

6 КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА ЗА КЛИМАТСКИ ПРОМЕНИ

Овој дел е резиме на извештајот подготвен за Третиот национален план за климатски промени. Целосниот извештај е достапен на: <http://klimatskipromeni.mk/Default.aspx?LCID=210>

Во ова поглавје се опишани сегашните активности и активностите што ќе се преземат во иднина во врска со информирање за прашањата за климатските промени во кои ќе учествуваат голем број засегнати страни. Потребата за комуникација на темите за климатските промени е детектирана уште во Вториот национален извештај за климатски промени каде што стои: „Главна цел на оваа стратегија ќе биде не само да се подигне свеста во оваа насока туку и да се мобилизираат и промовираат нови партнерства, со цел за постигнување повисок степен на општа свест и поттикнување на сите засегнати страни (владата, приватниот сектор, донаторската заедница, граѓанското општество, медиумите и пошироката јавност) да преземат соодветни активности“.

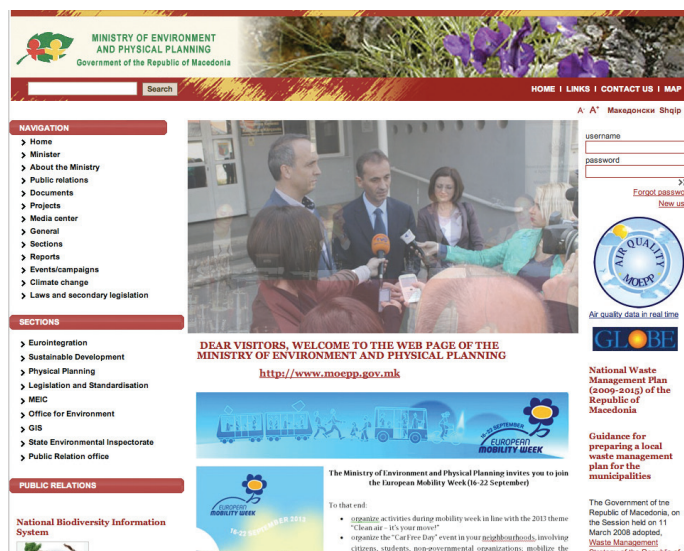
Потоа, во овој контекст, во прилог на националните активности поврзани со климатските промени, Република Македонија треба да ги следи релевантните меѓународни процеси во согласност со одредбите на член 6 од Конвенцијата.

Исто така, во извештајот за напредокот на Македонија за 2012 на Европската комисија (Поглавје 27, Животна средина и климатски промени), силно се препорачува интензивирање на активностите за подигнување на свеста. Од таа причина, како дел од подготовката на „Третиот национален план за климатски промени“, Република Македонија во партнерство со УНДП ангажираше консултанти за анализирање на постојните активности за комуникација и за подготовка на сеопфатна стратегија за комуникации која беше подготвена и усвоена заедно со Третиот национален план. Во поглавјето, исто така, е дадено резиме на комуникациската стратегија - која претставува засебен документ, подготвен заедно со овој трет национален план.

6.1. ИНФОРМИРАЊЕ И ВМРЕЖУВАЊЕ

Министерството за животна средина и просторно планирање во Македонија на својата веб-страница обезбедува информации во врска со климатските промени и нуди можности за отворање соработка и поврзување со релевантните чинители.

СЛИКА 6-1: Веб-страница на Министерство за животна средина и просторно планирање <http://www.moerp.gov.mk> (пристапено на 6 ноември 2013 г.)



Во политички контекст, Програмата на Владата на Република Македонија за периодот 2011–2015, исто така, ги промовира активностите за вмрежување преку поттикнување на меѓународна соработка во полето на научните истражувања и образованието.

Во практика, УХМР извршува низа разновидни задачи поврзани со размена на информации и активности за вмрежување, во кои спаѓаат метеоролошки услуги во регионот (на пр. учество на Форумот за климатските перспективи на Југоисточна Европа – SEECOF) и иницијативи за намалување на катастрофите и ризиците во регионот. УХМР, исто така, учествува во размена на информации на глобално ниво преку учество во Светската метеоролошка организација – WMO (на пр. проектот за дигитализација на историски метеоролошки и климатски податоци DARE, иницијатива на WMO со висок приоритет).

