusel. Strateegiaga on määratletud kõik olulisemad sidusgrupid, kes on esitatud strateegia [4. peatükis](#).

3. Kommunikatsioonitegevuste elluviimisel arvestatakse peamiste **ringmajanduse trendidega Eestis**. Arvestades, et kommunikatsioonitegevused jõuavad laiema auditooriumini ja puudutavad seda, siis on oluline markeerida teavituse juures vajadusel erinevaid võimalusi formaatide ja kanalite vaates.

Järgnevad peatükid annavad praktilise ülevaate ja suunised nende põhimõtete rakendamiseks.

### 3. KOMMUNIKATSIOONI JA KAASAMISE EESMÄRGID

Käesolevas peatükis on kirjeldatud projekti “Ringmajanduse võimekuse tõstmine” kommunikatsiooni ja kaasamisega seotud eesmärke, mille sisend on süntees taustaanalüüsist saadud andmestikust. Strateegias kirjeldatud kommunikatsiooni- ja kaasamisesmärkide sõnastamisel on tuginetud olulisel määral Keskkonnaagentuuri poolt välja toodud projektieesmärgile (toodud välja projekti kodulehel <https://keskkonnaagentuur.ee/ringmajanduse-voimekuse-tostmine>), mis keskendub sellele, et “liikuda Eesti ringmajanduse raamistiku väljatöötamise suunas, sh suurendades avalikkuse teadlikkust ringmajandusest kui ka võimalikkusest integreerida ringmajanduse kontseptsiooni inimeste igapäeva elu osaks. Projekt aitab kaasa ka inimeste tarbimiskäitumise muutmisele.”

Seega on kommunikatsiooni- ja kaasamisstrateegia koostamise eeltöö ja taustaanalüüsi tulemusel strateegia eesmärgid järgmised:

#### **Põhieesmärk:**

Toetada projekti “Ringmajanduse võimekuse tõstmine” tegevuste elluviimist ja erinevate sihtgruppide kaasamist ringmajanduse edendamisesse Eestis.

#### **Alameesmärgid:**

1. Tõsta teadlikkust ringmajanduse võimekuse osas integreerida seda inimeste igapäevaellu.
2. Tõsta teadlikkust projekti “Ringmajanduse võimekuse tõstmine” ja selle raames ellu viidavate tegevuste osas.

Järgnevates peatükkides on toodud täpsem ülevaade, millega kommunikatsiooni- ja kaasamisesmärkide elluviimisel tuleks arvestada ja millised võiksid olla parimad taktikad eesmärkide elluviimiseks. Sealjuures on peetud silmas, et valitud strateegilised suunad ja tegevused aitaksid saavutada projektimeeskonna poolt seatud tulemeid, millest antakse täpsem ülevaade [möödikute peatükis](#).

## 4. SIHT- JA SIDUSRÜHMAD

Siht- ja sidusrühmade selge väljatoomine käesolevas strateegias on oluline selleks, et iga kommunikatsioonistrateegia kasutaja mõistaks neid ühtviisi ning lähtuks strateegia elluviimisel just nendest rühmadest. Sealjuures on sihtrühmade defineerimise kõrval strateegias koheselt oluline mõelda ka sidusrühmadele. Selle eesmärgiks on luua kõigis kommunikatsioonitegevuste elluviimisega seotud osapooltes mõistmine, et lisaks otsestele sihtrühmadele suunatud kommunikatsioonitegevustele luuakse ringmajanduse valdkonna teadlikkuse suurendamiseks teavitusmaterjale ja sõnumeid ka sidusrühmadele, kellel on seos või mõju otseste sihtrühmadega. Kuivõrd siht- ja sidusrühmad on eri tegevuste puhul omavahel seotud ja võivad vastavalt teemale vahetuda, käsitleb strateegia neid ühtsena. Täpsem sihtrühmade ja sidusrühmade eristumine toimub juba konkreetsele tegevusele vastavalt strateegia juurde loodavas kommunikatsiooniplaani tegevuste käigus.

Järgnevalt on kirjeldatud ringmajanduse teadlikkuse suurendamisega seotud siht- ja sidusrühmad, kelle mõtteviisi ja käitumisharjumusi soovitakse muuta ning kellega tuleb seega käesoleva kommunikatsiooni- ja kaasamisstrateegia alusel erinevaid tegevusi ellu viies arvestada. Siht- ja sidusrühmade kaardistus tuleneb nii käesoleva strateegia raames kogutud sisendist kui ka strateegia loomise käigus välja selgitatud parimast viisist siht- ja sidusrühmade jaotuseks.

Ringmajanduse kommunikatsioonistrateegia ja tegevusplaan hõlmavad kahte jaotust – **otset ja kaudset kommunikatsiooni**, millele vastavalt jaotuvad ka otsese kommunikatsiooni ja kaudse kommunikatsiooni siht- ja sidusrühmad.

### 4.1. OTSEKOMMUNIKATSIOONI SIHT- JA SIDUSRÜHMAD

Projekti otsekommunikatsiooniga on eeskätt seotud sujuv kommunikatsioon projekti peamiste partnerite vahel. Seega on ringmajanduse põhimõtete tutvustamiseks ja rakendamiseks oluline nii ametnike kui ringmajanduse töörühmade, aga **ka ettevõtjate, kohalike omavalitsuste ja koolide teadlikkuse tõstmine** ringmajanduse põhimõtetest, et teha keskkonnateadlikumaid tarbimisotsuseid ning kujundada ringmajandusest lähtuvaid juhtimise ning ettevõtluse arendamise protsesse. Samuti on oluline kooliealiste noorte koolitamine. Teadlikud tarbijad eelistavad harjumuspäraselt korduvkasutatavaid tooteid ja teadlikumad tootjad võtavad planeerimisel arvesse keskkonnasäästlikkust, sh näiteks toote kestuse pikkust ja selle ümbertöötlemise võimalusi.

Seega saavad projekti läbiviijad otsekommunikatsiooni siht- ja sidusrühmadena lisaks partneritele ja töörühmadele, kellega igapäevaselt tihedal tööd tehakse, käsitleda ka kohalikke ettevõtjaid ja ringmajandusega tegelevad ettevõtteid, ettevõtteid ühendavaid liite, õpetajaid ja koolide juhtkondi, kooliõpilasi ning kõiki Eesti kohalikke omavalitsusi.

## Valitsemisala spetsialistid

Otsekommunikatsiooni esimene ja oluline ülesanne on tõhustada projekti partnerite, KAUR, KEM ja Norra projektipartneri omavahelist suhtlust ja tugevdada omavahelise võrgustiku loomist. Sealjuures on oluline roll nii projekti juhtrühmal ja sinna kuuluvatel erinevate ministereeriumide esindajatel kui ka projekti ekspertkogul, kuhu on kokku kutsutud Eesti ringmajanduse eksperdid. Samuti toimuvad projekti raames temaatiliste tööühmade regulaarsed kohtumised, millest saadav sisend on oluline arengudokumendi jaoks ning pakub seega sisulist panust ka kogu projekti kommunikatsioonile.

Lisaks Keskkonnaministreeiumi ja Keskkonnaagentuuri ametnikele on oluline pidada silmas ka teisi allasutusi (käesoleva strateegia raames Keskkonnaministreeiumi kõrval Keskkonnaagentuur, Keskkonnaamet, Keskkonnainspeksioon, Keskkonnainvesteeringute Keskus), kes on seotud ringmajandusalase info kommuniqueerimisega ning kelle sihtrühmaks on omakorda laiem avalikkus ja ettevõtted.

Otsekommunikatsiooni käigus on oluline kasvatada riigiametnike ja spetsialistide teadlikkust projekti võimaluste kohta, mis võimaldab neil omakorda edastada efektiivselt infot ja teadmisi siht- ja sidusrühmadele. Otsekommunikatsiooni sihtrühmi kutsub KAUR aktiivselt jälgima projekti omakanaleid, alates projekti kodulehest kuni infokirjade ja koolitusteni, mis on välja toodud peatükis nr [6 Kommunikatsioonikanalid ja formaadid](#).

## Ettevõtjad ja ettevõtteid ühendavad liidud

Ettevõtlussektori valmisolek ja teadmised mõjutavad oluliselt ringmajanduse (sh ressursitõhususe, jäätmetekke vältimise, ökodisaini, jätkusuutliku tootmise ja tarbimise, keskkonnahoidlike hangete) rakendamise taset.

Seega on ettevõtjate sihtrühmale lisaks tulenevalt erinevatest regulatsioonidest pärit kohustustele ja vastutustele oluline kommuniqueerida, miks need kehtivad ehk kuidas ringmajanduse Eestis toimib ja ühiskonda mõjutab. Ettevõtjatele on oluline edastada viise ja teadmisi, kuidas nad saavad oma tegevusega otseselt mõjutada ja soodustada ringmajanduse arengut. Samas on projekti kommunikatsioonis oluline arvestada, et ettevõtetel peab olema lisaks infole ka füüsiline võimalus panustada ringmajandusse.

Ettevõtteid ühendavad erialaliidud omavad kaalukaid infokanaleid ning on seega oluline sihtgrupp, keda projekti läbi viies silmas pidada. Seega tasub panustada nii erialaliitude infokirjadele kui ka infopäevadele ja kohtumistele, mille raames ettevõtjatele mõeldud sõnumeid edasi anda. Täpsem ülevaade välja pakutud teavitus- ja kasamistegevustest selle osas asuvad tegevuskavas ja kommunikatsiooniplaanis.

## Haridusasutuste õpetajad ja õpilased

Käesoleva strateegia raames liigituvad valitsemisala spetsialistide ringmajanduse teadlikkust tõstva projekti siht- ja sidusrühma Eesti haridusasutuste juhtkonna liikmed ja õpetajad, kellel

on oluline roll ringmajandusvaldkonna süsteemi arendamisel ja tutvustamisel eri vanuses kooliõpilastele.

Projekti raames haridusasutustes läbi viidavad koolitused aitavad kasvatada teadlikkust haridustöötajate hulgas. Samuti viiakse projekti raames Eesti koolide põhiaseme (6.-9. klass) õpilaste hulgas läbi ringmajanduse teadlikkust tõstev mänguline konkurss. Seega on põhiaseme õpilased samuti oluline otsekommunikatsiooni sihtgrupp ning võtmekeeleks eri vanuses õpilaste teadlikkuse tõusust projekti ja projekti peamiste sõnumite osas.

## **Kõik Eesti kohalikud omavalitsused**

Kohalike omavalitsuste roll teadlikkuse tõstmisel on kriitilise tähtsusega kohalike kogukondade (sh ettevõtjate, tarbijate) harimisel. Harjumuste muutumist soodustab näiteks kohalike teenuste pakkumisel või riigihangete korraldamisel ringmajanduse põhimõtete rakendamine, väärtustamine ja esiletõstmine.

KOVde teadlikkuse tõus toetab üleüldise ühiskondliku suhtumise ja käitumise muutumist ning aitab luua eeldused elukeskkonda väärtustavate tarbimis- ja tootmisharjumuste tekkimiseks. Kuna teadlikkuse kasvu mõju on pikaajaline, tuleb selle jätkuvasse tõstmisse ja hoidmisse panustada pidevalt, näiteks läbi standardite loomise, keskkonnahoidlike riigihangete ja teavituskampaaniate.

KOV-idel (Eestis kokku 79) on projekti otsekommunikatsioonis tähtis roll, kuivõrd nad on oluline tugi elanikele ringmajandusala teadlikkuse suurendamisel ning teevad teavitustööd ringmajanduse võimaluste kohta kohalike ettevõtete, erialaliitude ja elanike seas.

