



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΕΙΔΙΚΟΣ ΔΙΑΒΑΘΜΙΔΙΚΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΝΟΜΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ



ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΟΤΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΤΤΙΚΗΣ ΣΤΟ ΤΟΜΕΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ – ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ – ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ ΑΠΟΒΛΗΤΩΝ



ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3^ο: ΛΟΙΠΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ
ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ ΥΛΙΚΩΝ

Ανάδοχος:



“ΝΤΙ ΓΟΥΕΙΣΤ” ΕΠΕ. (δ.τ. DWASTE ΕΠΕ)
Αχαρνών 141B, ΤΚ 104 46 Αθήνα,
Τηλ.: 215 5302450, Fax: 210 8627189,
email: info@d-waste.com



ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ
Α.Ε. (δ.τ. ΕΠΕΜ ΑΕ)
Αχαρνών 141B, ΤΚ 10446 Αθήνα,
Τηλ.: 210 8627598, Fax: 210 8627189
Email: info@epem.gr

ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2022

Αυτή η σελίδα αφέθηκε σκόπιμα κενή

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το ζήτημα της διαχείρισης των απορριμμάτων, συμπυκνώνοντας μια κακώς εννοούμενη ανάπτυξη υποδομών δε κατάφερε εγκαίρως σε διεθνή κλίμακα να αγγίξει, παρά μόνο τα τελευταία χρόνια, την κοινωνική διάσταση. Η διαχείριση ή η μη διαχείριση των απορριμμάτων αποτελεί βαθιά κοινωνική παθογένεια, την οποία ο κάθε ειδικός στην διαχείριση απορριμμάτων οφείλει να λαμβάνει υπόψιν.

Η έννοια της κυκλικής οικονομίας έρχεται να ανταποκριθεί στην φιλοδοξία για αειφόρο ανάπτυξη στα πλαίσια της αυξανόμενης πίεσης από την παραγωγή στην κατανάλωση των πόρων και του περιβάλλοντος του πλανήτη. Αφορά ένα μοντέλο οικονομικής ανάπτυξης, όπου οι συμβαλλόμενοι φορείς καλούνται να λειτουργήσουν/ επανασχεδιάσουν την λειτουργία τους ώστε η ροή των πόρων, να μην καταλήγει στην απόθεση αλλά σε ένα νέο κύκλο ζωής και χρήσης τους.

Τα χειροπιαστά οφέλη για τους ίδιους τους πολίτες πρέπει να πρωτοστατήσουν, ώστε να γίνουν κτήμα της κοινωνίας. Ο δε επιχειρησιακός σχεδιασμός ενός Κέντρου Δημιουργικής Επαναχρησιμοποίησης Υλικών, απαιτεί συστηματική ανάλυση της κοινωνικής διάστασης. Ανάλυση που θα διευρύνει τα εργαλεία αποφάσεων του σχεδιαστή, θα προωθή τον συμμετοχικό σχεδιασμό εναρμονίζοντας την γνώμη των πολιτών με τις λύσεις των ειδικών.

Μια ορθή καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης στην επαναχρησιμοποίηση, εν τέλει οφείλει να καταγράψει και να ποσοτικοποιήσει, όσο αυτό είναι δυνατό, τις διαθέσιμες επιλογές που συναντά ο πολίτης. Με αυτή τη μεθοδολογία, ο πολίτης βρίσκεται στο κέντρο του σχεδιασμού και είναι δυνατό να δώσει πολύτιμη βοήθεια στην ανάπτυξη επιχειρησιακού σχεδίου.

Το παρόν παραδοτέο «ΛΟΙΠΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ ΥΛΙΚΩΝ» αποτελεί το 3^ο Παραδοτέο της υπ' αρ. 14166/12.2021 Σύμβασης (ΑΔΑΜ 21ΣΥΜΝ009528571 2021-11-12) «ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΟΤΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΤΤΙΚΗΣ ΣΤΟ ΤΟΜΕΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ – ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ – ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ ΑΠΟΒΛΗΤΩΝ»

μεταξύ του ΕΔΣΝΑ και της Ένωσης Εταιρειών:

- ΕΠΕΜ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ Α.Ε. (δ.τ. ΕΠΕΜ Α.Ε.)
- ΝΤΙ ΓΟΥΕΪΣΤ ΕΛΛΑΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΕΠΕ (δ.τ. D-WASTE ή ΝΤΙ ΓΟΥΕΪΣΤ)

Αντίστοιχα η ομάδα μελέτης από πλευράς Συμβούλου απαρτίζεται από στελέχη των εταιρειών ΕΠΕΜ Α.Ε. και D-WASTE ΕΠΕ και συγκεκριμένα από τους:

- ο Αντώνη Μαυρόπουλο, Διπλωματούχος Χημικός Μηχανικός
- ο Βαρβάρα Εμμανουηλίδη, Πτυχιούχος Περιβαλλοντολόγος Msc Γεωπληροφορική
- ο Ηλιάνα Κουκόσια, Διπλωματούχος Χωροτάκτης – Πολεοδόμος, Msc Χωρική Ανάλυση & Διαχείριση Περιβάλλοντος
- ο Γιώργο Φιρφιλιώνη, Χημικός Msc
- ο Καραλέγκου Κατερίνα, Διπλωματούχος Μεταλλειολόγος Μηχανικός
- ο Ευάγγελο Τερζή, PhD, Τεχνολόγος Περιβάλλοντος

Εκ μέρους της ένωσης εταιρειών



Αντώνης Μαυρόπουλος

Αυτή η σελίδα αφέθηκε σκόπιμα κενή

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	3
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	5
1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	10
1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ	10
1.2 ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΛΟΙΠΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ ΥΛΙΚΩΝ.....	11
2 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΜΗ ΘΕΣΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΜΕ ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΤΤΙΚΗΣ.....	12
2.1 ΚΑΝΑΛΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	12
2.2 ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ-ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ- ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ	13
2.3 ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ	18
3 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΑΓΓΕΛΙΩΝ ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΜΕΝΩΝ ΑΓΑΘΩΝ	20
4 ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ ΣΤΟΥΣ ΠΟΛΙΤΕΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΤΤΙΚΗΣ.....	22
4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ.....	22
4.2 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ – ΜΟΝΟΔΙΑΣΤΑΤΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....	27
4.2.1 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	28
4.2.2 ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΩΝ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΜΕΘΟΔΩΝ & ΜΟΝΤΕΛΩΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ απορριμμάτων .	34
4.2.3 ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΑ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗ	38
4.2.4 ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΠΙΔΙΟΡΘΩΣΗ ΤΩΝ ΑΓΑΘΩΝ.....	46
4.2.5 ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΤΥΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ	48
4.3 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ – ΔΙΣΔΙΑΣΤΑΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗ	49
4.3.1 ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ.....	49
4.3.2 ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ ΜΕ ΤΙΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ.....	51
4.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ.....	54
5 ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ.....	57
6 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	60
6.1 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΚΑΤΑΓΕΓΡΑΜΜΕΝΑ ΚΑΝΑΛΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ 61	
6.2 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΚΑΤΑΓΕΓΡΑΜΜΕΝΕΣ ΛΟΙΠΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	62
6.3 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΚΑΙ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	63

Περιεχόμενα Πινάκων, Διαγραμμάτων και Εικόνων

Πίνακας 1: Ποσοστά κατανομής καναλιών επικοινωνίας μεταχειρισμένων ειδών ανά επίπεδο δραστηριότητας στο κάθε κανάλι.....	13
Πίνακας 2: Καταγεγραμμένοι τύποι δράσεων στην Περιφέρεια Αττικής για το διάστημα 10/2020-04/2022.....	19
Πίνακας 3: Παρουσίαση τάσεων αποτρεπτικών παραγόντων για συνδιαλλαγές μεταχειρισμένων/χρησιμοποιημένων αγαθών.....	45
Πίνακας 4: Παρουσίαση ενθαρρυντικών παραγόντων για την αγορά μεταχειρισμένων/χρησιμοποιημένων αγαθών.....	45
Πίνακας 5: Παρουσίαση αποτρεπτικών παραγόντων για την πώληση μεταχειρισμένων/χρησιμοποιημένων αγαθών από τον ίδιο τον ερωτηθέντα.	46
Πίνακας 6: Με ποιο τρόπο βρίσκουν χρησιμοποιημένα αγαθά οι πολίτες;	49
Πίνακας 7: Συσχέτιση της κλάσης εισοδήματος με την ερώτηση «Το συγγενικό ή φιλικό σας περιβάλλον σας έχει δωρίσει αγαθά τα οποία δεν τους ήταν πλέον χρήσιμα αλλά εσείς τα χρειαζόσασταν;».....	50
Πίνακας 8: Συσχέτιση του ποσοστού δυνατής αποταμίευσης με την ερώτηση «Το συγγενικό ή φιλικό σας περιβάλλον σας έχει δωρίσει αγαθά τα οποία δεν τους ήταν πλέον χρήσιμα αλλά εσείς τα χρειαζόσασταν;».....	50
Πίνακας 9: Συσχέτιση της κλάσης εισοδήματος με την ερώτηση «Συμμετέχετε ενεργά σε δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος;»	51
Πίνακας 10: Συσχέτιση του ποσοστού δυνατής αποταμίευσης με την ερώτηση «Συμμετέχετε ενεργά σε δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος;»	51
Πίνακας 11: Συσχέτιση της κλάσης εισοδήματος με την ερώτηση «Έχετε αγοράσει ποτέ κάποιο χρησιμοποιημένο αγαθό;»	52
Πίνακας 12: Συσχέτιση του ποσοστού δυνατής αποταμίευσης με την ερώτηση «Έχετε αγοράσει ποτέ κάποιο χρησιμοποιημένο αγαθό;»	52
Πίνακας 13: Συσχέτιση της κλάσης εισοδήματος με την ερώτηση «Έχετε πουλήσει ποτέ κάποιο χρησιμοποιημένο από εσάς αγαθό σε κάποιον/α ή σε μαγαζί;»	52
Πίνακας 14: Συσχέτιση του ποσοστού δυνατής αποταμίευσης με την ερώτηση «Έχετε πουλήσει ποτέ κάποιο χρησιμοποιημένο από εσάς αγαθό σε κάποιον/α ή σε μαγαζί;».....	53
Πίνακας 15: Συσχέτιση του ποσοστού δυνατής αποταμίευσης με την ερώτηση «Ποια είναι η άποψή σας για την επιδιόρθωση των αγαθών καθημερινής χρήσης;».....	53
Πίνακας 16: Συσχέτιση του ποσοστού δυνατής αποταμίευσης με την ερώτηση «Ποια είναι η άποψή σας για την επιδιόρθωση των αγαθών καθημερινής χρήσης;».....	54