Покрај тоа, постојат голем број мрежи на невладини организации кои се активни во комуникациските активности.

За време на подготовката на „Третиот национален план за климатски промени“ се случија бројни настани и активности за размена на искуства и информации и поврзување со различни чинители во областа на климатските промени, на национално, регионално и меѓународно ниво. Тие се опишани подолу:

Координација на донатори во областа на климатските промени: беше воспоставена активна координација меѓу различните донатори (за проекти, какви што се Светската банка и УСАИД), кои работат во области од заеднички интерес со цел да се постигне конзистентност на резултатите и препораките за креирање одржлив процес за подготовка на националните извештаи и интегрирање на приоритетите во врска со климатските промени во развојните стратегии на земјата и соодветните секторски програми.

Споделување на научените лекции од националните извештаи меѓу земјите што не потпаѓаат под Анекс I – работилница на „Програмата за поддршка на националните комуникации“, Истанбул 2012 г.: работилницата беше корисна за споделување искуствата меѓу државите што не потпаѓаат под Анекс I за време на подготовка на националните извештаи и за отворање можности за размена на знаење и за продлабочување на соработката. Република Македонија ги презентираше добрите практики од подготовката на македонските инвентари за стакленички гасови.

Регионална работилница за „Ублажување на емисиите на стакленички гасови преку унапредување на системи за управување со отпад на Западен Балкан“ организирана од страна на Регионалниот центар за животна средина во Белград, Р. Србија: член на проектниот тим учествуваше на тридневната конференција на тема „Ублажување на емисиите на стакленички гасови преку унапредување на системите за управување со отпад на Западен Балкан“, каде што беа презентирани резултатите на проектот во полето на управување со отпад, а исто така беше направена презентација на „Најновиот развој на регионалните политики за ублажување на емисиите на стакленички гасови во полето на управување со отпад“, на која беше претставена сегашната состојба со помош на методологиите за пресметување на стакленичките гасови и преземените активности за ублажување во областа на управување со отпадот во сите балкански земји. **На конференцијата експертите од секторот разменија мислења за ублажување на емисиите на стакленички гасови од депонии за цврст отпад и од капацитети за третман на отпадни води. Покрај тоа, беа претставени и најдобрите достапни техники и најновиот развој во областа од страна на учесници од земји-членки на ЕУ.**

9-ти годишен состанок на граѓански организации за животна средина: овој состанок се одржа од 14 до 16 декември 2012 г. во Струга. Состанокот го организираше Македонскиот зелен центар, со поддршка од УСАИД, Милиеуконтакт Македонија, УНДП и Министерството за животна средина и просторно планирање. Годишниот состанок беше одржан во рамките на проектот на УСАИД за општински стратегии за климатски промени, имплементиран од Милиеуконтакт Македонија, а и главна тема на дискусија за понатамошен развој на соработката помеѓу невладиниот сектор и Министерството беше соочување и справување со климатските промени.

Поддршка при подготовка на „Национален патоказ за воведување на систем за следење, известување и верификација на емисиите на стакленички гасови согласно системот на за тргување со емисии во Република Македонија“: проектниот тим на Третиот национален план во UNFCCC активно учествуваше во билатералниот проект за воведување мониторинг, известување и верификација во рамките на Центарот за тргување со емисии на ЕУ во државата. Целта на оваа мисија е да ја поддржи државата при донесувањето одлука за најдобриот пат во насока на имплементирање на Системот за тргување со емисии на ЕУ.

Пристапување кон регионалната мрежа за животна средина (RENA): овој проект го финансираше ЕУ, а со него управуваше Европската комисија со цел да им помогне на земјите – кориснички при размената на информации и искуства во врска со подготовката на процесот на пристапување. Министерството за животна средина и просторно планирање и тимот кој работеше на Третиот национален план учествуваа на голем број работилници, обуки и состаноци организирани од RENA. Проектниот тим се стекна со големо знаење и искуство од сите активности и настани на RENA, и од него се очекува да учествува и на претстојниот настан на Мрежа за животна средина и регионална клима (ECRAN) како продолжение на RENA.