Kuna tegu on kogu ühiskonda hõlmava mõjuga, siis peab teadlikkuse tõusu ja oma eeskujuga ringmajanduse põhimõtete juurutamist eest vedama riik. Projekti käigus koolitab riik välja KOV-ide, kes omakorda ringmajanduse põhimõtteid oma regioonides rakendavad. Seega on kohalikud omavalitsused oluline sihtgrupp, kellega sõnumite loomisel ja kommuniqueerimisel arvestada, sealjuures selleks, et koolitustest osavõtmine oleks aktiivne ja et koolitusel saadud teadmised leiaksid rakendust.

### **OTSEKOMMUNIKATSIOONI SIHT- JA SIDUSRÜHMAD SEoses PROJEKTI ELLUVIIMISEGA (OMAVAHELISE INFOVAHETUSE TÕHUSUS JA VÕRGUSTIKU LOOMINE)**

Keskkonnaagentuuri (KAUR) ja Keskkonnaministeeriumi (KEM) töötajad üle Eesti, töörühmad huvigruppidele

Ringmajanduse põhimõtete tutvustamiseks ja rakendamiseks on oluline, et projekti vedava KAUR töötajad oleksid põhimõtetest teadlikud ja liidetud projekti igapäevase infovooga. Infovahetus huvigruppide moodustatud töörühmade vahel ja

**OTSEKOMMUNIKATSIOONI SIHT- JA SIDUSRÜHMAD SEOSSES PROJEKTI ELLUVIIMISEGA (OMAVAHELISE INFOVAHETUSE TÕHUSUS JA VÕRGUSTIKU LOOMINE)**

	töörühmade sees. Ametnikud, kes koolitatakse välja nn rohesaadikuteks.
Norra projektipartner Sintef Foundation AS	Loodud omavaheline võrgustik, mille kaudu toimub ekspertteadmiste ja kogemuste edastus.
Ettevõtjad ja ettevõtteid ühendavad liidud	Kohalikud ettevõtted ja neid koondavad ühendused ning välismaalt tooraine sisseostuga tegelevad ettevõtted. Nii ettevõtete eriaalased kui ka üldised ühingud ja liidud, MTÜ-d, taaskasutusorganisatsioonid.
Õpetajad ja koolide juhtkonnad, õpilased	Koolitusprogrammis osalevate 30 eesti ja venekeelsete koolide juhtkonnaliikmed. Vastavate 30 kooli põhiaseme õpilased, kes osalevad ringmajanduse projekti teadlikkust tõstvas mängus ning teistes ringmajanduse teadlikkust edendavates tegevustes.
Kohalikud omavalitsused	79 KOVi. Kuna tegu on kogu ühiskonda hõlmava mõjuga, siis peab teadlikkuse tõusu ja oma eeskujuga ringmajanduse põhimõtete juurutamist eestvedama riik, koolitades välja ka KOVd, kes omakorda ringmajanduse põhimõtteid regioonides rakendavad.

## 4.2. KAUDSE KOMMUNIKATSIOONI SIHT- JA SIDUSRÜHMAD

Projekti kaudne kommunikatsioon on suunatud laiema avalikkuse, ametnike ja poliitikakujundajate, huvigruppide ja keskkonnateadlike inimeste informeerimisele projekti tegevustest ja ringmajanduse kui „uue reaalsuse“ võimalikkusest olla osa meie igapäevaelust, meie heaolu ohverdamata.

## **Ametnikud ja poliitikakujundajad**

Oluline roll avalikus sektoris on erinevate valdkondade poliitikakujundajatel. Niisamuti ka riigiametnikel, kes vastutavad ringmajanduse edendamise ja korraldamise eest nii riiklikul kui kohalikul tasandil, ning ka elanikele ringmajandusega seotud õigusaktidest teavitamise eest.

Kui ametnikud on justkui olulised rohesaadikud, kelle roll on muuta ringmajanduse teema eri huvigruppidele huvitavaks ja arusaadavaks, siis poliitikakujundajate puhul on nende kõnetamisel ja ringmajanduse temaatikatega kursis hoidmisel oluline eeskätt see, et nad tulevasi poliitikaid välja töötades arvestaksid nende põhimõtetega.

## **Huvigrupid ja keskkonnateadlikud inimesed**

Kaudse kommunikatsiooni siht- ja sidusrühma kuuluva erasektori puhul peetakse käesoleva strateegia raames silmas eeskätt erialaliite, esindusorganisatsioone, jäätmekäitlejaid ning ka taaskasutusorganisatsioone. Kuigi erasektorit esindavate organisatsioonide tegevusprofiilid ja otsesed sihtgrupid on erinevad, tegelevad nad kõik otseselt või kaudsemalt ringmajanduse edendamisega. Samuti kuuluvad sellesse sihtrühma erialaliidud - näiteks tööstused, kes püüavad tootmises ülejääkide mahtu vähendada ja minna üha enam üle taaskasutatavatele materjalidele. Just seetõttu on neid tarvis hoida projekti raames kursis ringmajanduse temaatikaga.

Ka kolmandal sektoril, kuhu kuuluvad kodanikualgatused ja mittetulundusorganisatsioonid, on Eestis oluline roll nii elanike kui ettevõtete ringmajanduse alase teadlikkuse suurendamisel. Sealjuures on tähelepanu enim näiteks jätkusuutlikul tootmisel ja tarbimisel, toodete eluea pikendamisel, parandamisel ning tõhusamal ringlussevõtmisel ja jäätmete vähendamisel. Arvestades, et kolmanda sektori organisatsioonid on tihti oma sihtrühma jaoks väga olulisteks kõneisikuteks, on oluline pöörata teavitustegevustes tähelepanu ka nende kõnetamisele. Üks võimalus selleks on kaardistada olulisimad huvigruppide osapooled ning hoida neid projekti arengute ja tegevustega kursis näiteks listikirjade vahendusel (kas siis konkreetselt projektiga seotud uudiskirjade näol või teistes, vajalikule sihtrühmale suunatud uudiskirjades sisalduvate uudisnuppudega ringmajanduse projekti kohta).

## **Laiem avalikkus**

Üheks peamiseks kaudse kommunikatsiooni auditooriumiks on laiem avalikkus, sest ringmajanduse teadlikkuse suurendamisel on oluline kogu ühiskonna mõtteviisi ja käitumismustrite muutus. Selleks on oluline kommunikeerida laiemale avalikkusele nii ringmajanduse toimemehhanisme kui ka konkreetseid võimalusi, kuidas igaüks saab teadlikult panustada keskkonnasäästlikumasse tarbimisse, jäätmete vähendamisse ning teistesse erinevatesse ringmajandusega seotud tegevustesse.

Elanikkonna teadlikkusest ja tarbimisharjumustest sõltuvad suuresti nii jäätmete vähendamine kui toodete taaskasutus, samuti pikaaealiste materjalide ja toodete kasutus ning taaskasutus. Olmes tekkivate jäätmete vältimisele aitab kaasa ka see, kui võrd mugavaks



on elanikele tehtud võimalus anda asjad ära n-ö teisele ringile. Selleks, et laiem avalikkuse tegevus oleks aktiivsem, peab elanikel olema lisaks infole ka füüsiline võimalus panustada ringmajandusse.

Uuringute (nt Keskkonnateadlikkuse uuring, 2020) põhjal avaldub elanikkonna keskkonnasäästlik käitumine täna pigem tagajärgedega tegelemises (taaskasutus, jäätmete liigiti kogumine jm) kui keskkonnakahju tekkimise ennetamises (nt teadlik ostlemine ja tarbimine, mis katkestaks keskkonnavaenuliku tootmis- ja tarbimisahela).

Lisaks laiemate masside kõnetamisele eristuvad selles siht- ja sidusrühmas erinevad keelerühmad, sest arvestades, et ringmajanduse temaatika puudutab kogu ühiskonda, tuleb pidada silmas ka Eesti demograafilise jaotusega ning asjaoluga, et kolmandik elanikest ei tarbi eestikeelset infot. Seega on oluline dubleerida infot ka vähemalt vene keeles.

#### 4.1.2 KAUDSE KOMMUNIKATSIOONI SIHT- JA SIDUSRÜHMAD SEoses PROJEKTI ELLUVIIMISEGA

Poliitikakujundajad ja ametnikud	Sh riigiametnikud ja KOV-ide töötajad, avaliku teenuse pakkujad
Huvigrupid ja keskkonnateadlikud inimesed	Keskkonnateadlikud inimesed, sealhulgas tootjad ja tarbijad
Laiem avalikkus	Eestis elavad (eraisikutest) tarbijad (sh eri keeleoskuse lõikes)

## 5. PÕHISÕNUMID SIHTGRUPPIDE KAUPA

Õigesti seatud sõnum, mis kõnetab konkreetset sihtrühma, on baasiks mistahes meediasuhtlusele, kaasamistegevusele, turunduskommunikatsioonile, kampaaniale, avalikule suhtlusele või esinemisele. Nii on kommunikatsiooni- ja kaasamisesmärkide saavutamiseks kõige tõhusamad just need kaasamisprojektid, turundusväljundid, esinemised või meediakajastused, mis lähtuvad, sisaldavad ja kordavad kokkulepitud põhisõnumeid. Sealjuures on oluline, et need sisaldaks ka toetavaid näiteid ja fakte ning oleksid korduvalt ja järjepidevalt kasutuses, et olla maksimaalselt mõjusad. Seega on efektiivse ja tulemusliku kommunikatsiooni tagamiseks ja kaasamise elluviimiseks oluline panna paika eesmärkide täitmist toetavad sõnumid erinevate sihtgruppide lõikes.

Käesoleva strateegia sõnumite loomisel on arvestatud eeskätt kommunikatsiooni- ja kaasamisstrateegia katuseesmärgiga kui ka projekti tegevus- ja ajakavaga, milles on pandud paika projektiperioodil ellu viidavad peamised tegevused. Samuti on võetud arvesse ka teisi

teema jaoks olulisi alusdokumente ning arvestatud hankija poolt antud täiendava sisendiga. Sealjuures on peetud silmas, et igale sihtgrupile vastav sõnum kõnetaks just konkreetse siht- ja sidusrühma ootusi ja eelistusi. Strateegia sõnumeid luues on peetud silmas ka seda, et kõneisikutel oleks sõnumeid lihtne kasutada nii tekstiformaatide puhul kui ka näiteks intervjuudel ja esinemistel.

## Sõnumite mudel ja kohandamine

Järgnevalt kirjeldatud sõnumite puhul on kasutatud sarnast mudelit, et luua sõnumitele selge struktuur ja kohandada neid edaspidise kasutamise ajal vastavalt olukorrale ja vajadusele. Sellise mudeli põhjal, mis tugineb kommunikatsiooni ja kaasamise põhieesmärgile antud strateegias, sisaldab iga sõnum järgnevaid komponente:

- selgitust valdkonna toimimise kohta;
- näiteid otsekommunikatsiooni siht- ja sidusrühmadele;
- näiteid kaudse kommunikatsiooni siht- ja sidusrühmadele.