Διάγραμμα 1: Συχνότητα αγγελιών ανά κατηγορία μεταχειρισμένου προσφερόμενου αγαθού.	20
Διάγραμμα 2: Μερίδιο τιμών προσφοράς, κατά μέσο όρο, ανά κατηγορία μεταχειρισμένων ειδών.	21
Διάγραμμα 3: Πίτα κατανομής του φύλου των συμμετεχόντων στην έρευνα.....	29
Διάγραμμα 4: Διάγραμμα συχνότητας απαντήσεων για την χρονολογία γέννησης.....	29
Διάγραμμα 5: Διάγραμμα συχνότητας απαντήσεων για το δήμο τρέχουσας κατοικίας.....	30
Διάγραμμα 6: Διάγραμμα τύπου treemap για την παρουσίαση των συχνοτήτων σχετικά με το δήμο τρέχουσας κατοικίας των ερωτηθέντων.	31
Διάγραμμα 7: Πίνακας κατανομής απαντήσεων ετήσιου εισοδήματος.	32
Διάγραμμα 8: Πίνακας κατανομής απαντήσεων ανώτερου τίτλου σπουδών.....	32
Διάγραμμα 9: Πίνακας κατανομής απαντήσεων πηγής ενημέρωσης.	33
Διάγραμμα 10: Πίνακας κατανομής απαντήσεων οικονομικής ευχέρειας.	33
Διάγραμμα 11: Πίνακας κατανομής απαντήσεων δυνατότητας αποταμίευσης.....	34
Διάγραμμα 12: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει του ενδιαφέροντος για το περιβάλλον.	34
Διάγραμμα 13: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει του ενδιαφέροντος για το περιβάλλον.	35
Διάγραμμα 14: Πίνακας κατανομής βάσει της εξοικείωσης με την έννοια «Υγειονομική ταφή απορριμμάτων».....	35
Διάγραμμα 15: Πίνακας κατανομής βάσει της εξοικείωσης με την έννοια «Ανακύκλωση».	36
Διάγραμμα 16: Πίνακας κατανομής βάσει της εξοικείωσης με την έννοια «Επαναχρησιμοποίηση».36	
Διάγραμμα 17: Πίνακας κατανομής βάσει της εξοικείωσης με την έννοια «Δημιουργική Επαναχρησιμοποίηση».....	37
Διάγραμμα 18: Πίνακας κατανομής βάσει της εξοικείωσης με την έννοια «Εμπορικά καταστήματα μηδενικών αποβλήτων (Zero Waste)».....	37
Διάγραμμα 19: Διάγραμμα κατανομής βάσει της εξοικείωσης με την έννοια «Κυκλική οικονομία».38	
Διάγραμμα 20: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της δωρεάς αγαθών σε οικείο περιβάλλον. ...	38
Διάγραμμα 21: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της δωρεάς αγαθών σε φορέα.....	39
Διάγραμμα 22: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της αποδοχής αγαθών από οικείο περιβάλλον.	39
Διάγραμμα 23: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της αποδοχής αγαθών από κάποιον φορέα. .	40
Διάγραμμα 24: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της προσφοράς με την μορφή πώλησης χρησιμοποιημένων αγαθών.	40
Διάγραμμα 25: Διάγραμμα επεξήγησης πωλημένων αγαθών.	41
Διάγραμμα 26: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της αγοράς χρησιμοποιημένων αγαθών.	41
Διάγραμμα 27: Διάγραμμα επεξήγησης μεταχειρισμένων αγαθών που αγοράστηκαν.	42
Διάγραμμα 28: Πίνακας κατανομής βάσει της συχνότητας συναλλαγών επαναχρησιμοποιημένων αγαθών.....	43

Διάγραμμα 29: Πίνακας κατανομής βάσει της διάθεσης για ενεργή συμμετοχή σε συναλλαγές επαναχρησιμοποίησης.....	43
Διάγραμμα 30: Πίνακας κατανομής βάσει της διάθεσης για ενεργή συμμετοχή σε συναλλαγές επαναχρησιμοποίησης.....	44
Διάγραμμα 31: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της επισκευής αγαθών.....	46
Διάγραμμα 32: Παρουσίαση επεξηγηματικών απαντήσεων σχετικά με την επιδιόρθωση αγαθών.	47
Διάγραμμα 33: Πίνακας κατανομής βάσει της άποψης για την επιδιόρθωση αγαθών καθημερινής χρήσης.	47
Διάγραμμα 34: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της γνώσης δράσεων στην περιοχή του ερωτηθέντα.....	48
Διάγραμμα 35: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της άποψης για τον αριθμό κρατικών δράσεων.	48
Διάγραμμα 36: Παρουσίαση αναγνωρισιμότητας φορέων ως προωθητών της επαναχρησιμοποίησης.....	49
Εικόνα 1. Το γραφικό περιβάλλον της πλατφόρμας Green City.	14
Εικόνα 2. Το γραφικό περιβάλλον της πλατφόρμας Followgreen.	15
Εικόνα 3. Το γραφικό περιβάλλον της πλατφόρμας RE(W)EEE.	16
Εικόνα 4. Το γραφικό περιβάλλον διεπαφής της εφαρμογής Depop.	16
Εικόνα 5. Το γραφικό περιβάλλον διεπαφής της εφαρμογής Poshmark.	17
Εικόνα 6. Το γραφικό περιβάλλον διεπαφής της εφαρμογής Thredup.	18
Εικόνα 7. Η αρχική σελίδα του γραφικού περιβάλλοντος διεπαφής χρήση, με αποτύπωμα στιγμής του κινηματογραφημένου υποβάθρου.	25
Εικόνα 8. Το περιβάλλον ανάρτησης των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου.	25

Συντμήσεις και Αρκτικόλεξα

ΟΤΑ: Οργανισμός Τοπικής Αυτοδιοίκησης

ΕΔΣΝΑ: Ειδικός Διαβαθμιδικός Σύνδεσμος Νομού Αττικής

ΠΑ: Περιφέρεια Αττικής

ΚΔΕΥ: Κέντρο Δημιουργικής Επαναχρησιμοποίησης Υλικών

ΦοΔΣΑ: Φορέας για την Διαχείριση των Στερεών Αποβλήτων

ΤΣΔΑ: Τοπικό Σχέδιο Διαχείρισης Αποβλήτων

Zero Waste: Επιχειρήσεις Μηδενικών Αποβλήτων

1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ

Με βάση την κείμενη νομοθεσία και το θεσμικό πλαίσιο, όπως παρουσιάστηκε στο Παραδοτέο 1: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΤΗΣ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ, υποστηρίζονται σε κοινοτικό και εθνικό επίπεδο, οι πρωτοβουλίες που έχουν ως στόχο την αντιμετώπιση της προγραμματισμένης απαξίωσης (planned obsolescence), τη βελτίωση της ανθεκτικότητας και δυνατότητας επισκευής προϊόντων και την ενίσχυση των δικαιωμάτων του καταναλωτή μέσω της θέσπισης του "δικαιώματος στην επισκευή".

Η δε ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και κοινωνικού χαρακτήρα πρωτοβουλιών γύρω από τη μείωση της παραγωγής αποβλήτων και την επαναχρησιμοποίηση αποτελεί απόλυτη προτεραιότητα της ΕΕ και σχετικές χρηματοδοτήσεις σε τοπικό επίπεδο προβλέπονται σε προγράμματα.

Η κατασκευή και χωροθέτηση ενός Κέντρου Δημιουργικής Επαναχρησιμοποίησης Υλικών αποτελούν δυο ξεχωριστά πολυπαραγοντικά ζητήματα στα οποία η παρούσα μελέτη δεν θα ήτανε χρήσιμο να τοποθετηθεί καθώς δεν αφορά αντικείμενό της. Η παρούσα μελέτη παρ' όλα αυτά επιδιώκει να παρέχει κατάλληλες πληροφορίες ώστε να γίνει πιο αποδοτικός ο σχεδιασμός και η υλοποίηση του πρώτου Κέντρου Δημιουργικής Επαναχρησιμοποίησης στην Αττική.