Форум на Југоисточна Европа за адаптација кон климатските промени: овој (ИПА) проект беше заеднички подготвен од Црвениот крст на Австрија, Хрватска, Македонија и Црна Гора, а негова иницијална и главна цел беше да се подигне свеста за хуманитарните последици од климатските промени во регионот на Југоисточна Европа. Проектот има за цел да придонесе кон зголемување на учеството на граѓанските организации (ГО) во националната и регионалната соработка за адаптација кон кли-

матските промени. Член на проектниот тим за Третиот национален план беше дел од овој проект. На регионалните конференции организирани во рамките на проектот учествуваа повеќе од 70 граѓански организации, владини претставници и претставници од меѓународни организации, и имаа можност да развиваат национални и меѓународни мрежи на граѓански организации, да разговараат за најновите настани од оваа област и да го истражуваат потенцијалот за соработка и идните стратегии, со цел решавање на проблемите поврзани со климатските промени во регионот.

Апликација за андроид „Климатски очи“ (Climate Eyes): „Климатски очи“ е апликација за андроид за откривање на емисии на CO₂, температура, потрошувачка на струја и други сродни информации во врска со климатските промени, кои географски се прикажуваат на мапа според локацијата на државата. Апликацијата немаше информации за Македонија, така што проектниот тим за Третиот национален план воспостави комуникација со дизајнерите на апликацијата „Климатски очи“. Добиените резултати од подготовката на Третиот национален план беа приспособени за користење во рамките на апликацијата. Овие информации сега се видливи во интерфејсот на Климатски очи преку користење на мобилен телефон „андроид“ или компјутер „таблет“.

ПРЕС конференција на Родос, Грција: овој настан се одржа од 29 септември до 2 октомври 2013 на Родос, Грција и тоа беше 16^{та} Конференција за процесот на интеграција, моделирање и оптимизација на заштедата на енергија и намалување на загадувањето. Целта на конференцијата беше да се направи преглед на најновиот развој на состојбата и примената на процесот на интеграција за зачувување на енергијата, намалување на загадувањето и сродни теми. Како резултат на работата на Третиот национален план беше објавен научен труд на тема „Најдобри практики за подготовка на инвентар за стакленички гасови за индустриски процеси“, во кој се истакнаат најдобрите практики и научените лекции во врска со инвентарот на стакленички гасови за индустриски процеси во случајот на Република Македонија.

SDEWES, конференција во Дубровник, Хрватска: Осмата конференција за одржлив развој на системи за енергија, вода и животна средина (SDEWES) се одржа во Дубровник во периодот од 22 до 27 септември 2013 г. Оваа конференција беше посветена на унапредување и ширење на знаењето за методите, политиките и технологиите за унапредување на одржливиот развој преку искористување на природните ресурси без да се влијае врз животната средина и нивно заменување со економија заснована на знаење. Како резултат на работата на Третиот национален план, беа поднесени два научни труда на конференцијата - првиот за процесот на подготвување инвентар на стакленички гасови и вториот за потенцијалот за ублажување на ефектите од секторот за отпад.

Трета меѓународна конференција за управување со отпад и климатски промени: на 19 и 20 септември 2013 г., Асоцијацијата на даватели на јавни комунални услуги во Република Македонија (АДКОМ) организираше конференција за „Управување со отпад и климатски промени“. Тимот кој работеше на Третиот национален план поднесе два научни труда на следните теми: „Користење на повисока методологија за пресметување емисии на стакленички гасови од секторот отпад“ и „Компостирањето како практика за намалување на емисијата на стакленички гасови - студија на случај во Ресен“.

Во текот на спроведување на проектот „Трет национален извештај за климатски промени“, проектниот тим во соработка со Канцеларијата за комуникација со јавност на МЖСПП, отвори и редовно ја надолнуваше веб-страницата www.klimatskipromeni.mk. Целта беше уште во фаза на изработка на документот сите инволвирани страни, вклучувајќи ја и широката јавност, да бидат информирани за текот на активностите кои се спроведуваа, како и за добиените резултати. На овој начин се постигна поголема визуелност, мотивираност за соработка и приближување на темата климатски промени до домашната јавност. Веб-страницата стана препознатлива како национален извор на информации во областа, а од друга страна, придонесе во изработка на поквалитетен и посеопфатен извештај.