Sealjuures on oluline silmas pidada järgnevalt kirjeldatud sõnumite eripärasid:

- Strateegias esitatud sõnumid on seotud kommunikatsioonieesmärkidega (1 katussõnum ja 2 alamsõnumit).
- Sõnumid on koostatud kompaktsena ja vajavad üldjuhul kasutamisel alati konteksti ja kohandamist.
- Tegemist ei ole kampaania jaoks valmiskujul kasutamiseks mõeldud lööklausete/sloganitega - need tuleb luua sõnumite põhjal eraldi.
- Sõnumite kasutamisel tuleb lisada vastavalt kasutusformaadile ja sihtgrupile juurde fakte, statistikat ja näiteid.
- Oluline on kasutada definitsioone ja selgitusi, et valdkonna terminoloogia ja kontekst oleksid sihtgrupile arusaadavad.
- Samuti oleks mõistlik kasutada *storytelling*'ut erinevate teemade selgitamiseks, küsimustele vastamiseks (miks peab nii? miks on korraldatud nii?) ja auditooriumi veenmiseks. See tähendab, et sõnumeid esitletakse lugude jutustamise formaadis, mis aitab teemat paremini selgitada ning sihtgruppi seeläbi rohkem kaasata ja veenda.

## 5.1. KATUSSÕNUM

Katussõnumi puhul on oluline, et see oleks lihtne ja selge ning kõnetaks, et auditooriumi kaasata. Samuti peab olema sõnum kompaktne ning loogiline ja sihtrühmale sobilik, mis tähendab vajadust seda vastavalt olukorrale kohandada.

Käesolevas strateegias on katussõnum seotud **põhieesmärgiga** toetada projekti "Ringmajanduse võimekuse tõstmine" tegevuste elluviimist ja erinevate sihtgruppide kaasamist ringmajanduse edendamisesse Eestis.

## KATUSSÕNUM (eesti keeles)

### SELGITUS

- Ringmajanduse arendamiseks Eestis on riik algatanud projekti, mille kaudu töötada välja vajalik raamistik ning viia selle alusel ellu tegevusi ringmajanduse edendamiseks ja inimeste tarbijakäitumise muutumiseks Eestis.

### NÄITED

OTSEKOMMUNIKATSIOONI AUDITOOORIUMILE (ettevõtjad, koolid, KOV-id, ametnikud, tööühmad)

- Projekti raames valmivad temaatilised juhendmaterjalid ning koolitusprogramm, mille abil tõstetakse teadlikkust ringmajanduse osas. Nende raames viiakse läbi ringmajanduspõhised süvaanalüüsid ning tehakse ettepanekud ringmajandussunalisteks tegevusteks.

**NÄITED** KAUDSE KOMMUNIKATSIOONI AUDITOOORIUMILE (laiem avalikkus, poliitikud, huvigrupid)

- Projekt on osa Eesti ringmajanduse strateegilise lähenemise koostamisest, mille tulemusena valmib Eesti ringmajanduse arengudokument ning selle alusel loodav tegevuskava.

## KATUSSÕNUM (inglise keeles)

### SELGITUS

- **In order to develop the circular economy in Estonia, the state has initiated a project through which to develop the necessary framework. Based on this, activities will be implemented to promote the circular economy and change people's consumer behavior in Estonia.**

### NÄITED

OTSEKOMMUNIKATSIOONI AUDITOOORIUMILE (ettevõtjad, koolid, KOV-id, ametnikud, tööühmad)

- As part of the project, thematic instructional materials and a training program will be prepared to raise awareness of the circular economy. These will include in-depth analyzes and proposals for activities related to the circular economy.

**NÄITED** KAUDSE KOMMUNIKATSIOONI

- The project is part of the preparation of a strategic approach to the Estonian circular economy. As a



AUDITOORIUMILE (laiem avalikkus, poliitikud, huvigrupid)

result of the project, an Estonian circular economy development document and an action plan will be created.

## KATUSSÕNUM (vene keeles)

### SELGITUS

- Для развития экономики замкнутого цикла в Эстонии государство инициировало проект, в рамках которого будет разработана необходимая база, на основе которой будет реализована деятельность по продвижению принципов экономики замкнутого цикла и изменению потребительского поведения населения Эстонии.

### NÄITED

OTSEKOMMUNIKATSIOONI AUDITOORIUMILE (ettevõtjad, koolid, KOV-id, ametnikud, tööühmad)

- В рамках проекта будут подготовлены тематические руководства и учебная программа для повышения осведомленности об экономике замкнутого цикла. Они включают в себя углубленный анализ принципов экономики замкнутого цикла, и предложения по деятельности, связанной с экономикой замкнутого цикла.

### NÄITED KAUDSE

KOMMUNIKATSIOONI AUDITOORIUMILE (laiem avalikkus, poliitikud, huvigrupid)

- Проект является частью подготовки стратегического подхода к экономике замкнутого цикла Эстонии, в результате которого будет подготовлен документ по развитию экономики замкнутого цикла Эстонии и составлена программа действий на его основе.



## 5.2. ALAMSÕNUMID

Alamsõnumite puhul on samuti oluline nende selgus ja lihtsus, nii palju kui temaatika mitmekülgsus seda võimaldab. Küll aga võivad alamsõnumid olla erinevalt katussõnumist spetsiifilisemad ja selgitavamad. Käesolevas strateegias on alamsõnumid seotud kahe alameesmärgiga.

**Alameesmärk 1:** Tõsta teadlikkust ringmajanduse ja võimaluse osas integreerida seda inimeste igapäevaellu.

ALAMSÕNUM 1 (eesti keeles)	
SELGITUS	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Ringmajandus on tootmis- ja tarbimismudel, mille puhul olemasolevaid materjale ja tooteid jagatakse, laenatakse, korduskasutatakse, parandatakse, uuendatakse ja võetakse ringlusse võimalikult kaua. Sellega pikendatakse toodete olelusringi.</b></li></ul>
<b>NÄITED</b> OTSEKOMMUNIKATSIOO NI AUDITOORIUMILE (ettevõtjad, koolid, KOV-id, ametnikud, töörühmad)	<ul style="list-style-type: none"><li>• <u>Ettevõtjatele:</u> Lisaks keskkonnamõju vähendamisele on ringmajanduse põhimõtet efektiivselt rakendades võimalik ettevõtetal vähendada kulusid, suurendada kasvupotentsiaali ning edendada ettevõtte mainet. Olulisel kohal on ka ettevõtete omavaheline koostöö ja rahvusvahelised partnerlusvõimalused.</li><li>• <u>Koolidele:</u> (kampaania fookusega) Ringmajanduse praktilisi põhimõtteid saab rakendada ka koolis! / (üldise fookusega) Ringmajanduse põhimõtted saab igaüks oma kodus ja igapäevaelus tööle panna, kui “osta-tarbi-viska minema” põhimõtte asemel leiab teisi võimalusi - näiteks asju parandades, laenates või jagades.</li><li>• <u>KOVidele:</u> Ringmajanduse täieliku potentsiaali saavutamiseks on loodud süsteemne lähenemine kogu sotsiaal-majanduslikus süsteemis, et jõuda tõeliste muutusteni tarbimises, tootmises, planeerimises, poliitikas, elustiilis, kultuuris ja väärtushinnangutes. Ringmajanduse mõttelaadini</li></ul>

	<p>jõudmise võiks iga KOV oma kogukonnas eesmärgiks seada ja seda eest vedada.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Ametnikele</u>: Ametnikel on ringmajanduse põhimõtete rakendamisel võimalus kanda n-ö rohesaadikute rolli, kes rakendavad ise erinevaid keskkonnakorralduslikke tööriistu ja aitavad seeläbi ringmajanduse mudelit laiemalt ellu viia.</li> <li>• <u>Töörühmadele</u>: Ringmajanduse mudeli rakendamisel on oluline kaasata erinevaid töörühmasid, et leida koos võimalusi nende tegevuse arendamiseks ja toetamiseks.</li> </ul>
<p><b>NÄITED</b> KAUDSE KOMMUNIKATSIOONI AUDITOORIUMILE (laiem avalikkus, poliitikud, huvigrupid)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Laiemale avalikkusele</u>: Miljonite tarbijate igapäevastel valikutel on oluline mõju keskkonnale. Igaüks meist avaldab tooteid ja teenuseid tarbides ringmajanduse vaatest olulist mõju.</li> <li>• <u>Poliitikele</u>: Riigi roll ringmajandusele üleminekul on hea eeskuju näitamine, soodsate tingimuste loomine ja takistavate barjääride eemaldamine ringmajanduse põhimõtete rakendamiseks.</li> <li>• <u>Huvigruppidele</u>: Ringmajandus on hea võimalus muuta keskkonnaprobleemid majanduslikeks võimalusteks, millest võidavad nii keskkond, tarbija, ettevõtja kui ka riik.</li> </ul>

<p><b>ALAMSÕNUM 1 (inglise keeles)</b></p>	
<p>SELGITUS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>The circular economy is a model of production and consumption in which existing materials and products are distributed, borrowed, reused, repaired, renewed and recycled for as long as possible. This extends the life cycle of products.</b></li> </ul>
<p><b>NÄITED</b> OTSEKOMMUNIKATSIOONI AUDITOORIUMILE (ettevõtjad, koolid, KOV-id, ametnikud, töörühmad)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>For entrepreneurs</u>: In addition to reducing the environmental impact, by effectively applying the circular economy, companies can reduce costs, increase their growth potential and promote their image. Cooperation between companies and</li> </ul>



international partnership opportunities are also important.

- For schools: (campaign focus) The practical principles of the circular economy can also be applied in schools! / (general focus) The principles of the circular economy can be put to work by everyone at home and in their daily lives. Just find some alternatives to the 'buy-consume-throw-away' principle - for example by repairing, borrowing or sharing things.
- For local authorities: In order to reach the full potential of the circular economy, a systemic approach has been created throughout the socio-economic system to achieve real changes in consumption, production, planning, politics, lifestyle, culture and values. Reaching the mindset of a circular economy could be the goal of every local government in its community and driven by it.
- For officials: In implementing the principles of the circular economy, officials have the opportunity to play the role of so-called green ambassadors, who themselves use various environmental management tools and thus help to implement the circular economy model more widely.
- For work-groups: When implementing the circular economy model, it is important to involve different working groups in order to find ways to develop and support their activities together.

**NÄITED** KAUDSE  
KOMMUNIKATSIOONI  
AUDITOOORIUMILE (laiem  
avalikkus, poliitikud,  
huvigrupid)

- To the general public: The daily choices of millions of consumers have a significant impact on the environment. Each of us has a significant impact on the circular economy when consuming products and services.
- For politicians: The role of the state in the transition to a circular economy is to set a good example, create favorable conditions and remove obstacles to the implementation of the principles of the circular economy.
- Huvigruppidele: Ringmajandus on hea võimalus muuta keskkonnaprobleemid majanduslikeks



võimalusteks, millest võidavad nii keskkond, tarbija, ettevõtja kui ka riik.

- For interest groups: The circular economy is a good opportunity to turn environmental problems into economic opportunities that benefit the environment, consumers, businesses and the state.

## ALAMSÕNUM 1 (vene keeles)

### SELGITUS

- **Экономика замкнутого цикла — это модель производства и потребления, в которой имеющиеся материалы и продукция используются совместно, сдаются в прокат, повторно используются, ремонтируются, обновляются и перерабатываются как можно дольше. Это продлевает жизненный цикл продукции.**

### NÄITED

OTSEKOMMUNIKATSIOO  
NI AUDITOOORIUMILE  
(ettevõtjad, koolid,  
KOV-id, ametnikud,  
töörühmad)

- Для предпринимателей: помимо снижения воздействия на окружающую среду, эффективно применяя принцип экономики замкнутого цикла, предприятия могут сократить расходы, увеличить свой потенциал роста и значительно улучшить свою репутацию. Большое значение отдается сотрудничеству между предприятиями и возможностям международного партнерства.
- Для школ: (в фокусе кампании) Практические принципы экономики замкнутого цикла могут применяться и в школах! / (с общей направленностью) Принципы экономики замкнутого цикла могут применяться всеми дома и в повседневной жизни, если принципу «купить-потребить-выбросить» будут найдены альтернативы — например, благодаря ремонту, прокату или совместному использованию
- Для местных самоуправлений: чтобы полностью раскрыть потенциал экономики замкнутого цикла, во всей социально-экономической системе был создан системный подход для достижения реальных изменений в





потреблении, производстве, планировании, политике, образе жизни, культуре и ценностях. Достижение образа мышления экономики замкнутого цикла может быть целью каждого местного самоуправления для своего сообщества, а также продвижение этих принципов.