Η παρούσα μελέτη επιδιώκει να αναδείξει την κατάλληλη πληροφορία που θα βοηθήσει να απαντηθούν ερωτήματα όπως:

1. Ποια τοπικά κοινωνικά χαρακτηριστικά πρέπει να ληφθούν υπόψιν για περαιτέρω ενέργειες κατά τον σχεδιασμό, όπως για παράδειγμα το κοντινό οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον;
2. Ποια είναι η κοινωνική γνώση και το υπόβαθρο των πολιτών; Ποιες είναι οι κοινωνικές συμπεριφορές που πρέπει να ληφθούν υπόψιν όπως για παράδειγμα συνήθειες των πολιτών για την επαναχρησιμοποίηση και επιδιόρθωση;
3. Ποιες είναι οι διαθέσιμες επιλογές επαναχρησιμοποίησης, τα κανάλια επικοινωνίας για την επιδιόρθωση και την επαναχρησιμοποίηση αγαθών και υλικών;
4. Και αν είναι δυνατό πώς θα μπορούσε να καθοριστεί ένα μέγεθος της διαθέσιμης ζήτησης ή προσφοράς μεταχειρισμένων αγαθών και ποια χαρακτηριστικά έχει αυτή η αγορά στα όρια της περιφέρειας Αττικής;

Η επάρκεια των φυσικών πόρων κρίνεται ως η απαραίτητη προϋπόθεση για την περαιτέρω και βιώσιμη ανάπτυξη της σύγχρονης κοινωνίας. Ως εκ τούτου, ο περιορισμός των αποβλήτων και η μείωση των αναγκών χρήσης των υπαρχουσών και καινούργιων πόρων αποτελεί προτεραιότητα. Εκεί που η τεχνολογική εξέλιξη δε θα μπορεί να δώσει απαντήσεις αλλά μόνο υποστηρικτικό ρόλο, η βελτιστοποιημένη χρήση των διαθέσιμων πόρων θα συμβάλει στην βιώσιμη αναβάθμιση της ποιότητας ζωής, όλο και μεγαλύτερου μέρους της κοινωνίας¹.

Η Κυκλική Οικονομία αναμένεται να δημιουργήσει τοπικές θέσεις εργασίας στην ΕΕ σε όλα τα επίπεδα δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού και ευκαιρίες για κοινωνική ένταξη. Τονίζεται ιδιαίτερα

¹ Blomsma, F. and Brennan, G. (2017), The Emergence of Circular Economy: A New Framing Around Prolonging Resource Productivity. *Journal of Industrial Ecology*, 21: 603-614. doi:10.1111/jiec.12603
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jiec.12603>

στο Σχέδιο Δράσης ότι οι οικονομικοί παράγοντες, όπως οι επιχειρήσεις και οι καταναλωτές, είναι οι βασικοί μοχλοί στη διαδικασία μετάβασης. Ωστόσο, οι τοπικές, περιφερειακές και εθνικές αρχές ενθαρρύνονται να ενεργούν ως καταλύτες σε αυτήν τη μετάβαση, και ο υποστηρικτικός τους ρόλος μπορεί να γίνει πιο αποδοτικός αν υπάρξει η απαραίτητη συνάρτηση με τον παράγοντα της κοινωνίας.

1.2 ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΛΟΙΠΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ ΥΛΙΚΩΝ

Η καταγραφή των λοιπών δράσεων σχετιζόμενων με την λειτουργία ενός Κέντρου Δημιουργικής Επαναχρησιμοποίησης όπως έχει οριστεί κατά το ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1: «Μεθοδολογία Καταγραφής Υφιστάμενης Κατάστασης», αφορούν τρεις άξονες εργασίας, όπου στο κέντρο τους βρίσκεται ο πολίτης.

Πρώτος άξονας εργασίας είναι η καταγραφή πληροφοριών σχετικά με το σημερινό μέγεθος αγοράς των μεταχειρισμένων. Μια τέτοια έρευνα δε θα μπορούσε να είναι απόλυτα ακριβής στα πλαίσια της παρούσας μελέτης. Αυτό συμβαίνει για δυο λόγους. Αρχικά οι συνδιαλλαγές μεταχειρισμένων στην πλειοψηφία τους δεν καταγράφονται επίσημα, επίσης η διαθέσιμη πληροφορία βρίσκεται συνήθως υπό ιδιωτική διαχείριση και άρα η αναζήτηση και η χρήση στοιχείων για μια τέτοια μελέτη πρέπει να ξεπεράσει ζητήματα πνευματικών δικαιωμάτων.

Δεύτερος άξονας εργασίας είναι η καταγραφή ιδιωτικών δράσεων – κερδοσκοπικών ή μη- έξω από τα πλαίσια συνεργασίας με τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης που αναλύονται στο Παραδοτέο 2. Ο συγκεκριμένος άξονας στοχεύει να καταγράψει επιχειρήσεις που δεν ανήκουν σε κάποια από τις κατηγορίες επαγγελματιών όπως παρουσιάζονται στο Παραδοτέο 4: «Απογραφή επί τόπου χωρικών δεδομένων», μη κερδοσκοπικές οργανώσεις, εκδηλώσεις με δράσεις επαναχρησιμοποίησης, διαρκείς δράσεις ιδρυμάτων και ιδιωτών, κινήσεις και εκδηλώσεις ομάδων πολιτών. Επιπροσθέτως επιζητείται και η καταγραφή των καναλιών επικοινωνίας που χρησιμοποιούν οι πολίτες της Αττικής για ενέργειες επαναχρησιμοποίησης δημιουργικής ή μη.

Τρίτος άξονας εργασίας είναι η απάντηση ερευνητικών ερωτημάτων που θα βοηθήσουν στην κατανόηση του κοινωνικού υποβάθρου και τις δημοφιλείς τάσεις για την εναλλακτική διαχείριση αποβλήτων από τους πολίτες της Αττικής. Πιο συγκεκριμένα αναζητείται η κατανόηση και η αξιολόγηση της γνώσης και διαθεσιμότητας των πολιτών σχετικά με την δημιουργική επαναχρησιμοποίηση, ώστε να αποτελέσει εργαλείο σχεδιασμού στο μέλλον.

Ως εκ τούτου, η μελέτη καταγραφής των λοιπών δράσεων βασίστηκε στα εξής:

1. Στη συλλογή και επεξεργασία πρωτογενών και δευτερογενών δεδομένων, κυρίως μέσω της έρευνας γραφείου (desk research) από αναφορές και επικαιρότητα.
2. Στη συλλογή και επεξεργασία πρωτογενών δεδομένων (ποσοτικών και ποιοτικών), μέσω της διεξαγωγής έρευνας στο διαδίκτυο.
3. Στη συλλογή και επεξεργασία πρωτογενών δεδομένων (ποσοτικών και ποιοτικών), μέσω της απευθείας επικοινωνίας με μη κερδοσκοπικές οργανώσεις, συλλογικότητες και οργανισμούς.
4. Στη συλλογή και επεξεργασία δημοσιευμένων πρωτογενών δεδομένων (ποσοτικών και ποιοτικών), μέσω της εξόρυξης δεδομένων από επίσημες και ανεπίσημες πηγές (data mining) που επιτρέπουν την χρήση ανάλυσης δεδομένων τους ελεύθερα ή κατόπιν αμοιβής.
5. Στη συλλογή πρωτογενών δεδομένων με διενέργεια δειγματοληπτικής έρευνας σε δείγμα πολιτών σχετικά με τις συνήθειες τους στην επαναχρησιμοποίηση και στην επιδιόρθωση.

2 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΜΗ ΘΕΣΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΜΕ ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

Κατά την καταγραφή μη θεσμικών και ιδιωτικών δράσεων, η αναζήτηση όφειλε να επεκταθεί σε εμπορικές και μη δράσεις και ενέργειες σχετικά με την επαναχρησιμοποίηση και την δημιουργική επαναχρησιμοποίηση, οι οποίες όμως δεν κατηγοριοποιούνται ως κλασικές επαγγελματικές κατηγορίες. Τέτοιες δράσεις μπορεί να είναι η διοργάνωση εκδηλώσεων με σκοπό την προώθηση ενεργειών επαναχρησιμοποίησης και επιδιόρθωσης, διαρκείς δράσεις μη κυβερνητικών οργανώσεων, δράσεις σωματείων, συλλόγων, δράσεις και εκδηλώσεις ανεπίσημων ομάδων πολιτών, ψηφιακών καναλιών επικοινωνίας καθώς και διαρκείς ψηφιακές δράσεις προώθησης της επαναχρησιμοποίησης.

Για την υλοποίηση του παραπάνω στόχου έλαβε χώρα συστηματική διερεύνηση και καταγραφή ανακοινωμένων εκδηλώσεων με στόχο δράσεις επαναχρησιμοποίησης (ανταλλακτικά παζάρια, παζάρια μεταχειρισμένων, δημιουργική επαναχρησιμοποίηση, διορθώσεις αγαθών) και αναζήτηση με στόχο την ποιοτική καταγραφή όλων των οντοτήτων.