6.2. СВЕСНОСТ И СТЕПЕН НА ИНФОРМИРАНОСТ НА ЈАВНОСТА

6.2.1. Јавна свест

Јавната свест за проблемите поврзани со климатските промени се мери преку анкетите на Еуробарометар, кои претставуваат анкети за мерење на јавното мислење што ги спроведува ЕУ. Поточно, анкетите спроведени во 2008 и 2009 на примерок од повеќе од 1000 граѓани содржеа прашања за знаењето и ставовите во врска со климатските промени (Еуробарометар 2008, 2009). Овие анкети се исто така важни, бидејќи тие ја сочинуваат основата според која се мери промената што ја постигнуваат проектите за подигање на нивото на информираност и јавната свест.

Во однос на ставовите, анкетата од 2009 г. покажа дека поголемиот број македонски граѓани сметаат дека климатските промени претставуваат сериозен, глобален проблем. „Климатските промени“ за македонските граѓани се трет најсериозен проблем со кој се соочува светот во моментот („сиромаштија, недостиг на храна и вода за пиење“ и „глобалната економска криза“ беа рангирани како први два најголеми проблема). На скала од 1 до 10, каде 10 значи дека климатските промени се „екстремно сериозен проблем“, а 1 значи дека климатските промени „не се сериозен проблем“, просечниот одговор даден од македонските граѓани изнесуваше 7,4 во 2009 г.

Во однос на знаењето, нешто помалку од половина (46%) од испитаните македонски граѓани во 2009 г. сметале дека се добро информирани за причините за климатските промени. Сличен процент (49%) сметале дека се добро информирани за последиците од климатските промени. Помалку (35%) сметале дека се добро информирани за начините за соочување и излегување на крај со климатските промени.

Во однос на однесувањето, анкетираниите македонски граѓани во 2008 г. навеле неколку начини на кои преземале чекори за решавање на проблемите поврзани со климатските промени. Меѓу наведените начини се намалување на потрошувачката на енергија (60%) и потрошувачката на вода (48%) во домовите, сообраќај кој не е штетен за животната средина (40%), рециклирање отпад (25%), купување локални производи и еколошки автомобили (по 16% за обете изјави) и намалување на потрошувачката на производи за еднократна употреба (15%). Помалку од 5% ги навеле намалувањето на авионскиот сообраќај на кратки дестинации, премин кон тарифи за зелена енергија и инсталирање на обновливи извори на енергија. Од анкетираниите граѓани, 45% би биле подготвени да платат повеќе за енергија произведена од извори со ниски емисии на јаглерод, во споредба со 18% кои не би биле подготвени да платат повеќе и 37% кои не знаат.

Анкетата во 2008 г. исто така ги опфати ставовите за тоа дали би избрале или не би избрале *решавање на климатските промени*. На прашањето за причините за преземање активности насочени кон излегување на крај со климатските промени, 68% изјавиле дека нивна „должност како граѓани е да ја заштитат животната средина“, 63% се согласиле дека „доколку секој сака да го промени своето однесување, навистина ќе се почувствува влијанието“, 44% биле загрижени за „младината и идните генерации“, 18% сметале дека дејствувањето би заштедило пари, а 12% изјавиле дека биле директно изложени на последици од климатските промени. Кога биле запрашани за причините за *непреземање* активности за решавање на климатските промени, 50% од населението се согласило со изјавата „владите, компаниите и индустриите се тие што треба да го променат нивното однесување“, 47% би сакале да преземат активности, но не знаат што да направат; 36% се согласиле со изјавата дека менувањето на однесувањето на поединците „не би имало реално влијание“, а 11% сметале дека „е прескапо да се преземаат активности за решавање на климатските промени“. Само 4% изјавиле дека не биле „загрижени за климатските промени“ и 6% изјавиле дека „не знаат“.