- Для чиновников: при реализации принципов экономики замкнутого цикла чиновники имеют возможность выступить в роли так называемых «зеленых послов», которые сами используют различные инструменты разумного управления природными ресурсами и тем самым помогают более широко внедрять модель экономики замкнутого цикла.
- Для рабочих групп: при реализации модели экономики замкнутого цикла важно привлекать различные рабочие группы, чтобы вместе находить пути развития и поддержки их деятельности.

**NÄITED** KAUDSE  
KOMMUNIKATSIOONI  
AUDITOOORIUMILE (laiem  
avalikkus, poliitikud,  
huvigrupid)

- Для широкой общественности: ежедневный выбор миллионов потребителей оказывает значительное влияние на окружающую среду. Каждый из нас при потреблении разной продукции и услуг может значительно влиять, опираясь на принципы экономики замкнутого цикла
- Для политиков: роль государства при переходе к экономике замкнутого цикла заключается в подаче хорошего примера, создании благоприятных условий и сглаживании препятствий на пути реализации принципов экономики замкнутого цикла.
- Для заинтересованных групп: экономика замкнутого цикла — это хорошая возможность превратить экологические проблемы в экономические возможности, которые принесут пользу как окружающей среде, потребителю, предпринимателю, так и государству.



**Alameesmärk 2:** Tõsta teadlikkust projekti “Ringmajanduse võimekuse tõstmine” ja selle raames ellu viidavate tegevuste osas.

## ALAMSÕNUM 2 (eesti keeles)

### SELGITUS

- **Projekt "Ringmajanduse võimekuse tõstmine" on kutsutud ellu selleks, et töötada välja ringmajanduse arengudokument ning lähtuvalt sellest viia ellu vajalikud tegevused ja ümberkorraldused, et väljapakutud ringmajanduse põhimõtted Eestis toimima hakkaksid.**

### NÄITED

OTSEKOMMUNIKATSIOON  
I AUDITOORIUMILE  
(ettevõtjad, koolid, KOV-id,  
ametnikud, tööühmad)

- Ettevõtjatele: Ettevõtjatel on võimalus panustada keskkonnahoidlike riigihangete elluviimisesse ja tutvuda nendega seotud uute tingimustega.
- Koolidele: Ringmajandusega seotud teadlikkuse tõstmiseks korraldatakse koolidele koolitusprogramm ja viiakse läbi koolidevaheline võistlus.
- KOVidele: Projekti raames viiakse läbi KOV-ide toimete analüüsid ning tehakse KOV põhiseid soovitusi ringmajanduse vaatest lähtuvateks tegevusteks.
- Ametnikele: Projekti raames koolitatakse avaliku sektori töötajaid, et selgitada ringmajanduse põhimõtteid nii laiemalt kui ka seoses konkreetsete töövaldkondadega ning anda ülevaade keskkonnakorralduslikest tööriistadest, mida saab kasutada ringmajanduse elluviimiseks (nt juhised keskkonnahoidlike riigihangete koostamiseks).
- Tööühmadele: Projekti raames kaasatakse ja luuakse erinevate valdkondadega seotud tööühmasid, kes pakuvad ringmajanduse arengusuundade väljatöötamiseks olulist sisendit ja eri sektorite vaates väärtust ringmajanduse mudeli rakendamise praktikateks.



**NÄITED** KAUDSE  
KOMMUNIKATSIOONI  
AUDITOOORIUMILE (laiem  
avalikkus, poliitikud,  
huvigrupid)

- Laiemale avalikkusele: Projekti eesmärk on tutvustada ringmajanduse arengusuundi ja põhimõtteid Eestis, et elanikud oleksid neist igapäevaselt teadlikud ja rakendaksid ringmajanduse põhimõtteid oma igapäevases tarbijakäitumises.
- Poliitikutele: Projekt loob visiooni ja praktilise rakenduskava ringmajanduse mudelile Eestis, mille alusel võtta vastu jätkusuutlikke poliitilisi otsuseid.
- Huvigruppidele: Projekti raames koostatakse sisend keskkonna valdkonna arengukavasse ning ringmajanduse arengudokumendi ja tegevuskava jaoks.

## ALAMSÕNUM 2 (inglise keeles)

SELGITUS

- **The project "Enhanced capacity on Circular Economy" has been launched in order to develop a strategic document of circular economy development. Based on this, necessary activities and restructuring will be implemented, in order for the proposed principles of the circular economy to become operational in Estonia.**

**NÄITED**  
OTSEKOMMUNIKATSIOON  
I AUDITOOORIUMILE  
(ettevõtjad, koolid, KOV-id,  
ametnikud, tööühmad)

- For entrepreneurs: Entrepreneurs have the opportunity to contribute to the implementation of green public procurement and get acquainted with the new conditions related to them.
- For schools: A training program and an competition will be organized for schools to raise awareness of the circular economy.
- For local governments: Within the framework of the project, analyzes of the effects of local governments will be carried out and personalised recommendations will be made for activities based on the circular economy.



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>For officials:</u> The project will train public sector employees to introduce the principles of the circular economy more broadly and in relation to specific areas of work, and to provide an overview of environmental management tools that can be used to implement a circular economy (eg guidelines for green public procurement).</li> <li>• <u>For work groups:</u> The project will involve and create work groups related to various fields, which will provide important input for the development of the circular economy and value in the implementation of the circular economy model from the perspective of different sectors.</li> </ul>
<p><b>NÄITED</b> KAUDSE KOMMUNIKATSIOONI AUDITOOORIUMILE (laiem avalikkus, poliitikud, huvigrupid)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>To the general public:</u> The aim of the project is to introduce the development trends and principles of the circular economy in Estonia so that people would be aware of them on a daily basis and apply the principles of the circular economy in their daily consumer behavior.</li> <li>• <u>For politicians:</u> The project creates a vision and a practical implementation plan for the circular economy model in Estonia, on the basis of which to make sustainable political decisions.</li> <li>• <u>For interest groups:</u> The project will prepare input for the development plan in the field of environment and for the development document and action plan of the circular economy.</li> </ul>

<p><b>ALAMSÕNUM 2 (vene keeles)</b></p>	
<p>SELGITUS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Проект «Повышение потенциала экономики замкнутого цикла» запущен с целью разработки документа по развитию экономики замкнутого цикла и реализации на его основе необходимых действий и проведение реорганизаций с тем, чтобы</b></li> </ul>



## предложенные принципы экономики замкнутого цикла заработали в Эстония.

### NÄITED

OTSEKOMMUNIKATSIOON  
I AUDITOORIUMILE  
(ettevõtjad, koolid, KOV-id,  
ametnikud, tööühmad)

- Для предпринимателей: предприниматели имеют возможность внести свой вклад во внедрение конкурсов госпоставок, проводимых с точки зрения бережливого отношения к окружающей среде и ознакомиться с новыми условиями, связанными с такими поставками.
- Для школ: для повышения осведомленности об экономике замкнутого цикла для школ будет составлена учебная программа и организовано межшкольное состязание
- Для местных самоуправлений: в рамках проекта будет проведен анализ работы и влияния местных самоуправлений, а также будут даны ориентированные на местные самоуправления рекомендации, основанные на принципах экономики замкнутого цикла.
- Для чиновников: в рамках проекта будут обучаться работники открытого сектора, чтобы разъяснить принципы экономики замкнутого цикла – как в более широком контексте, так и применительно к конкретным рабочим областям, а также в рамках обучения будет дан обзор инструментам разумного управления окружающей средой, которые можно использовать для внедрения экономики замкнутого цикла (например, руководства для организации конкурсов госпоставок, проводимых с точки зрения бережливого отношения к окружающей среде).
- Для рабочих групп: в рамках проекта будут привлечены заинтересованные стороны и созданы представляющие разные сферы рабочие группы, которые внесут важное содержимое в проект развития экономики замкнутого цикла, а также подчеркнут ценность внедрения модели экономики



	<p>замкнутого цикла с точки зрения различных секторов.</p>
<p><b>NÄITED</b> KAUDSE KOMMUNIKATSIOONI AUDITOOORIUMILE (laiem avalikkus, poliitikud, huvigrupid)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Для широкой общественности:</u> цель проекта – представить направления и принципы развития экономики замкнутого цикла в Эстонии, чтобы жители страны хорошо знали о них и ежедневно применяли принципы экономики замкнутого цикла в своем повседневном поведении в роли потребителей.</li> <li>• <u>Для политиков:</u> проект создает видение и план практической реализации модели экономики замкнутого цикла в Эстонии, на основе которых можно принимать устойчивые политические решения.</li> <li>• <u>Для заинтересованных групп:</u> в рамках проекта будет подготовлено содержание для плана развития в области окружающей среды, а также для документа по развитию и программы действий экономики замкнутого цикла.</li> </ul>

## 6. KOMMUNIKATSIOONIKANALID JA -FORMAADID

Kommunikatsioonieesmärkide saavutamiseks on teavitustegevuste elluviimisel oluline kasutada kindla regulaarsusega erinevaid kommunikatsioonikanaleid ja -formaate. Mitmed kanalid ja formaadid töötavad erinevate sihtrühmade puhul, kusjuures erisuse loovad pigem sisu ja sõnum.

Kommunikatsioonikanalite valik ja formaat on oluline, et tagada sõnumite jõudmine soovitud sihtrühmani, arvestades sealjuures iga sihtrühma eripäradega. Väga oluline on siinjuures silmas pidada ka, et Eestis elav oluline hulk inimesi räägib vene või inglise keeles, seega tuleb kommunikatsioonikanalite ja -formaate valikul arvestada vastavate keelegruppidega. Formaate puhul võib laiema avalikkusele suunatud info paremaks levimiseks kaaluda välimeediat, online bannereid ja ajalehtede reklaame ning teisi turunduskommunikatsiooni lahendusi.

Kuna ringmajanduse võimekuse tõstmise projekti puhul on ühe selge väljundina oluline saada sihtrühmad tegutsema - videote ning infomaterjalide ja -uuringutega tutvuma ning

ringmajanduse teemalistel koolitustel, kohtumistel ning avalikel üritustel osalema, võib välja tuua neli peamised siht- ja sidusgruppide kõnetamise viisi:

1. **Otsesuhtlus** - personaalsete kontaktide/võrgustike kaardistamine ning otsesuhtluse teel kontaktide loomine (e-kirjad, infokirjad, kohtumised või muul viisil suhtlus). Otsesuhtlus on võtmetähtsusega peamiste siht- ja sidusgruppide kaasamisel. Oluline on luua sujuvad otsekontaktid tööandjate, kohalike omavalitsuste, õppeasutuste, erialaliitude ja avalike teenuste pakkujatega, kes puutuvad kokku peamise sihtrühmaga.
1. **Sotsiaalmeedia** - sotsiaalmeedia omab märkimisväärset rolli sõnumite edasiviimisel sihtrühmadeni ning nende kaasamisel. Sotsiaalmeedia annab võimaluse oma kanali kaudu sõnumeid juhtida ja sihtgrupe sihtida. Järjepidev ja regulaarne tegutsemine sotsiaalmeedias toetab kommunikatsioonieesmärkide saavutamist.
2. **Meedia** - oluline projekti kaudse siht- ja sidusgrupi osa ehk laiem avalikkus tarbib info saamise allikana erinavaid, nii eesti- kui venekeelseid meediakanaleid. Seetõttu on oluline tutvustada projekti ja selle tegevusi nii eesti kui venekeelse avaliku üleriigilise ja maakondliku meediasuhtluse vahendusel.
3. **Ringmajanduse projekti koduleht** [keskkonnaportaal.ee](http://keskkonnaportaal.ee) - ükskõik mistahes muude infokanalite ja formaatide rakendamiseks on antud strateegia eesmärkide saavutamiseks oluline, et kogu projekti info on koondatud ühte kohta, kuhu suunata auditoorium kõikidest teistest kasutusel olevatest kanalitest. Selleks on projekti juures oluline koduleht, mis on atraktiivne ja kasutajasõbralik, koondades kõige olulisema: uudiste info, videomaterjalid ja alla laaditavad infomaterjalid; erinevad uuringud ja muu projekti edendamiseks vajaliku info.