2.1 ΚΑΝΑΛΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Με την έναρξη της πανδημίας, η ψηφιοποίηση διάφορων λειτουργιών της καθημερινότητας εξελίχθηκε αντικαθιστώντας την φυσική παρουσία. Με την ίδια γενεσιουργό αιτία το ηλεκτρονικό εμπόριο γνώρισε έκρηξη αποδοχής παγκοσμίως. Ένα μέρος της αγοράς, αυτό της αγοράς των μεταχειρισμένων, ακολούθησε την προαναφερθείσα τάση. Πλέον, οι πολίτες που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο χρησιμοποιούν ψηφιακές αγορές και ανεπίσημες ομάδες για να προσφέρουν ή να αναζητήσουν μεταχειρισμένα αγαθά. Τέτοιες αγορές άμεσης συναλλαγής, χωρίς διαμεσολάβηση κάποιου ειδικού ή επαγγελματιών, θεωρούμε για την παρούσα μελέτη ότι λαμβάνουν χώρα αυτόνομα και χάρη στο κανάλι επικοινωνίας.

Η αναζήτηση των καναλιών επικοινωνίας για συναλλαγές επαναχρησιμοποίησης, δε θα μπορούσε σε καμία περίπτωση να καταγράψει όλα τα κανάλια στα οποία λαμβάνει χώρα μια συνεννόηση με σκοπό την επαναχρησιμοποίηση. Πολλές φορές αυτό συμβαίνει σε θεματικά κανάλια/ομάδες που δεν σχετίζονται με την επαναχρησιμοποίηση όπως π.χ. οι ομάδες Facebook κατοίκων διάφορων δήμων, όπου είναι δύσκολη, αν όχι αδύνατη η καταγραφή ή/και η ποσοτικοποίηση τέτοιων δημοσιεύσεων και από νομικής πλευράς λόγω των όρων χρήσης της συγκεκριμένης πλατφόρμας, αλλά και από πρακτικής καθώς θα έπρεπε να σχεδιαστεί μια ιδιαίτερα ανοιχτή προσέγγιση για ταυτοποίηση τέτοιων δημοσιεύσεων σε ευρεία κλίμακα.

Από αυτό το υποκεφάλαιο παρατίθεται το ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1, στο οποίο αναφέρονται όλα τα καταγεγραμμένα κανάλια επικοινωνίας χαρακτηρισμένα και ως προς την συχνότητα δραστηριότητάς των μελών τους.

Καταγράφηκαν συνολικά 71 κανάλια άμεσης επικοινωνίας χρηστών για συνδιαλλαγές επαναχρησιμοποίησης δωρεάν ή με κάποια τιμή. Τα κανάλια χωρίστηκαν σε δυο κατηγορίες, στις ομάδες του Facebook που αποτελούν την μεγαλύτερη κατηγορία και στους ιστοτόπους. Η λειτουργία Marketplace ταξινομήθηκε ως ιστοτόπος καθώς δεν αποτελεί «Ομάδα» και είναι διακριτή λειτουργία του ιστοτόπου.

Πίνακας 1: Ποσοστά κατανομής καναλιών επικοινωνίας μεταχειρισμένων ειδών ανά επίπεδο δραστηριότητας στο κάθε κανάλι.

ΜΕΣΟ	ΑΝΕΝΕΡΓΟ	ΠΟΛΥ ΧΑΜΗΛΗ	ΧΑΜΗΛΗ	ΜΕΤΡΙΑ	ΥΨΗΛΗ	ΠΟΛΥ ΥΨΗΛΗ	ΣΥΝΟΛΟ
FACEBOOK GROUP	1.43%	0.00%	34.29%	28.57%	0.00%	0.00%	64.29%
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	4.29%	4.29%	10.00%	8.57%	5.71%	2.86%	35.71%
ΣΥΝΟΛΟ	5.71%	4.29%	44.29%	37.14%	5.71%	2.86%	100.00%

Την πλειοψηφία από τα 71 καταγεγραμμένα κανάλια αποτελούν ομάδες μέσα στον ιστότοπο του Facebook. Τα περισσότερα από αυτά έχουν μέτρια δραστηριότητα της τάξης της ημερήσιας ανάρτησης. Ξεχωρίζουν με περισσότερες αναρτήσεις για συνδιαλλαγή μεταχειρισμένων ανά ημέρα, θεματικές ομάδες όπως αυτές για τα μηδενικά απόβλητα ή για τα βιβλία. Τέλος ξεχωρίζουν με υψηλή και πολύ υψηλή δραστηριότητα το «car.gr», ο ιστότοπος της «Χρυσής Ευκαιρίας» και στην κορυφή βρίσκεται η λειτουργία του Marketplace από το Facebook.

Πρέπει να σημειωθεί πως διάφοροι άλλοι, κυρίως διεθνείς, ιστότοποι αν και έχουν πολύ υψηλή επισκεψιμότητα δεν είναι σαφές πόσο δημοφιλή είναι στους πολίτες της Περιφέρειας Αττικής παρ' όλα αυτά καταγράφηκαν καθώς αποτελούν επιλογή ως κανάλι επικοινωνίας για συνδιαλλαγή μεταχειρισμένων.

Επίσης πρέπει να αναφερθεί ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ξεκίνησε επίσημη αντιμονοπωλιακή έρευνα για να αξιολογήσει κατά πόσον το Facebook παραβίασε τους κανόνες ανταγωνισμού της ΕΕ χρησιμοποιώντας διαφημιστικά δεδομένα που συγκεντρώνει ιδίως από τους διαφημιζόμενους για να τους ανταγωνιστεί σε αγορές όπου δραστηριοποιείται, όπως στις μικρές αγγελίες. Η επίσημη έρευνα θα αξιολογήσει επίσης κατά πόσον το Facebook συνδέει τη διαδικτυακή υπηρεσία μικρών αγγελιών «Facebook Marketplace» με το κοινωνικό του δίκτυο κατά παράβαση των κανόνων ανταγωνισμού της ΕΕ.²

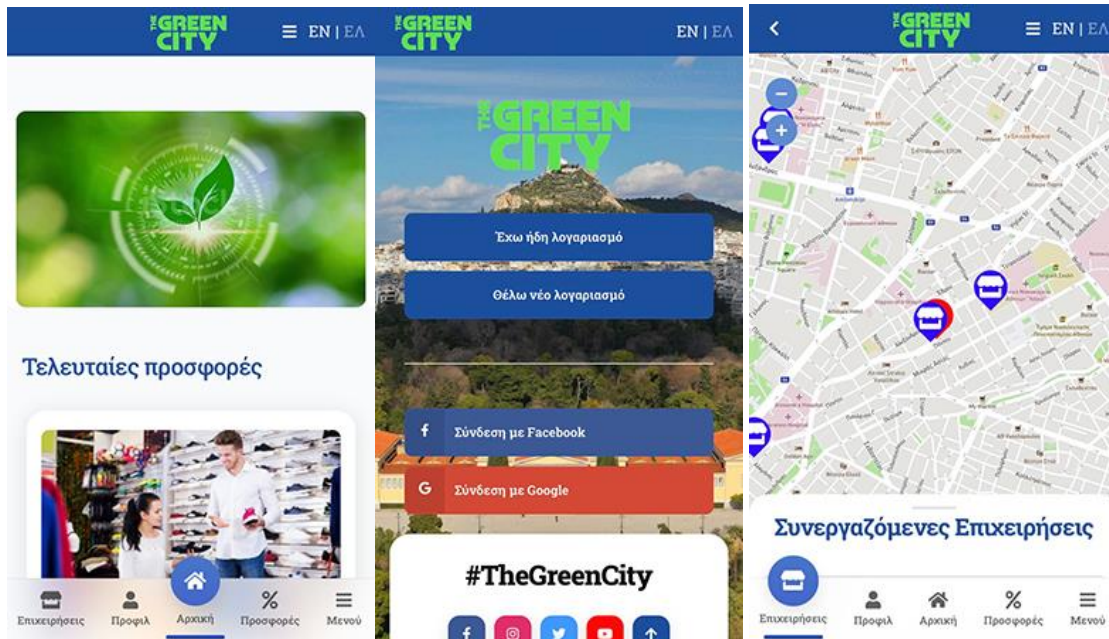
2.2 ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ-ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ-ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ

The Green City: «Συμμετέχω – Ανακυκλώνω – Κερδίζω»

Το πρόγραμμα Green City³ είναι μια ψηφιακή εφαρμογή και ένα επιχειρησιακό σχέδιο με στόχο την ευέλικτη και ανταποδοτική ανακύκλωση, το οποίο όμως στηρίζει και την μετάβαση στην κυκλική οικονομία. Οι κάτοικοι έχουν τη δυνατότητα να ανακυκλώνουν τα διαχωρισμένα υλικά πολλών κατηγοριών (Χαρτί/Χαρτόνι, Πλαστικά, Μεταλλικά Αντικείμενα, Αλουμίνιο, Γυαλί, Ηλεκτρονικός/Ηλεκτρικός Εξοπλισμός, Βρώσιμα Έλαια και Λίπη, καθώς και Ρούχα/Υφάσματα) και να επιβραβεύονται. Ανάλογα με τον τύπο και το βάρος κάθε υλικού που θα προσκομίζουν στα Κινητά Πράσινα Σημεία (υπάρχει ζυγιστικό μηχάνημα σε κάθε σημείο), θα κερδίζουν πόντους THE GREEN CITY. Στην δράση συμπεριλαμβάνονται και επιχειρήσεις, οποίες προσφέρουν υπηρεσίες στους πολίτες ανάλογα με τους κερδισμένους πόντους.