Кога биле запрашани колку биле задоволни од тоа како одредени групи реагирале на климатските промени, 69% верувале дека корпорациите и индустријата не преземале доволно активности, 68% верувале дека владата не направила доволно, 72% верувале дека самите граѓани не направила доволно, а 41% верувале дека ЕУ не направила доволно.

6.2.2. Степен на информираност на јавноста

Напорите за информирање на јавноста во врска со климатските промени произлегуваат од неколку извори. Во рамките на Владата, Канцеларијата за односи со јавноста при Министерството за животна средина и просторно планирање обезбедува информации за климатските промени и за активностите кои се преземаат во областа. Истовремено, Здружението на единиците на локалната самоуправа на Република Македонија подготви „Акциски план за развој на нови политики и промоција на локални иницијативи за управување со климатските промени 2012–2015“ во кој се вклучени голем број активности за комуникација и го прикажува значителниот интерес што го пројавуваат општините за преземање активности поврзани со климатските промени.

Исто така се спроведуваат активности поддржани од билатерални и мултилатерални донатори, чии поголеми програми за климатските промени содржат и компонента за информирање на јавноста. На пример, УСАИД го спонзорира проектот за општински стратегии за климатски промени – насочен кон подготовка на засегнатите страни од општините за управување со предизвиците од климатските промени на локално ниво.

Овој проект е дизајниран со цел да се подигне нивото на информираност, да се спроведуваат истражувачки активности и да се подготви агенда за подигање на свеста и да се ангажираат клучните засегнати страни на национално и локално ниво за прашања поврзани со климатските промени (Македонски институт за медиуми и Еко Лтд 2013). Други слични проекти се вклучени во описот на програмите за зајакнување на капацитетите во Дел 6.6 од овој извештај.

6.3. РЕЗИМЕ НА „СТРАТЕГИЈАТА ЗА КОМУНИКАЦИЈА ЗА КЛИМАТСКИТЕ ПРОМЕНИ И АКЦИСКИ ПЛАН“

Иако се вложени значајни напори за зголемување и унапредување на свеста на различните засегнати страни (вклучително и јавноста) за климатските промени и за подобрување на комуникацијата, процената на овие напори откри дека постои недостиг од добро насочени активности за комуникација (Македонски институт за медиуми 2013). За да се реши ова прашање, проектниот тим на проектот за подготовка на Третиот национален план и Министерството за животна средина и просторно планирање во 2013 година наложија да се подготви стратегија за комуникација за климатски промени и акциски план.

Во рамките на стратегијата се направени анализи на перцепцијата **за** потребите поврзани со климатските промени на **јавните институции на индустријата, на НВО и на новинарите** како специфични целни групи.

Стратегијата прави разлика меѓу три широки нивоа на ангажман – **град** (активности на општинско ниво), **работно место** (бизнис) и **домаќинства**. На овие групи се гледа како на оптимална почетна точка за насочување на активностите за комуникација за климатските промени. Во овие групи, истражувачите идентификуваа субјекти кои носат одлуки, а кои би можеле да влијаат врз трошењето на ресурсите. Во градовите тоа се градоначалниците, замениците, советниците, планерите и службениците за јавни набавки. На работните места се директорите, менаџерите на бизнисите, менаџерите на ресурси и раководителите на одделенијата. На ниво на домаќинства, тоа се најчесто „главите“ на домаќинствата.

Затоа, предложената стратегија и акциски план беа дизајнирани со цел да се унапредат следните работи:

1. Знаењето и свеста за влијанието и ранливоста од климатските промени во градовите, работните места и домаќинствата;
2. Капацитетот за развивање и имплементирање на стратегии за намалување на ранливоста од климатските промени и влијанијата во градовите, работните места и домаќинствата;
3. Проактивни ставови за вклучување на активности за решавање на климатските промени во рутините и процесите во градовите, работните места и домаќинствата.