Kommunikatsioonikanalite valik ja formaat on oluline, et tagada sõnumite jõudmine soovitud siht- ja sidusrühmadeni, arvestades sealjuures iga siht- ja sidusrühma eripäradega.

Strateegia koostamise sisendi kogumise etapis toimus põhjalik kanalite kaardistus, mille käigus hinnati ka kanalite ajakohasust ja sobivust sõnumite edastamiseks. Seega on järgnevalt iga siht- ja sidusrühma lõikes toodud eraldi välja juba täna kasutusel olevad kanalid ja formaadid ning uued soovituslikud kanalid ja formaadid.

Strateegia elluviimiseks loodud tegevusplaan annab omakorda täpse ülevaate, millised kanalid ja formaadid ning millisel ajaperioodil on kasutusel konkreetsete tegevuste elluviimisel.

## 6.1. OTSESE SIHT- JA SIDUSRÜHM KOMMUNIKATSIOONIKANALID JA -FORMAADID

Ülevaade praegustest ning võimalikest uutest kanalitest ja formaatidest peamisele otsesele siht- ja sidusrühmale ehk **projektiga seotud riigiametnikele ja töörühmadele, ettevõtetele ja ettevõtteid ühendavatele liitudele, 30 Eesti kooli õpetajatele/juhtkonnale ja põhikooli õpilastele ning kohalikele omavalitsustele.**

## Praegu kasutusel olevad kanalid ja formaadid

- Confluence sisekeskkond
- Regulaarsed valdkonna kohtumised nii asutuse sees kui haldusala partneritega
- Infokirjad partneritele
- Koduleht
- Sotsiaalmeedia postitused
- Õppereisid
- 2 konverentsi (sh ringmajanduse programmi lõpukonverents)
- Koolitusprogramm ametnikele ja ekspertidele
- Kohtumised ettevõtete ja liitudega
- Kohtumised koolide ja juhtkondadega
- Kohtumised KOV ametnike ja juristidega
- Infokirjad töörühmadele

## Täiendavad uued kanalid ja formaadid

- Ringmajanduse teemalised siseudiskirjad  
Keskkonnaministeeriumi haldusalas, et hoida oma meeskondi toimuvaga kursis
- Keskkonnaportaalis materjalide tõlkimine vene ja inglise keelde
- KOV-ide kaart projekti kodulehel, mis kaardistab eri tegevusi eri piirkondades
- Praktiline tööriistakast projekti kodulehele
- Listikirjad ringmajandusega seotud teavitustegevuste, kampaaniate ja materjalidega, mida siht- ja sidusgrupp on oodatud oma kanalites kasutama ja võimendama
- Positiivsed näidislood ringmajanduse edukatest praktikatest KOV-ides ja koostööst erinevate osapoolte vahel
- Piirkonnameedia (sh KOV väljaanded)
- KOV kogukonna üritustel osalemine ja avalike ekraanpindade kasutamine kampaaniate väljundina
- Koolide osas - haakida ringmajandus olemasolevate õppeainetega, leides sel viisil eri ainetes lisaväljundeid
- Koolimeedia ja siselehtede kaasamine koolides
- Klassidele mõni ühine tegevus, mille eest saavad autasu või näiteks kooli poolt antava märgise
- Klassidele TikTok videote stiilis klippide võistlus, võimalusel kaasata ka lapsevanemate töökohti. Lapsevanemate





kaasamine võimaldab ringmajanduse infol paremini levida ja tagab ühtlasi noortele parema ligipääsu erinevatesse ettevõtetesse

- Kinoseanss koolidele, kus lanseeritakse projekt
- Koostöö konkursi levi osas ajalehega, kas PM Juunior, Apollo grupp, piirkonnalehed vm
- Tagasi Kooli esinemised koolidesse
- Sütitavad inspiratsioonikõnelejad KOV koolitustele, nt Reet Aus, Anna Lutter
- Töövarjutuspäevad KOVidele ja ettevõtjatele

## 6.2. KAUDSE KOMMUNIKATSIOONI SIHT- JA SIDUSRÜHMA KOMMUNIKATSIOONIKANALID JA -FORMAADID

Ülevaade praegustest ning võimalikest uutest kanalitest ja formaatidest peamisele kaudsele siht- ja sidusrühmale ehk **poliitikakujundajatele ja poliitikutele, huvigruppidele ja keskkonnateadlikele inimestele ning laiemale avalikkusele.**

Praegu kasutusel olevad kanalid ja formaadid	Täiendavad uued kanalid ja formaadid
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kampaaniad (sh audio - ja tekstimaterjalid)</li><li>• Teavitusrütused (sh konverentside korraldus)</li><li>• Sotsiaalmeedia</li><li>• Riigiasutuste veebilehed ringmajandust tutvustava ja selgitava infoga (sh failid, juhised, uuringud, statistiline- ja infoteave, joonised, audiosisu jne)</li><li>• Spetsiaalse domeeniga veebilehed</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vene(- ja ingliskeelsed pressitekstid ja meediasuhtlus</li><li>• Vene(- ja ingliskeelsed veebilehed</li><li>• Teemaviited (#) - eriti sotsiaalmeedias</li><li>• Eraldi ringmajanduse FB lehe loomine, mis ei ole nn asutuse põhine (saab seal jagada eri asutuste ja tegevuste materjale, ideid ja auditooriumi kaasata, nt kogumispäevik)</li></ul>

(ringmajandus.envir.ee,  
keskkonnaportaal.ee)

- Interaktiivsed aktsioonid (mänguline võistlus põhikooli noortele)
- Pressiteated ja muu meediasuhtlus (artiklid, intervjuud jne)
- Ringmajandust selgitavad meediakampaaniad
- Ringmajanduse materjalid õpetajatele ja õpilastele
- Valdkonna konverentsid
- Juhised Keskkonnaportaalis
- Ringmajandust selgitav ja avav videosari

- Regulaarselt ilmuv blogi Keskkonnaportaalis, mida saab FB-s jagada
- 20 sekundilised lühivideod ERR-is
- Ajakirjanike kaasamine ja reportaažid ettevõtete ringmajandusest
- Meediaväljaannete toimetuste/ajakirjanike workshopid ja ekskursioonid
- Pressiteatele alternatiivsed meediasuhtlusevormid (intervjuud, arvamusartiklid, ekspertlood, praktilised lood eeskujulikust käitumisest ringmajanduse alal, müüte murdvad lood)
- Täiendavad teema-artiklid erinevate ringmajanduse võimaluste kohta
- Artiklisari maakonnalehtedes projektiga seotud tegevustest ja koolitustest
- Mõjuisikute kaasamine avalikes kampaaniates
- Sisuturundus (telesaadetes intervjuud, raadiomängud, artiklid, tasulised podcasti saated)
- Rahalise koostöö võimalus mõne sisulise telesaate või -sarjaga
- Kampaaniate elluviimisel: kaubanduskeskuste reklaamväljundid, üldkasutatavate transpordivahendid, kinosaalid jms.
- Valdkondlikud praktilisi soovitusi sisaldavad teavitustegevused (listikirjad, artiklid jne, nt ka heade praktikate esile toomiseks)
- Podcastid, erinevad taskuhäälingud (nt Ökoskoop, ärarääma, Aega on!, Äripäeva Raadio, Rohepööre, Kogumispäevik)

Täna veel vähekasutatavate ehk uute kanalite kasutussevõtmise eesmärk info ja erinevate



materjalide kohandamine erinevatele siht- ja sidusrühmadele sobivamaks, et nendeni paremini jõuda ja kõnetada. Rohkem praktilisi nõuandeid, kuidas erinevaid kanaleid ja formaate kasutada, asub kommunikatsiooniplaanis.

## 7. KÕNEISIKUD

Käesolev peatükk selgitab, miks on oluline omada ringmajanduse mõistes silmapaistvaid ja aktiivseid, aga ka oma positsioonist tulenevalt mõjusaid kõneisikuid, ning annab ülevaate potentsiaalsetest otsese ja kaudse siht- ja sidusrühma kõneisikutest ja nende rollist. Samuti annab peatükk vaate, kuidas on kaardistatud ja valitud välja käesoleva strateegia raames olulised kõneisikud riigiasutuste ringmajanduse valdkondadest.

### 7.1. OTSESE SIHT- JA SIDUSRÜHMA KÕNEISIKUD

Kommunikatsiooni järjepidevuse eesmärgil ja meediaga tihedamate koostöösuhete arendamiseks on soovitatav projekti läbiviijatel kokku leppida kõneisikute ring, kes esindavad riigiasutuste poolt meedias ringmajanduse valdkonnaga seotud teemasid. Kõneisikute valikul on oluline silmas pidada isikuomadusi, vajalikke teadmisi ja oskusi ajakirjanikega suhtlemiseks. Samuti jälgida, et kõneisikute ringis oleks erineval positsioonil inimesi organisatsiooni juhust kuni spetsialistideni. Kõneisikute mitmekesisus on oluline, kuna olenevalt teemast peetakse usaldusväärsemaks kõneisikuks spetsialiste, kellega sihtrühma esindaja suudab ennast rohkem samastada ja näida usaldusväärsemana. Samuti toetab sõnumi jõudmist sihtühmani paremini see, kui kõneisik valdab sihtrühma keelt - seetõttu oleks hea omada ringmajandusega seotud kõneisikute hulgas ka vene ja inglise keelt valdavaid inimesi.

Ringmajanduse teemadega seotud kõneisikud peavad arvestama, et vahel tuleb käsitleda teemasid, mille detailsusastmega ei tule neil otseselt oma igapäevatoos tegeleda. Sellistel juhtudel tuleb kõneisikul konsulteerida vastava ala spetsialistiga ja koostöös kommunikatsioonispetsialistiga koostatakse asutuse nimel vastus, mis edastatakse meediale.

Iga ringmajanduse edendamise projektiga tegeleva asutuse kommunikatsiooniosakond on vastutav oma asutuse kõneisiku ees, et kõneisik on enne meediakontakti saanud piisava ettevalmistuse sõnumite ja jutupunktide osas. Kommunikatsiooniosakonnad vastutavad, et sõnumid oleksid vähemalt kaks korda aastas põhjalikult üle vaadatud ja uuendatud ning et ka kõneisikuid oleks nendest uuendustest aegsasti teavitatud. Lisaks vastutavad kommunikatsiooniosakonnad, et kõneisikutele viidaks vajadusel läbi meediatreeningud, kuhu on kaasatud kommunikatsiooniosakonna spetsialistid või koolitajad väljaspoolt asutusi. Kommunikatsiooniosakondade vastutuseks on lähtuda sõnumite ja muude kõneisikutele toetamiseks loodavate materjalide puhul asjaolust, et materjalid on kooskõlas Keskkonnaagentuuri poolt ringmajanduse edendamise valdkonnale seatud katustemate ja sõnumitega.