² <https://www.lawspot.gr/nomika-nea/antimonopoliaki-nomothesia-i-epitropi-xekinaei-ereyna-gia-facebook-marketplace>

³ <https://thegreencity.gr/>



Εικόνα 1. Το γραφικό περιβάλλον της πλατφόρμας Green City.

FollowGreen

Το FollowGreen⁴ αποτελεί ίσως την πιο διαδεδομένη ψηφιακή εφαρμογή για την προώθηση της επαναχρησιμοποίησης και της ανακύκλωσης στην Ελλάδα. Εντάσσεται στην κατηγορία ψηφιακού λογισμικού υποστήριξης Έξυπνων Πόλεων και απευθύνεται σε δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς οι οποίοι στοχεύουν στην συμμετοχή των πολιτών τους για μια εναλλακτική και ανταποδοτική διαχείριση των αποβλήτων τους. Περιέχει λειτουργίες βασικής ενημέρωσης σχετικά με τα θέματα της ανακύκλωσης και της επαναχρησιμοποίησης, λειτουργίες επιβράβευσης επίτευξης στόχων επιμόρφωσης σχετικά με τα ζητήματα της ανακύκλωσης και επαναχρησιμοποίησης μέσω της πλατφόρμας με χρήση βίντεο, κουίζ κ.ο.κ.. Τέλος, μια από τις σημαντικότερες λειτουργίες είναι η ενημέρωση και η επιβράβευση της ανακύκλωσης σε σημεία εγκεκριμένα από τον τοπικό δήμο προσφέροντας στον πολίτη την δυνατότητα εξαργύρωσης κερδισμένων πόντων σε τοπικές επιχειρήσεις ή δωρεά των πόντων σε τοπικά σχολεία.

⁴ <https://followgreen.gr/>

followgreen

ΔΗΜΟΣ ΠΕΡΙΣΤΕΡΙΟΥ

ΕΙΣΟΔΟΣ | ΕΓΓΡΑΦΗ

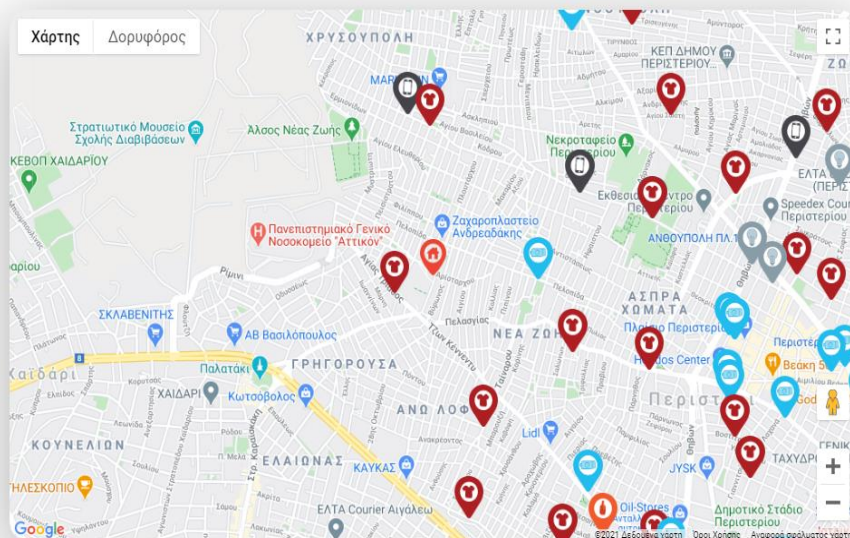
ΑΡΧΙΚΗ ΚΕΡΔΙΣΕ ΕΞΑΡΓΥΡΩΣΕ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΕ ΣΧΟΛΕΙΑ ΜΑΘΕ ΠΟΥ...

ΠΟΣ. ΑΕΙΟΥΡΓΕΤΕ ?

green mission

Αρχική > Πού ανακυκλώνεις

Μάθε πού ανακυκλώνεις στον Δήμο σου



Κοινωνικό Παντοπωλείο:

Στο Κοινωνικό Παντοπωλείο του Δήμου Περιστερίου συλλέγονται είδη τροφίμων όπως: γάλα εβαπορέ, ρύζι, όσπρια συσκευασμένα, ζυμαρικά, παιδικές - βρεφικές κρέμες, λαχανικά, φρούτα κ.α., είδη ατομικής υγιεινής, είδη ένδυσης και υπόδησης, βιβλίων, παιχνιδιών, cd κ.α.

Ημέρες και ώρες λειτουργίας:

Δευτέρα έως Παρασκευή, 9:00π.μ.-3:00π.μ. - Σάββατο 9:00π.μ. - 1:00π.μ.

Διεύθυνση: Ορχομενού & Αρκαδίας, Περιστερί

Πληροφορίες στο τηλέφωνο: 210 5743376

Εικόνα 2. Το γραφικό περιβάλλον της πλατφόρμας Followgreen.

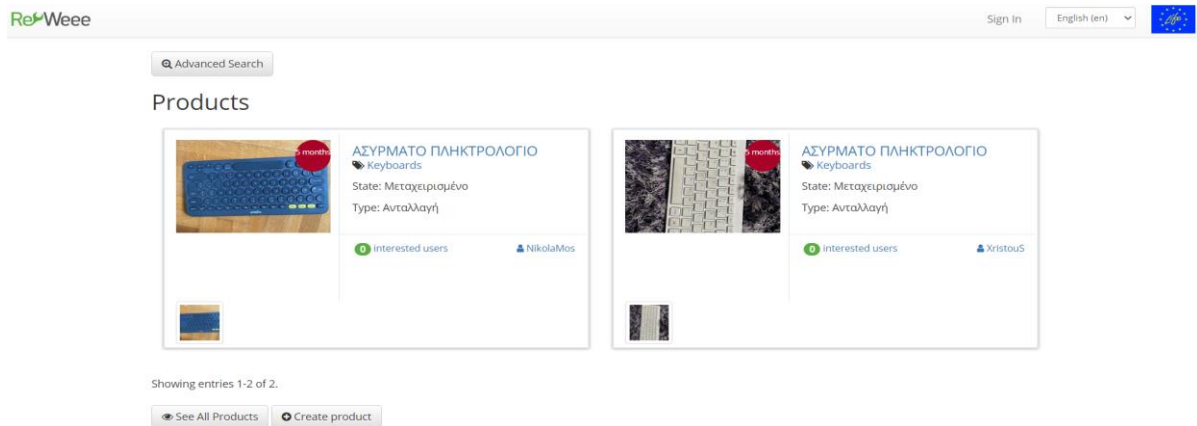
Η πλατφόρμα FollowGreen αν και δεν έχει την επαναχρησιμοποίηση ως άξονά της αποτελεί ένα σύστημα επιβράβευσης της επαναχρησιμοποίησης καθώς τροφοδοτεί κοινωνικές δομές για άπορους και αναξιοπαθούντες, από την ροή αγαθών στα σημεία που βρίσκονται υπό την διαχείριση της πλατφόρμας.

RE(W)EEE

Η διαδικτυακή πλατφόρμα RE(W)EEE⁵ δίνει την δυνατότητα στον χρήστη να δωρίσει ή να ανταλλάξει ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές. Έτσι, μία συσκευή που θα έμενε αχρησιμοποίητη σε ένα ράφι ή θα κατέληγε στη χειρότερη περίπτωση στον κάδο των απορριμμάτων, μπορεί να βρει μία “δεύτερη ζωή”.

Η διαδικτυακή πλατφόρμα RE(W)EEE σχεδιάστηκε και δημιουργήθηκε στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού έργου LIFE ReWeee (LIFE14/ENV/GR/000858) και η κύρια λειτουργία της είναι ένα marketplace όπου ο χρήστης διαθέτει τα προϊόντα του ή αναζητεί προϊόντα που έχουν αναρτηθεί από άλλους χρήστες.