Содржината на Стратегијата за комуникација за климатски промени и Акцискиот план се засновани на експертско знаење на принципите на Стратегијата за комуникација за климатски промени и Акцискиот план, анализа на најдобрите практики за комуникација за климатските промени во светот и специјалистички познавања на локалниот и регионалниот контекст. Во согласност со најдобрите меѓународни практики, формулирањето на стратегијата и акцискиот план се раководи од бројни принципи кои се составен дел на една издржана Стратегијата и Акцискиот план:

Економичен акциски план – имајќи ги предвид ограничените средства и други ресурси што им се ставени на располагање на активностите за комуникација, акцискиот план кој треба да се имплементира на соодветно ниво и да ги соедини знаењето на целната публика, лесните пораки за памтење и комуникациските алатки за исполнување на комуникациските цели мора да биде дизајниран на начин на кој ќе се постигне максимален ефект со вложување на минимални ресурси. Во контекст на оваа стратегија за комуникација, ресурсите се претпоставува дека ќе се добијат преку минимални зголемувања на ресурсите од Министерството за животна средина и просторно планирање, од УНДП и од други дополнителни потенцијални донатори.

Целосно познавање на целната публика – за да се постигне влијание, комуникациските активности мора да бидат насочени кон специфична публика, а не кон општи групи (на пр. „ученици од средни училишта“ и „вработени мајки“, а не „општа јавност“). Познавањето на целната публика, особено нивните мотиви и начини на комуникација, овозможува да се дефинираат посакувани резултати кои можат реално да се остварат. Постојат голем број целни публикации кои можат целосно да се дефинираат според односот што го имаат кон климатските промени во рамките на оваа стратегија за комуникација.

Јасно дефинирани посакувани резултати – да се генерираат резултати кои се значајни, целите треба да бидат формулирани имајќи чувство за status quo и да се користат индикатори како на пример SMART³¹ или QQT³². Јасното дефинирање на посакуваните резултати овозможува полесно да се преточат апстрактните пораки во конкретни слики кои лесно се помнат.

„Лепливи“ пораки – пораки што луѓето лесно ги помнат и ги прифаќаат – „лепливите“, пораки мора да бидат креирани според реалноста во која живее целната публика и според нејзината рутина. Според истражувањето на најдобрите меѓународни практики, пораките мора да бидат во согласност со целната публика (т.е. со нивната способност да дејствуваат) и да бидат формулирани како едноставни, неочекувани, конкретни, веродостојни и емотивни приказни (овој модел е наречен SUCCEsS – успех).

Правилна комбинација на комуникациски алатки – да стигнат до нивната целна публика и на тој начин да предизвикаат максимално влијание, потребите од соодветни и заеднички зајакнати комуникациски алатки да се вметнат во постојните шеми на комуникација. Алатките за комуникација со учениците од средните училишта ќе се разликуваат од оние за комуникација со лицата што носат одлуки во општините, деловните луѓе итн.

Едноставен и систематски мониторинг – и покрај тоа што е суштински значаен за бележење на успехот и економичноста на мерките за комуникација, сложеноста и софистицираноста на секој систем за мониторинг треба да ја изразува неговата точна цел. Во контекст на комуникациите каде што буџетите се често пати ограничени, тоа значи дека едноставен, а сепак систематски пристап кој реално може да се имплементира, најверојатно, би генерирал и значајна евиденција.

Активностите планирани во рамките на стратегијата за комуникација се опишани во Табела 6-1.

³¹ Специфични, мерливи, остварливи, реални и временски определени.

³² Квалитет, квантитет, време.

ТАБЕЛА 6-1: Активности планирани во рамките на „Стратегијата за комуникација за климатски промени и акцискиот план“ за Република Македонија