Tulenevalt Keskkonnaagentuuri juhtrollist ringmajanduse edendamise projektis koosneb järgnevalt välja pakutud kõneisikute ring nii Keskkonnaagentuuri töötajatest kui vastava

valdkonnaga tegelevate eri asutuste ekspertidest. Kõneisikute kasutamine tegevusplaanis ette nähtud initsiatiivide elluviimisel toimub vastavalt projekti/tegevuse soovitud mõjule ja eesmärkidele.

Ringmajanduse teadlikkuse suurendamisega seotud kõneisikud riigiasutustes on:

### **Keskkonnaagentuur**

- Direktor (Taimar Ala)
- Aruandluse ja analüüside funktsioonijuht (Peep Siim)
- Keskkonnakasutuse osakonna jäätmetiimi juhtivspetsialist (venekeelse sihtrühma kõneisik) (Aleksandr Taraskin)
- Projekti ringmajanduse ekspert (Kristin Pille)

### **Keskkonnaministeerium**

- Keskkonnaminister (Erki Savisaar)
- Asekantsler (keskkonnakorralduse poliitika väljatöötamise ja elluviimise korraldamine ning ministeeriumi tegevuse korraldamine Euroopa Liidu otsustusprotsessis ja rahvusvahelises koostöös) (Kaupo Heinma)
- Keskkonnakorralduse osakonna juhataja (Sigrid Soomlais)

### **Keskkonnainvesteeringute Keskus**

- Ringmajanduse programmi vastutav projektikoordinaator (Enn Selgis)

## **7.2. KAUDSE SIHT- JA SIDUSRÜHMA KÕNEISIKUD**

Teema sobivusel võib kõneisikuks olla ka spetsialist või partnerorganisatsioon, kes ringmajanduse valdkonnaga seotud sõnumeid oma teavitustegevuses välja toob. Olulise kõneisiku positsiooni vastavalt olukorrale võivad saavutada ka ringmajandusele mõju omavate ettevõtete esindajad, kohalike omavalitsuste esindajad, erinevad mõjuisikud, koolide esindajad ja liitude esindajad, kohalikud ajakirjanikud ja arvamusiidrid. Nende kõneisikutega on võimalik teha koostööd ja vahetada nägemusi olulistest sõnumitest, et koos ringmajanduse alase teadlikkuse suurendamisega seotud sõnumeid võimendada. Suur osa nendest kõneisikutest kuulub käesoleva strateegia valguses kaudsete siht- ja sidusrühmade jaotusse, kellega suhtlemiseks tõhusaid viise on kirjeldatud eelnevas [infokanalite ja -formaatide peatükis](#).

Võimalikud kõneisikud on välja pakutud vastavalt kaudse siht- ja sidusrühma jaotusele. Arvestatud on ka asjaoluga, et kõneisikutel on võimekus üles astuda nii eesti- kui venekeelses meedias. Esialgne väljapakutud valim põhineb muuhulgas ka isikute varasematel väljaastumistel meedias ning KIK-i ringmajanduse programmis positiivse taotlusotsuse saanud tegevustel, ning on järgmine:

## Kohalikud omavalitsused

- Lääne-Viru maakond
- Rapla maakond
- Saare maakond
- Saue vald
- Keila linnavalitsus
- Rõuge Vald
- SA Pärnumaa Arenduskeskus

## Erialaliidud

- Eesti Metsa- ja Puidutööstuse Liit
- Eesti Plastitööstuse Liit
- Eesti Masinatööstuse Liit
- Eesti Keskkonnajuhtimise Assotsiatsioon
- Eesti Haridustöötajate Liit
- Eesti Linnade ja Valdade Liit

## Ringmajandust väärtustavad ettevõtjad

- OÜ Telliskivi Maja
- Ökopere OÜ
- Piit ja Pross OÜ
- Narva loomelabori OBJEKT (Jana Budkovskaja)(vene keel)
- Kohimo (Igor Kond)(vene keel)
- Staarkõneisikud (tuntud ettevõtjad, ajakirjanikud, avaliku elu tegelastest valdkonna aktivistid) (EST - Tarmo Noop, Kai Realo, Karin Rask, Marii Karell, Lenna Kuurmaa, Reigo Ahven) (RUS - Arkadi Popov, Mihhail Kõlvart, Elina Netsajeva, olümpia vehklejad - Irina Embrich, Julia Beljajeva, Erika Kirpu)

## Koolid

- Hargla kool
- Lüganuse kool
- Luunja Keskkool
- Tartu Loodusmaja Roheline Kooli programm
- Kood/Jõhvi kool (ka venekeelsetele sihtgruppidele)

Täpsemalt pakutakse kõneisikud välja ringmajanduse kommunikatsiooni- ja kaasamisstrateegia juurde loodavas kommunikatsiooniplaanis.

## 8. MÕÕDIKUD

Mõõdikute peatükk annab ülevaate ja soovitused selleks, kuidas võiks mõõta kommunikatsiooni- ja kaasamistegevuste edukust. Selleks on järgnevalt välja toodud nii projektiga seotud tulemusmõõdikud kui ka muud soovituslikud mõõdikud, mille osas saavad strateegia elluvijjad teha oma valikud - kas siis näiteks aasta koondtulemuste või konkreetsete töös olevate tegevuste ja kommunikatsioonikampaaniate baasil. Seeläbi on võimalik mõõta teadlikkust suurendavate tegevuste mõju ja hinnata tõhusust ehk kuidas tegevused on jõudnud erinevate sihtrühmadeni.

Siinjuures on silmas peetud, et mõõdikud lähtuksid käesoleva strateegia põhieesmärgist: toetada projekti “Ringmajanduse võimekuse tõstmine” tegevuste elluviimist ja erinevate sihtgruppide kaasamist ringmajanduse edendamisesse Eestis.

#### **Projekti tegevustega seotud tulemusmõõdikud:**

- Piisav arv spetsialiste on osalenud ringmajanduse teemalistel koolitustel. Kvantitatiivseks mõõdikuks on 100 inimest ning seda mõõdetakse vastavalt koolitustel allkirjastatud registreerimislehtedele ja/või Zoomi logifailidele.
- Kohalikele omaavalitsustele, ettevõtetele ning erialaliitudele on viidud läbi piisav arv koolitusseminare. Osalemist mõõdetakse vastavalt koolitustel allkirjastatud registreerimislehtedele ja/või Zoomi logifailidele.
- Õpetajatele ja haridustöötajatele on viidud läbi piisav arv koolitusi. Osalemist mõõdetakse vastavalt koolitustel allkirjastatud registreerimislehtedele ja/või Zoomi logifailidele.
- Partnerite tagasiside küsitlus koolituste ja kohtumiste lõpul.
- Projektiga seotud teemasid katvaid videomaterjale ning erinevaid pressi ja kampaania materjale kasutatakse piisavalt. Ringmajanduse teemat on nende abil tutvustatud vähemalt 10 000le inimesele. Tulemust mõõdetakse veebiklkkide analüüsiga.
- Koolikampaanias osales vähemalt 30 kooli. Osalenud koolide põhiaseme klassid osalesid korraldatud võistlustes aktiivselt.

#### **Projekti tegevusega seotud soovituslikud näitajad, millega kommunikatsiooni tulemusi siduda:**

- Kommunikatsioonikampaania-põhised näitajad (nt inimeste arv, kelleni teavituskampaaniatega jõuti jm).
- Kaasatusega seotud näitajad (nt infomaterjalide kasutusmäär veebis, sotsiaalmeedia-põhiste tegevuste tagasiside jm).
- Meediakajastuste põhised näitajad (nt initsieeritud teavituste hulk vs kajastuste arv, kajastuste mõjukus ja teabe avaldamise kanalid, kajastuste tonaalsus, märksõnade monitooring jm).
- Valdkonnaga seotud ringmajanduse statistika ja tegevuse areng.
- Ringmajanduse teadlikkuse uuring projekti lõpul erinevate siht- ja sidusgruppide hulgas, kas Norstati või Emori poolt korraldatuna
- Projekti elluviimisel on soovituslikuks näitajaks ka koolitusel ja õppereisidel osalenute rahulolu mõõtmine, kuid lähtuvalt asjaolust, et see on otseselt seotud koolituste ja õppereiside läbiviimise kvaliteediga ja mitte muu infovahetusega, ei lisata seda eelpool toodud mõõdikute hulka. Üks võimalus on korraldada ka osalenutele nn



teadmiste test, mis näitab, kui palju on teadlikkus projekti peamistest tegevussuundadest ja sõnumitest tõusnud pärast neid tegevusi ja info edastamist.

Projekti vaates on mõõdikute regulaarne kasutamine oluline, kuna nii saab kaardistada võimalikud muutused ja reageerida kiiresti võimalikele projektis esinevatele muudatustele ja riskikohtadele. Lõpliku valiku strateegia edukuse hindamiseks valitud täiendavatest mõõdikutest ja nende sihttasemetest ning soovitud tulemustest teeb strateegia elluviija koostöös projekti elluvijatega.

## 9. STRATEEGIA ELLUVIIMISEKS LOODAV TEGEVUSKAVA

Käesoleva strateegia puhul on oluliseks komponendiks tegevuskava, mis toob välja projekti peamised tegevussuunad siht- ja sidusrühmade kaupa, vastavalt projekti meeskonna poolt kokku pandud aja- ja tegevusplaanile. Tegevuskavas toodud tegevused on ühtlasi aluseks strateegia kommunikatsiooniplaanile, kus nendega seotud teavitustegevused on detailsemalt välja toodud.

Tegevuskava aluseks on järgnevad põhimõtted:

- ringmajanduse tegevuskava **aluseks on projekti aja- ja tegevusplaani**, mis omakorda lähtub projekti eesmärkidest ja soovitud tulemustest;
- tegevuskava ja sellega seotud teavitustegevuste raames on kaetud erinevad **auditooriumid ja temaatikad**;
- tegevustega seotud teavitustegevused kattuvad võimalusel **fookusteemadega**, mis peegeldavad igapäeva elu erinevaid külgi ja tegevusi;
- teavitustegevuste elluviimine toetab erinevate **sisuliste toimingute** jõustumist (nt KOV-ide koolitused, uued juhised hangete koostamiseks, koolide võistlus jne);
- teavitustegevuste intensiivsus on aasta lõikes ühtlaselt jaotunud **ega ole kuhjunud** ühte perioodi (v.a. projektiperiood üldises vaates);
- tegevuskava võimaldab planeerida teavitustegevusi ka **teistel** valdkonnaga seotud organisatsioonidel, kes soovivad toetada ja levitada ringmajanduse projektiga seotud sõnumeid.

Järgnevalt on skemaatiliselt kirjeldatud tegevuskava, mis jagab projekti tegevused üldistatuna siht- ja sidusrühmade kaupa raamistikku ning toob nende juures välja iga tegevussuuna puhul soovitud tulemused, nende saavutamiseks kasutatavad peamised kanalid ja formaadid, kõne- ja kontaktisikud ning perioodi, millal tegevust ellu viiakse.