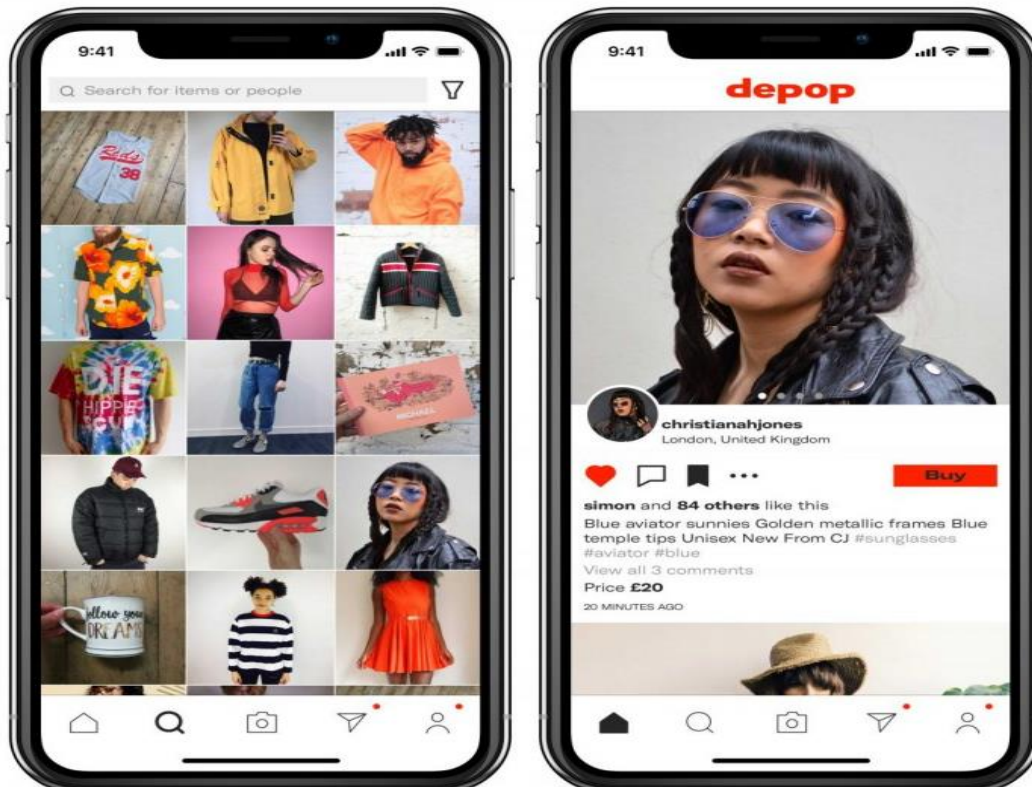
⁵ <https://reweee.hua.gr/en/>



Εικόνα 3. Το γραφικό περιβάλλον της πλατφόρμας RE(W)EEE.

Depop

Το Depop είναι μία social shopping εφαρμογή, μέσα από την οποία ο χρήστης μπορεί πολύ εύκολα να πουλήσει τα παλιά του ρούχα. Η εφαρμογή αποτελεί μια νέα τάση ειδικά μεταξύ των νέων. Η συγκεκριμένη πλατφόρμα καταφέρνει να συνδυάσει την χρήση της με τα προφίλ που διατηρεί ο χρήστης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Από κάποιο άλλο κανάλι επικοινωνίας ή μέσω κοινωνικής δικτύωσης δηλαδή μπορεί να προσκαλέσει την επαφή του και στο depop. Μέχρι σήμερα έχει πάνω από 15 εκατομμύρια χρήστες και έχει καταφέρει να χτίσει μια ολόκληρη κοινότητα χωρίς όμως να είναι γνωστή η δημοφιλία της μεταξύ των πολιτών της Περιφέρειας Αττικής.

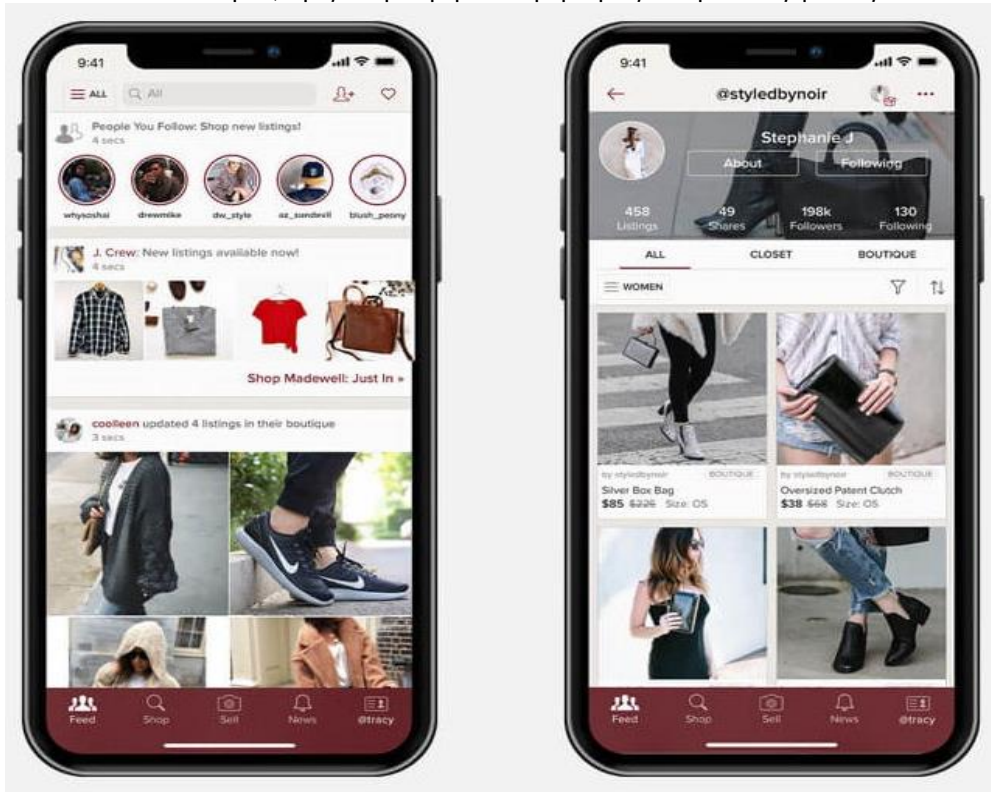


Εικόνα 4. Το γραφικό περιβάλλον διεπαφής της εφαρμογής Depop.

Poshmark

Το Poshmark είναι επίσης μία νέα τάση μεταξύ των νέων για την πώληση μεταχειρισμένων ρούχων. Το γραφικό περιβάλλον της εφαρμογής είναι πολύ φιλικό στο χρήστη καθώς έχει λειτουργίες και

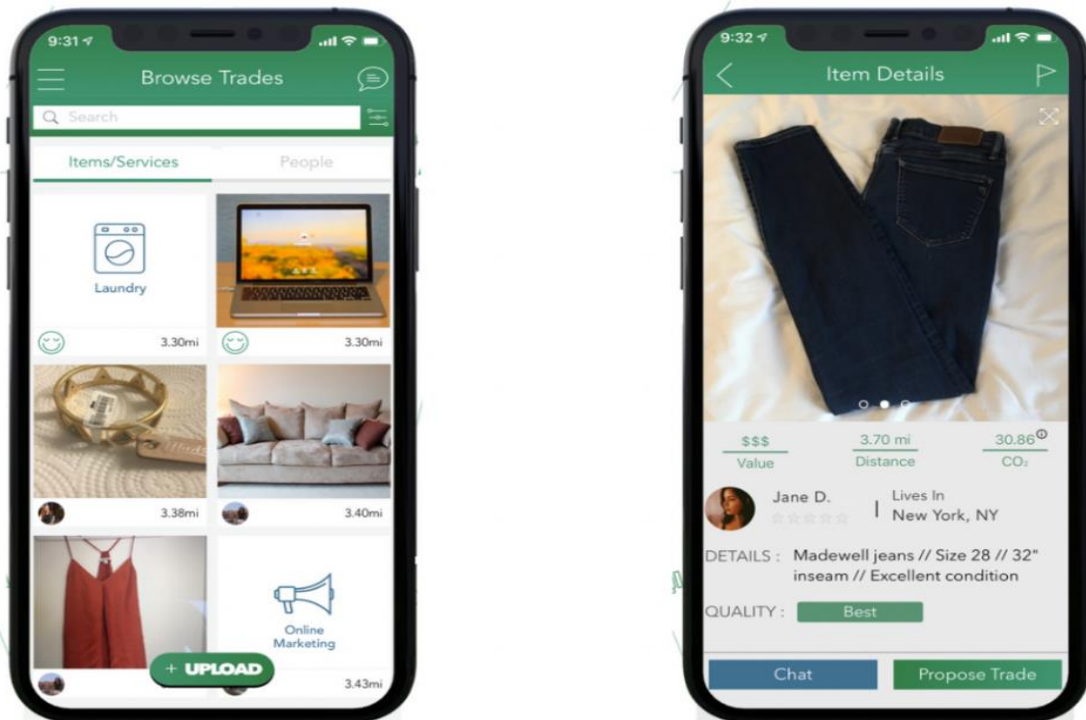
σχεδιασμό παρόμοιο με αυτό των Facebook και Instagram. Ο χρήστης δημοσιεύει μία φωτογραφία με αυτά που θέλει να πουλήσει, ορίζει την τιμή και την μοιράζεται με τους φίλους του.



Εικόνα 5. Το γραφικό περιβάλλον διεπαφής της εφαρμογής Poshmark.

ThredUP

Η εφαρμογή thredUP δεν είναι τόσο γνωστή όσο οι υπόλοιπες και επίσης η λειτουργία της διαφέρει αρκετά. Είναι αναγκαία μία αίτηση για την πώληση ενός προϊόντος, ώστε η εταιρεία να αποστείλει την συσκευασία της με προπληρωμένο τέλος, χωρίς να επιβαρυνθεί ο πολίτης με έξοδα αποστολής. Η ευθύνη του πολίτη είναι απλώς να γεμίσει την συσκευασία με το μεταχειρισμένο προϊόν. Η εταιρεία δέχεται συγκεκριμένες μάρκες ρούχων, ειδών σπιτιού, διακοσμητικών και αξεσουάρ, και έχει ως σκοπό την επαναχρησιμοποίηση προϊόντων που έχουν ήδη κάποια αξία για μεταπώληση.



Εικόνα 6. Το γραφικό περιβάλλον διεπαφής της εφαρμογής Thredup.