#	Опис	Целна публика	Предложен субјект за спроведување	Ставки за индикативни трошоци	Индикатори на успех
1	Легитимирање на институција одговорна за комуникација на климатските промени	Сите засегнати страни, вклучително и клучна и друга публика, партнери за имплементација итн.	Канцеларија за односи со јавноста при МЖСПП (врска со ЗЕЛС ³³ и Стопанска комора)	1-2 вработени лица на годишно ниво, плус канцелариски простор и патувања, ако е потребно	*Присуство на централна точка *Бр. на барани информации кои се добиени и на колку од нив е одговорено
2	Развој на бренд, користење на лого и силни („лепливи“) слогани	Сите засегнати страни, вклучително и клучна и друга публика, партнери за имплементација итн.	МЖСПП	~ЕУР 5.000 – 10.000 за дизајн, тестирање на фокус-група, завршување.	*Брендирање/слогани подготвени и тестирани *Високи оценки од тестираната публика
3	Зајакнување на внатрешната комуникација на државно ниво	Засегнати страни од Владата	МЖСПП, министерства	Одредено време што вработените го трошат за организациски активности (види ставка бр.1) плус поврмени трошоци за освежителни пијалаци за време на состаноците, закуски итн.	*Одржани тркалезни маси *Членови на поштенска листа *Подготовка на меморандуми
4	Консултации и целниот капацитет што треба да се изгради кај потенцијалните партнери	Сите засегнати страни преку медиумите	Канцеларија за односи со јавност при МЖСПП	Вклучено во ставка 1 врз ад хок основа.	*Консултации одржани со медиуми/НВО *Заедничка работа со медиумите *Бр. на одржани настани за вмрежување *Зголемување на стории во печатени медиуми за климатски промени
5	Меѓуопштински портал за комуникација за климатски промени - веб-локација на централната точка	Професионалци од локална самоуправа	ЗЕЛС / МЖСПП	Креирањето на сеопфатен портал е проценето дека ќе чини ЕУР 10.000 - 20.000. Иако помалку моќен, корисничките групи на Линктин бесплатно се креираат и за нивно управување потребно е само вработените да издвојат време (видете ставка 1) - ова би бил значаен почеток, пред да се продолжи со надградување на активностите, доколку е делотворно.	*Следење на групата Линктин (LinkedIn) *Бр. на приклучени соодветни членови *Бр. на започнати независни конверзации/одговори
6	Назначување на координатори во секоја општина	Општини	Општини (поддржани од ЗЕЛС) МЖСПП	Време што треба да го посветат вработените од институцијата надлежна за комуникација за климатски промени Време на вработените од општините	*Основана централна точка *Основана централна точка
7	Национална работилница за најдобри практики за урбано и општинско планирање	Професионалци од локална самоуправа	ЗЕЛС/Лица на извршни функции во локалната самоуправа, НВО, истражувачи	Вообичаена работилница од 1 ден чини: ~ЕУР 1 000 за изнајмување на просторија плус патни трошоци и време на внатрешниот персонал (видете ставка 1). Трошокот за ангажирани консултанти за обуки варира. Меѓународна поддршка од ЕУ може да се добие преку програмата TAIEX (http://ec.europa.eu/enlargement/taieux/)	*Одржана работилница *Бр. на учесници од различни општини од Македонија *Повратен одговор за работилницата *Бр. на Линктин/портал за конверзации на работилницата *Бр. на соопштенија за медиуми и квалитативна евалуација на покриеноста во печатените медиуми
8	Објавување на (електронско/печатено) владино списание/прирачник за прашања во врска со климатските промени	Професионалци од локална самоуправа	ЗЕЛС / МЖСПП	Трошоци за подготвување - неодредени во оваа фаза, но веројатно ~ЕУР 20.000 Трошоци за објавување: трошоците за електронско објавување се минимални или нема трошоци; трошоците за печатење варираат	*Бр. на трудови поднесени за објавување *Бр. на дистрибуирани печатени примероци /електронски преземања *Повратен одговор од читатели за квалитетот на сториите
9	Награди за квалитет во управувањето на локалната власт во однос на климатските промени	Професионалци од локална самоуправа	ЗЕЛС / МЖСПП	Време на вработените од институцијата надлежна за комуникација за климатски промени за организациски активности (~2 месеца по настан). Изнајмување просторија, освежителни пијалаци, ако е потребно. Наградите може да не бидат парични, или пак може да бидат стокови или готовина (приближно ~ЕУР 30.000би биле доволни за 1 голема награда како на пример ставање на фотоволтажни батерии на објект)	*Бр. на поднесени проекти за награди *Бр. на ангажирани општини *Квалитет и иновативност на поднесените проекти

³³ ЗЕЛС е Здружение на единиците на локалната самоуправа на Република Македонија