## OTSEKOMMUNIKATSIOONI SIHT- JA SIDUSRÜHMAD NING NENDELE PROJEKTI RAAMES SUUNATUD TEGEVUSED

Siht- ja sidusrühmad	Tegevus ja periood	Tulemus	Kanaliid/ formaadid	Kõneisikud/ kontaktisikud
KAUR-i, KeM-i ja KIK-i töötajad üle Eesti, töörühmad huvi-gruppidele	<b>Ringmajanduse ekspertkogu ja töörühmade töö korraldamine</b> (okt 2021 - mai 2023)	Valge raamatu valmimine (Q2 2022)	Töörühmad kohtumised Eskpertsikogu kohtumised	Keskonna minister Projekti-meeskond Keskonna-agentuurist
	<b>Ametnikele (sh keskkonna-spetsialistidele, KOV-ide esindajatele) suunatud koolitusprogramm</b> (sept-dets 2022)	100 spetsialisti on läbinud ringmajanduse alase koolituse (Q4 2022)	Confluenci keskkond Infokirjad Maja-koosolekud	KeM-i teemapõhine kõneisik
	<b>Avaliku sektori töötajate õppereisid Eestis</b> (dets 2022 - veebr 2023)	Avaliku sektori töötajate 7 õppereisi Eestis (Q2-Q3 2023)	Ühisüritused ja -ettevõtmised Õppereisid Konverentsid	Töörühmade juhid Koolitusprogrammi läbiviijad
	<b>Õppereisid doonorriiki, teadmiste ja kogemuste vahetamine</b> (mai 2022, mai 2023)	Avaliku sektori töötajate 2 õppereisi Norra (Q2 2023)	Koolitused	
	<b>Projekti lõppkonverents</b> (oktoober 2023)	Konverentsid el osalenud/mat erjalidega tutvunud piisav arv huvilisi		
Norra projekti-partner Sintef Foundation AS	<b>Doonorriigi ekspertide kaasamine ring- majanduse tegevuste juurutamiseks Eestis</b> (Q2-Q3 2021, Q1-Q2 2023)	On loodud koostöö Norra ringmajandus-suunalise partneriga (Q2 2022)	Koosolekud projekti-partneriga Sisu- tegevused projekti-partneriga	Projekti-meeskond Keskonna-agentuurist
Ettevõtjad ja ettevõtteid ühendavad	<b>Keskonnahoidlike riigihangete edendamine</b>	Keskonnahoidlike riigihangete	KHRH koolitused, infopäevad	Projekti-meeskond Keskonna-





liidud	(sept 2021 - aug 2022)	<p>suuniste ja struktuuride välja-töötamine (Q4 2022 - Q3 2022)</p> <p>Keskonna-hoidlike riigihangete tutvus-tamisega seotud koolitused/ infopäevad (Q4 2021 - Q2 2022)</p> <p>KHRH arengu-võimaluste aruanne ja juhend-materjal (Q4 2021 - Q2 2022)</p> <p>Keskonnahoi-dlikkuse kritee-riumid avaliku sektori riigi-hangetes raken-damiseks täiendavalt 5 valdkonnale (Q4 2021 - Q2 2022)</p>	<p>Infokirjad</p> <p>Ekspertgrupi sisutöö (infokorje analüüs)</p> <p>Kohtumised ettevõtjate ja erialaliitude esindajatega ühisürituste raames</p>	<p>agentuurist</p> <p>KHRK koolituste läbiviija (PwC)</p>
Õpetajad ja koolide juhtkonnad, õpilased	<p><b>Ringmajanduse koolitusprogramm ja infopäevad õpetajatele</b> (sept-dets 2022)</p> <p><b>Võistlus kooli-noortele</b> (aprill 2023)</p> <p><b>Koolinoorte autasustamine</b> (mai 2023)</p>	<p>Koolinoorte võistluse ja tänuürituse toimumine (Q2 2023)</p> <p>Koolikampa-nias osaleb vähemalt 30 kooli, sh 5 venekeelset kooli (Q2 2023)</p>	<p>Listikirjad</p> <p>Koolitused</p> <p>Pressisuhtlus</p> <p>Kohtumised õpetajate ja koolidega</p> <p>Sotsiaalmeedia</p> <p>Koolilehed ja siselehed</p>	<p>Projekti juht Keskonna-agentuurist</p> <p>Koolituse läbinud koolide esindajad</p> <p>Võistlusest osa võtnud koolide esindajad/ noored</p>



			Koostöö mõne ajalehega võistluse info levitamiseks	
Kohalikud omavalitsused	<p><b>KOVide ringmajanduse suutlikkuse kaardistamine (sh nende külastamine)</b> (mai-dets 2022)</p> <p><b>Ettepanekud omavalitsustele</b> (mai-dets 2022)</p> <p><b>Konverents nr 1 (fookus KOV-idel)</b> (oktoober 2022)</p>	<p>79 KOVi ringmajanduse suutlikkuse kaardistus (Q2-Q4 2022)</p> <p>KOVide külastused (Q2-Q4 2022)</p> <p>Konverentsid ei osalenud/mat erjalidega tutvunud piisav arv huvilisi</p>	<p>Kohtumised KOV-idega</p> <p>Listikirjad</p> <p>Koolitused</p>	<p>Projekti-meeskond Keskkonna-agentuurist</p> <p>Keskkonna-ministerium</p> <p>KOVide esindajad</p> <p>Konverentsi esinejad</p>

## KAUDSE KOMMUNIKATSIOONI SIHT- JA SIDUSRÜHMAD NING NENDELE PROJEKTI RAAMES SUUNATUD TEGEVUSED

Siht- ja sidusrühmad	Tegevus ja periood	Tulemus	Kanalid/ formaadid	Kõneisikud/ kontaktisikud
Poliitika-kujundajad ja poliitikud	<p><b>Ringmajandust käsitleva elektroonilise käsiraamatu koostamine</b> (aprill 2022)</p> <p><b>Ringmajanduse uuringud</b> (teostamise periood selgumisel)</p>	<p>Kaardistus ja ülevaade ringmajanduse suutlikkusest Eestis (<i>tulemuse periood selgumisel</i>)</p>	<p>Pressi-konverentsid (nt uuringute avalikustamiseks)</p> <p>Koduleht</p>	<p>Keskkonna minister</p> <p>Projekti-meeskond Keskkonna-agentuurist</p> <p>Ekspertkogu või tööühma esindaja</p> <p>KAURi sisuvaldkond (uuringute jaoks)</p> <p>Eesti ja vene-</p>



				keelsed kõneisikud ettevõtjate, avaliku elu tegelaste näol
Huvigrupid ja keskkonna-teadlikud inimesed	<p><b>Keskkonnaportaali loomine</b> (mai 2022)</p> <p><b>Ringmajanduse uuringud</b> (teostamise periood selgumisel)</p>	Ringmajanduse suutlikkuse võimaluste tutvustamine ja ideestamine Eestis (Q2-Q4 2022)	<p>Teadlikkuse tõstmiseks loodud elektroonilised materjalid, sh videoklipid</p> <p>Koduleht</p> <p>Pressisuhtlus ja avalikud kampaaniad</p> <p>Sotsiaalmeedia platvorm(id) Regulaarselt ilmuv blogi</p> <p>20 sek lühivideod ERR-is</p> <p>Artiklisari maakonnalehted es</p> <p>Mõjuisikute kaasamine avalikes kampaaniates</p> <p>Sisuturundus (telesaadetes intervjuud, raadiomängud, artiklid)</p> <p>Rahalise koostöö võimalus mõne sisulise telesaate või -sarjaga</p>	<p>Keskkonnaminister</p> <p>Projekti-meeskond Keskkonna-agentuurist</p> <p>Eesti ja venekeelsed kõneisikud ettevõtjate, avaliku elu tegelaste näol</p> <p>Erialaliitude esindajad</p>
Laiem avalikkus	<b>Ringmajandusega seotud teavituskampaaniad</b> (september - oktoober 2022)	Keskkonnaportaali on avatud (Q2 2022)	Teadlikkuse tõstmiseks loodud elektroonilised materjalid, sh	<p>Keskkonna minister</p> <p>Projekti-meeskond</p>



	<b>Ringmajanduse osas teadlikkust tõstvate klippide levitamine</b> (september - oktoober 2022)	Projekti on tutvustatud avalikkusele (Q2 2022)	videoklipid	Keskkonna-agen- tuurist, sh KAUR-i direktor
	<b>Keskkonnaportaali loomine</b> (mai 2022)	Ring- majanduse kampaaniad avalik kusele on ellu viidud, sh videosari (Q3-Q4 2022)	Teemaga seotud visuaalid	Eesti ja vene- keelsed kõneisikud ettevõtjate, avaliku elu tegelaste näol
		Läbi avalike kampa- niate on ring- majanduse teemat tutvustatud vähemalt 10 000 inimesele (Q4 2022)	Sotsiaalmeedia platvorm(id)	Erialaliitude esindajad
			Regulaarselt ilmuv blogi	Projektiga seotud õpetajad ja õpilased
			20 sek lühivideod ERR-is	
			Artiklisari maakonna- lehtedes	
			Mõjuisikute kaasamine avalikes kampaaniates	
			Sisuturundus (telesaadetes intervjuud, raadiomängud, artiklid)	
			Rahalise koostöö võimalus mõne sisulise telesaate või -sarjaga	

## Sotsiaalmeedia roll projektis

Arvestades asjaolu, et käesoleva projekti ja strateegia puhul on oluline roll kaasamise aspektil, tasuks kindlasti arvestada muude kanalite ja formaatide vaates olulisel määral just sotsiaalmeedia rolliga selles projektis. Kuigi hea sisuga atraktiivne sotsiaalmeedialeht nõuab järjepidevat haldamist ja regulaarset täiendamist, on sotsiaalmeedia kasutamisel rohkelt **eeliseid**:

- sotsiaalmeedia on suurele hulgale auditooriumile tasuta kättesaadav platvorm ning seega väga hea kanal sõnumite edastamiseks, levitamiseks, partnerite pooleks riskikasutamiseks ja kaasamiseks ehk auditooriumilt tagasiside ja panuse saamiseks.



- Tegemist on nii platvormi tarbijatele kui ka sinna sisu tootjatele mõeldud tasuta kanaliga ning ka tasuliste lahenduste puhul nagu Facebooki Ads on reklaamide kulu võrreldes paljude teiste võimalustega väga mõistlik.
- Facebook pakub tänu algoritmidele ja suurele kasutajabaasile väga head sihtimise võimekust, mida saab kasutada konkreetsete sõnumite või sündmustega seotud info viimiseks soovitud auditooriumini.