2.3 ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ

Το παρόν υποκεφάλαιο έχει στόχο να παρουσιάσει την έρευνα που έλαβε χώρα για την καταγραφή εκδηλώσεων με σκοπό την προώθηση ενεργειών επαναχρησιμοποίησης και επιδιόρθωσης, των διαρκών δράσεων ή σταθερών περιοδικών εκδηλώσεων μη κυβερνητικών οργανώσεων, δράσεις σωματείων, συλλόγων, δράσεις και εκδηλώσεις ανεπίσημων ομάδων πολιτών.

Η καταγραφή προσπάθησε να λάβει υπόψιν της όλες τις προαναφερθείσες κατηγορίες δράσεων που έλαβαν χώρα τους 16 μήνες που προηγήθηκαν της κατάθεσης του συγκεκριμένου παραδοτέου. Η καταγραφή βασίστηκε στις επίσημες, με δελτία τύπου, ανακοινωμένες δράσεις, στις αναζητήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στα δίκτυα για την κυκλική οικονομία και στις ίδιες τις απαντήσεις των πολιτών της Αττικής κατά την διάρκεια της δειγματοληψίας που έλαβε επίσης χώρα για την παρούσα μελέτη.

Σε αυτό το υποκεφάλαιο παρατίθεται το ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2, στο οποίο αναφέρονται όλες οι καταγεγραμμένες δράσεις και οι λοιποί φορείς δράσεων επαναχρησιμοποίησης.

Πίνακας 2: Καταγεγραμμένοι τύποι δράσεων στην Περιφέρεια Αττικής για το διάστημα 10/2020-04/2022

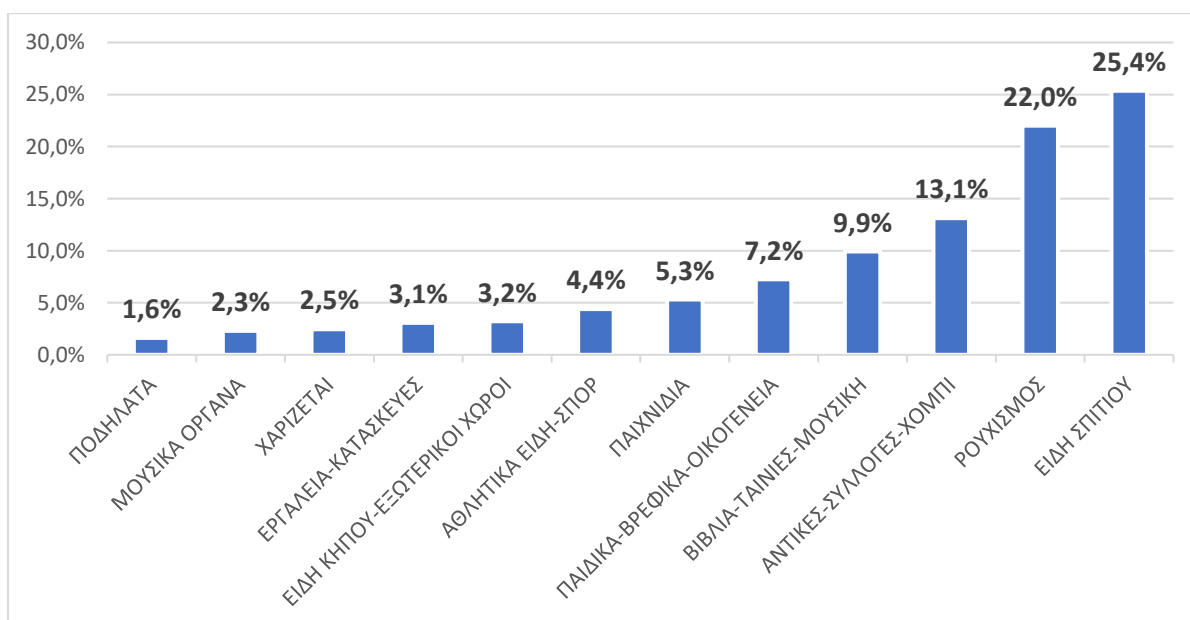
ΤΥΠΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	ΤΥΠΟΣ ΔΡΑΣΗΣ %	ΤΥΠΟΣ ΔΡΑΣΗΣ ΑΠΟΛΥΤΟ
ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ	24.32%	27
ΕΚΔΗΛΩΣΗ	52.25%	58
ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ ΜΚΟ/ ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ ΟΜΑΔΑ/ ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	23.42%	26
ΣΥΝΟΛΟ	100.00%	111

Στα πλαίσια της καταγραφής αναφέρθηκαν 26 δομημένοι οργανισμοί ή ομάδες που σαν κύριο ή έστω κύριο δευτερεύον αντικείμενο της επιχειρησιακής τους δράσης έχουν την επαναχρησιμοποίηση. Καταγράφηκαν 27 περιοδικές ή διαρκείς δράσεις, συμπεριλαμβανομένων επιδοτούμενων ή ερευνητικών προγραμμάτων επαναχρησιμοποίησης, με κοινωνικό χαρακτήρα. Τέλος, αναφέρθηκαν 58 εκδηλώσεις, συμπεριλαμβανομένων των διαδικτυακών, δηλαδή 3,5 εκδηλώσεις ανά μήνα με αναφορά ή με δραστηριότητα επαναχρησιμοποίησης στα πλαίσια της εκδήλωσης ή με κύριο θέμα την επαναχρησιμοποίηση, πώληση μεταχειρισμένων, επιδιόρθωση και recycling.

3 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΑΓΓΕΛΙΩΝ ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΜΕΝΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

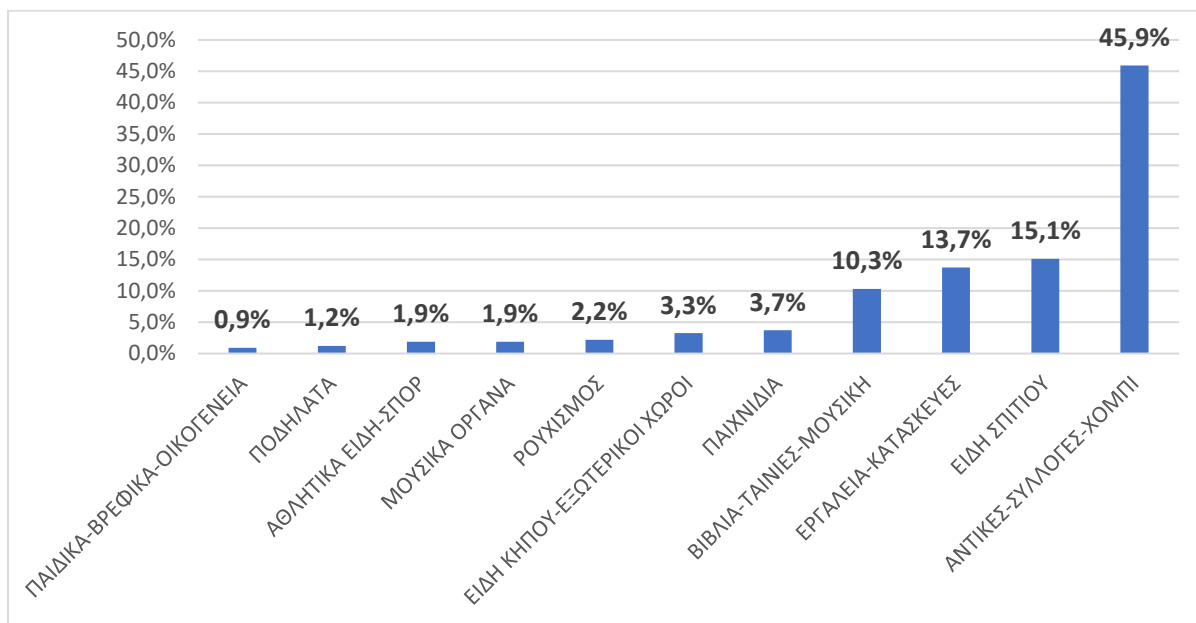
Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο γίνεται παρουσίαση των εκτιμήσεων του μεγέθους αγγελιών. Χρησιμοποιήθηκε φόρμα που σχεδιάστηκε με σκοπό την ομοιόμορφη χειροκίνητη καταγραφή αγγελιών από τα διάφορα μέσα όπως είναι οι ιστοσελίδες αγγελιών, ιστοσελίδες που λειτουργούν ως χώρος αγοροπωλησιών μεταχειρισμένων ειδών και σελίδες οργανισμών. Η καταγραφή έλαβε χώρα μεταξύ των μηνών Ιανουαρίου και Φεβρουαρίου του 2022 και βασίστηκε στις αναφορές ανά ημέρα των ίδιων των μέσων για τις καινούριες αγγελίες και σε σύνολο 50 διαφορετικών ημερών καταγραφής.

Κατά μέσο όρο καθημερινά υπήρξαν 147.278 καινούριες καταχωρήσεις. Οι κατηγορίες των ειδών σπιτιού και του ρουχισμού (σε αυτή τη περίπτωση συμπεριλαμβανομένων των παπουτσιών), αποτελούν τις δυο κυρίαρχες κατηγορίες.



Διάγραμμα 1: Συχνότητα αγγελιών ανά κατηγορία μεταχειρισμένου προσφερόμενου αγαθού.

Αντιστοίχως, το ποσό, κατά μέσο όρο, των τιμών προσφοράς των αναρτημένων αγγελιών για τις 50 ημέρες της καταγραφής είναι 757.427,83 €. Από την ανάλυση έχουν αφαιρεθεί ακραίες τιμές αντικειμένων που θεωρήθηκαν λανθασμένες και θα αλλοίωναν την τελική τιμή.