Praktilise lahendusena tasub mõelda ringmajandusega seotud eraldiseisva fännilehe või grupi loomisele Facebookis, mis täidab mitmeid projekti eesmärgi ning pakuks suurepäraselt võimalust auditooriumi kaasamiseks. Eeskätt oleks sellega suunatud fookus just laiemale avalikkusele, kuid käesoleva projekti vaatest saaks sellesse kindlasti põimida ka spetsiifilisemate siht- ja sidusrühmadega seotud teemasid - olgu nendeks koolikonkursid, KOV-ide edusammud või muu. Samuti toetab Facebooki valikut platvormina statistika, mille kohaselt 2021. aastal oli Turundajate Liidu andmetel Eestis 986 000 sotsiaalmeediakasutajat (st 75% elanikkonnast) ning enim külastatud sotsiaalmeedia leheks Facebook (Eestis on hinnanguliselt 700 000 Facebooki kontot). Seega toetavad sellist praktilist lahendust järgmised **põhjused**:

- eraldiseisva sotsiaalmeedia lehekülje loomine ringmajanduse temaatikale võimaldaks tuua **fookuse tugevamini ringmajandusele** ja võimalustele seda oma igapäevategevustesse integreerida, muutes teemad praktiliseks ning **eemaldades sellelt liigse ametlikkuse ja formaalsuse**, mis võib tekkida sellest, kui teemat kajastatakse ainult riigiasutusega seotud sotsiaalmeedialehel. Samuti ei kaoks teema sel juhul ära teiste teemade vahele, mida Keskkonnaagentuur, Keskkonnaministeerium või Keskkonnainvesteeringute Keskus muidu oma Facebooki-lehtedel esitlevad. Kindlasti tasuks mõelda ka teemaga seonduva lehe nimele, mis võiks olla võimalikult lihtne ja ülevaatlik - näiteks "Nutikas tarbija", "Ringmajandus" või muu sarnane nimi, mis ei kopeeri otseselt juba olemasolevaid lehti, kuid kannab edasi nende sarnast mõtteviisi. Kasuks tuleb ka lehe eesmärgi ja sisu selge kirjeldus lehe eelvaate infos.
- Leht võimaldaks lisada selle **haldajate hulka erinevate asutuste spetsialiste**, kes osalevad ringmajanduse võimekuse tõstmise projektis ning sel moel ei koonduks lehe haldamise koormus ainult ühe asutuse kätte.
- Sarnaselt paljudele teistele ühe asutuse poolt loodud valdkondlikele edunäidetele Facebooki kaasamisvõimaluste osas (nt Swedbanki poolt loodud [Kogumispäeviku](#) grupp Facebookis või "[Tarbime targalt](#)" grupp Facebookis) tasuks ka ringmajanduse puhul mõelda eelnevalt läbi kajastatavad teemad nii, et need võimaldaksid **kogukonda võimalikult edukalt kaasata**. Näiteks võiks võtta esmaste teemapostitustena aluseks eelpool loetletud ringmajandusstrateegiad ning jagada lehel ideid ning kutsuda osalejaid oma ideid jagama nendel teemadel - näiteks, erinevaid näiteid, kuidas mõnele kodusele mööbliesemele parandamise teel uus elu anda või soovitusi, kus ühest või teisest materjalist esemeid parandada. Taas kord saab lehe administraator hoolitseda selle eest, et oleks loodud keskkond ja teemapüstitus, mis võimaldab auditooriumi kaasata, samas kui hästi esitletud sisu puhul tekib arutelu juba ise orgaaniliselt ning teema püstitajale jääb pigem monitoorimise roll.



- **Sisu atraktiivsemaks esitlemiseks** tasub kindlasti kasutada erinevaid postituse formaate - nt videoid, temaatilisi saateid, edulugusid ja kogemusi, interaktiivseid mängu (miks mitte ka rahvusvahelisi) ning ka ise mängulisi postitusi ja võistlusi teha. Oluline on ka sõnastus, mis peab olema kaasav, haarav ja sisaldama üleskutseid oma arvamust avaldada, oma kogemust või soovitusi jagada. Sealjuures tasub lehe administraatoril haldajana pöörata tähelepanu ka postituste tehnilisele poolele - et visuaalid oleksid õiges formaadis, et videotel oleks olemas eelvaade ja võimalusel ka subtiitrid (arvestades, et sageli pole võimalik vaadata sisu koos heliga), et postitused sisaldaksid lisaks tekstile ka *emoticon*´e ning oleksid mitmekülgset auditooriumi arvestades tõlgitud võimalusel paralleelselt ka vene keelde.

Sellisel kujul sotsiaalmeedia postitusi ja sisu saab kindlasti ristkasutada erinevate ametkondadega seotud sotsiaalmeedia lehtedel ning samuti võib siit saada tulevikus palju täiendavat sisendit ja ideid, mida ka muus ringmajandusega seotud kommunikatsioonil ristkasutada.

Juhul kui strateegia elluviimisel selgub, et tulenevalt ressursside puudusest ei ole siiski võimalik luua ega hallata eraldiseisvat sotsiaalmeedialehte, tasuks sellegi poolest kasutada eelpool toodud nõuandeid ja rakendada neid KAUR-i ja teiste allasutuste juba olemasolevatel sotsiaalmeediaplattformidel projektiga seotud info levitamiseks.

## 9.1. Kommunikatsiooniplaan ja ajakava

Eelpool toodud tegevuskava on aluseks strateegia juurde kuuluvale kommunikatsiooniplaanile ja ajakavale, mille põhjal asutakse konkreetseid teavitustegevusi ellu viima. Kommunikatsiooniplaan annab struktureeritud ülevaate teostamist vajavatest tegevustest, sisaldades järgmisi komponente:

### Kommunikatsiooniplaani alajaotus

- Periood
- Tegevuskavast aluseks olev tegevus
- Siht- ja sidusrühm
- Kommunikatsiooni- ja kaasamistegevus
- Sõnum
- Formaat/Kanal
- Kõneisik
- Keel
- Teostaja
- Viited

### Hinnangulise kulu alajaotus

- Tegevus
- Hinnanguline kulu EUR (lisandub km)
- Märkused

### *Riskiplaani alajaotus*

- Riski tüüp
- Riski kirjeldus
- Riski maandamine
- Tulemuse indikaator

Kommunikatsiooniplaani puhul tasuks meeles pidada, et seda on mõistlik käsitleda n-ö elava dokumendina, mis vajab ajakohasuse säilitamiseks ja eesmärkide piisavaks toetamiseks pidevat järgimist ning uuendamist. Täpne kommunikatsiooniplaan on üldjuhul järgmise kuu raames ettevaatav ning täieneb jooksvalt, hõlmates tegevusi, mis on planeeritud ette ka pikemalt. Projekti kommunikatsiooniplaan koos ajakavaga on käesoleva strateegia **Lisa 1**.

### **Skemaatiline joonis kaasamise ja kommunikatsiooni korraldamiseks**

Selleks, et anda projekti osapooltele ja eestvedajatele vajadusel kiire ülevaade kogu projekti teavitustegemiste elluviimisest ja valikutest näiteks kanalite või formaatide osas, on järgnevalt toodud välja kompaktne skeem, mis annab praktilise tööriistana juhised vajalikeks tegevusteks. Sarnaselt kogu ülejäänud strateegiale lähtub skeem eeskätt projektiga seotud siht- ja sidusrühmadest, kellele soovitakse sõnumeid ja üleskutsesid suunata ning kelle tegevust soovitakse erineva teabe abil mõjutada. Skeemil kajastatud info detailsemaks ülevaateks tasub pöörduda strateegia sisupeatükkidesse. Skeem on lisatud eraldi versioonidega strateegiale, **Lisana 2A ja 2B**.

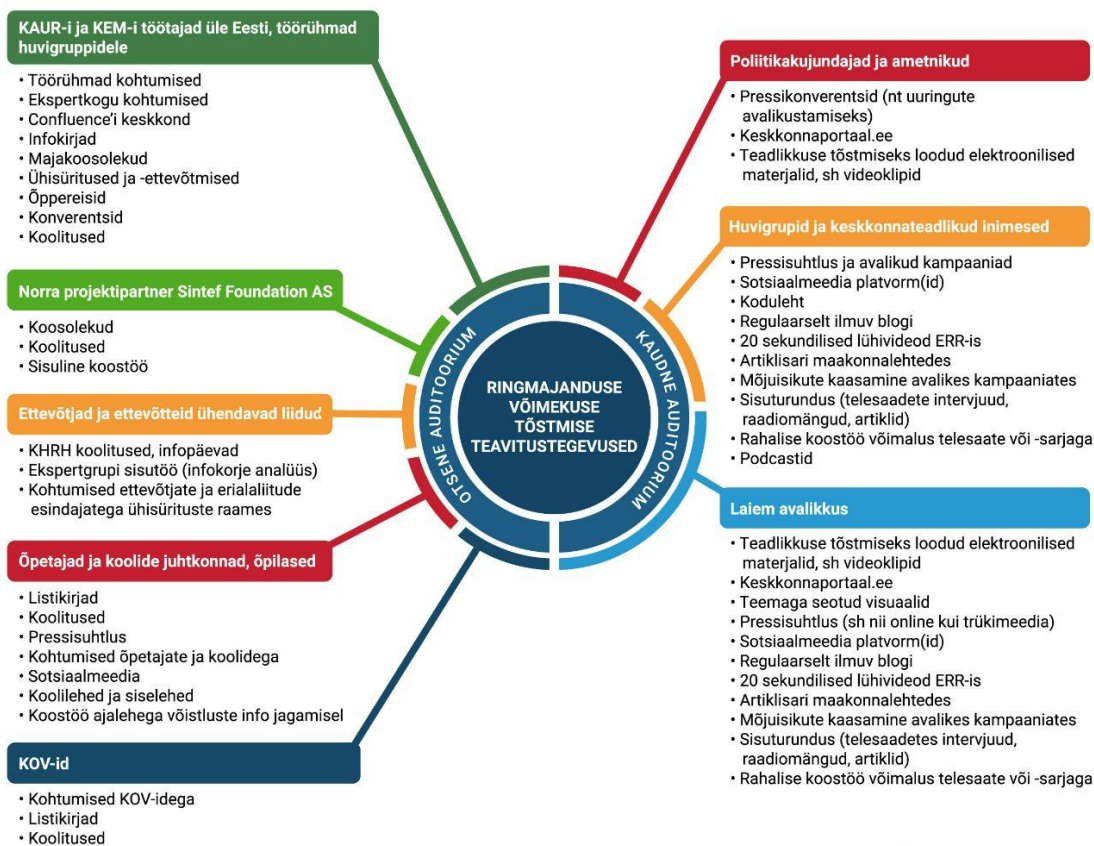
# Projekti "Ringmajanduse võimekuse tõstmine" teavitustegevuste elluviimine

## KATUSSÕNUM

- Ringmajanduse arendamiseks Eestis on riik algatanud projekti, mille kaudu töötada välja vajalik raamistik ning viia selle alusel ellu tegevusi ringmajanduse edendamiseks ja inimeste tarbija käitumise muutumiseks Eestis.

## ALAMSÕNUMID

- Ringmajandus on tootmis- ja tarbimismudel, mille puhul olemasolevaid materjale ja tooteid jagatakse, laenatakse, korduskasutatakse, parandatakse, uuendatakse ja võetakse ringlusse võimalikult kaua. Sellega pikendatakse toodete olemisringi.
- Projekt "Ringmajanduse võimekuse tõstmine" on kutsutud ellu selleks, et töötada välja ringmajanduse arengudokument ning lähtuvalt sellest viia ellu vajalikud tegevused ja ümberkorraldused, et väljapakutud ringmajanduse põhimõtted Eestis toimima hakkaksid.



KESKKONNAAGENTUUR





## 10. KOKKUVÕTE

Käesoleva strateegia ajakohasuse säilitamiseks tuleb seda käsitleda elava dokumendina, mis vajab sünkroniseerimist strateegia juurde loodava kommunikatsiooniplaaniga. Sellest tulenevalt tuleb vajadusel kohandada strateegias välja pakutud lähenemisi ning asendada need alternatiividega, et täita eesmärki ja tõsta koolituste ja infomaterjalide tutvustamise kaudu teadlikkust ringmajanduse projekti osas.

Seega on oluline uuendada pidevalt ka strateegia elluviimiseks loodavat kommunikatsiooni tegevusplaani ning kohandada sealseid tegevusi vastavalt tegevusmõõdikute näitajatele ning nendest tulenevatele muudatusvajadustele seoses kommunikatsiooni sihtimise või aktiveerimisega.

## **LISADE LOETELU**

Lisa 1. Ringmajanduse projekti tegevuskava kommunikatsiooniplaan ja ajakava

Lisa 2A ja 2B. Skemaatiline joonis kaasamise ja kommunikatsiooni korraldamiseks (A4 ja PPTX formaadid)

Lisa 3. Ringmajanduse temaatikaga seotud meediamonitooring