Διάγραμμα 2: Μερίδιο τιμών προσφοράς, κατά μέσο όρο, ανά κατηγορία μεταχειρισμένων ειδών.

Είναι εμφανές ότι κατηγορίες με λιγότερες αγγελίες μπορεί να έχουν μεγαλύτερη προσφερόμενη τιμή, ως αποτέλεσμα και της μεγαλύτερης εκτίμησης της αξίας των αντικειμένων. Αυτό είναι εμφανές στην περίπτωση των αντικειμένων ρουχισμού, όπου το 22% των συνολικών αγγελιών και μεταχειρισμένων ειδών προς διάθεση αντιστοιχεί μόλις στο 2,2% της συνολικής αξίας των προσφερόμενων μεταχειρισμένων κατά μέσο όρο.

4 ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ ΣΤΟΥΣ ΠΟΛΙΤΕΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ

Για την καταγραφή δράσεων πρόληψης και επαναχρησιμοποίησης στα όρια των Δήμων της Περιφέρειας Αττικής υπό την διοικητική μέριμνα ή αρωγή ή σε επέκταση αυτού του πλαισίου για τις συνήθειες των πολιτών, χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο που κατατέθηκε στο παραδοτέο 1 «Μεθοδολογία Καταγραφής της Υφιστάμενης Κατάστασης». Για να πραγματοποιηθεί εκτίμηση της εγκυρότητας και της αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου και να διορθωθούν όσο το δυνατόν περισσότερο τα λάθη και οι παραλείψεις, υπήρξε συνεργασία με το αρμόδιο τμήμα του ΕΔΣΝΑ. Διενεργήθηκε ήδη απαραίτητη πιλοτική μελέτη (pilot study) με σχετικά μικρό αριθμό συμμετεχόντων (20-25), έτσι ώστε να πραγματοποιηθεί μια προκαταρκτική εκτίμηση της εγκυρότητας και της αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου και να διορθωθούν όσο το δυνατόν περισσότερο τα λάθη και οι παραλείψεις.

Θεωρητικοί στόχοι

- Θ.1. Η καταγραφή των υφιστάμενων δράσεων και δραστηριοτήτων που αφορούν την επαναχρησιμοποίηση και τη δημιουργική επαναχρησιμοποίηση αγαθών.
- Θ.2. Η ποιοτική καταγραφή και η καταγραφή ενδεικτικών τάσεων αποδοχής των επαναχρησιμοποιούμενων αγαθών από το γενικό πληθυσμό.
- Θ.3. Η κατανόηση των αποτρεπτικών παραγόντων για την συμμετοχή των πολιτών σε σχήματα επαναχρησιμοποίησης.

Ερευνητικοί στόχοι

- E.1. Να αναζητηθούν και να αξιολογηθούν τα μη επίσημα δίκτυα συναλλαγών επαναχρησιμοποιούμενων αγαθών.
- E.2. Να συσχετιστούν η αποδοχή και οι συνήθειες με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά.
- E.3. Να αναζητηθούν οι τάσεις και η άποψη του γενικού πληθυσμού σχετικά με τα εμπόδια και τα κίνητρα στις συναλλαγές επαναχρησιμοποίησης.
- E.4. Να αξιολογηθεί το επίπεδο αποδοχής των υπάρχουσών δράσεων επαναχρησιμοποίησης και η διάθεση συμμετοχής σε αυτές.

Διατύπωση ερευνητικών ερωτημάτων

Για τη δημιουργία του ερωτηματολογίου έγινε αναζήτηση στη διεθνή βιβλιογραφία, σταθμισμένων ερωτηματολογίων που καλύπτουν τους ερευνητικούς στόχους που καθορίστηκαν. Το ερωτηματολόγιο αποτελεί σύνθεση ερωτημάτων της ομάδας εργασίας και ερωτημάτων από σταθμισμένα ερωτηματολόγια δημοσιευμένα σε έγκριτα (peer reviewed), αυξημένης βαρύτητας, επιστημονικά περιοδικά, κατάλληλα τροποποιημένα στην πολιτισμική πραγματικότητα και τις συνθήκες της Ελλάδας και της Περιφέρειας Αττικής.^{6, 7}

⁶ Wilts, H., Fecke, M. and Zeher, C., 2021. Economics of Waste Prevention: Second-Hand Products in Germany. *Economies*, 9(2), p.74.

⁷ <https://imegseevee.gr/wp-content/uploads/2021/01/etisia-ereuna-eisodimatos-2020.pdf>

Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και η συμμετοχή εθελοντική. Λόγω του ότι καταγράφονται τα κοινωνικά, οικονομικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων/ουσών, οι ερωτήσεις δεν ήταν υποχρεωτικές κάτι που θα εμπόδιζε τους συμμετέχοντες να συνεχίσουν στις υπόλοιπες ερωτήσεις.

Χρησιμοποιήθηκαν και οι δύο βασικές κατηγορίες ερωτήσεων που χρησιμοποιούνται κατά βάση στα ερωτηματολόγια, οι ερωτήσεις ανοικτού και κλειστού τύπου. Οι ερωτήσεις ανοικτού τύπου προσφέρουν στον ερωτώμενο την δυνατότητα ελευθερίας της προσωπικής έκφρασης στις απαντήσεις και προσβλέπουν κυρίως στην καταγραφή επιπλέον δράσεων επαναχρησιμοποίησης οι οποίες τυχόν δεν καταγράφηκαν από την υπόλοιπη παρούσα μελέτη.

Οι ερωτήσεις κλειστού τύπου που χρησιμοποιήθηκαν διακρίνονται στις εξής υποκατηγορίες:

- Διχοτομικές, όπου ο ερωτώμενος καλείται να διαλέξει την απάντησή του ανάμεσα σε δύο επιλογές όπως το «ΝΑΙ» ή «ΟΧΙ».
- Ερωτήσεις βαθμονόμησης, οι οποίες διαθέτουν περισσότερες επιλογές απαντήσεων, βαθμονομημένες και διατυπωμένες έτσι ώστε ο ερωτώμενος να μπορεί να απαντήσει επιλέγοντας μία από αυτές, όπως για παράδειγμα εκφράσεις αναγνώρισης της ατομικής πρόθεσης του ερωτώμενου/ης.
- Ερωτήσεις διαβαθμισμένης κλίμακας, στις οποίες ο ερωτώμενος καλείται να βαθμολογήσει μια κατηγορία απαντήσεων βάση μιας συγκεκριμένης κλίμακας.
- Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, όπου ο ερωτώμενος δύναται να επιλέξει περισσότερες από μία απαντήσεις που του προσφέρονται και χρησιμοποιήθηκαν για να αναδείξουν την τάση μεταξύ του συνόλου των επιλογών.

Στο ερωτηματολόγιο συμπεριλαμβάνονται πληροφορίες που αφορούν:

- Τον φορέα και το σκοπό για τον οποίο διεξάγεται η έρευνα, ώστε να δημιουργείται το απαραίτητο κλίμα εμπιστοσύνης για τη σωστή συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.
- Διευκρινίζεται από την αρχή στον ερωτώμενο ότι η έρευνα εξασφαλίζει την ανωνυμία και το απόρρητο των απαντήσεων σε τρίτους, ώστε να δημιουργείται το απαραίτητο κλίμα εμπιστοσύνης για τη σωστή συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.
- Η διατύπωση των ερωτήσεων έγινε με όσο το δυνατό μεγαλύτερη ακρίβεια και σαφήνεια ώστε να μην κατευθύνει τον ερωτώμενο προς κάποια απάντηση, με το πλήθος των επιλογών που διατίθεται για να απαντήσει κάποιος, να είναι τέτοιο που να δίνει την δυνατότητα έκφρασης της πραγματικής άποψης του δείγματος για το θέμα.
- Προτιμήθηκε το ερωτηματολόγιο να είναι σύντομο, δηλαδή η διάρκειά του να κυμαίνεται από 5 έως 15 λεπτά το μέγιστο, μαζί με την ενημερωτική ενότητα για την αποφυγή κούρασης και εγκατάλειψης της διαδικασίας.

Οι ερωτήσεις ομαδοποιήθηκαν ανάλογα με το περιεχόμενό τους και διαμορφώθηκαν ομοιογενείς ενότητες που περιλαμβάνουν παρόμοια ερωτήματα ώστε το δείγμα να μπορεί να εστιάζει κάθε φορά την προσοχή του στο επικείμενο θέμα και να μην αποπροσανατολίζεται.

Τέλος, στο ερωτηματολόγιο παρουσιάστηκε μια ενημερωτική ενότητα πριν αναπτυχθούν πιο συγκεκριμένες ερωτήσεις. Αυτό είχε ως σκοπό να προβληματίσει τους συμμετέχοντες, καθώς και να δημιουργήσει το κατάλληλο υπόβαθρο για την συγκεκριμένη έρευνα. Επίσης, είχε ως στόχο και την προβολή της δράσης σχετικά με την δημιουργία Κ.Δ.Ε.Υ στην Περιφέρεια Αττικής.

Η ενημερωτική ενότητα όπως χρησιμοποιήθηκε:

«Κάθε εργασία με την οποία προϊόντα ή συστατικά στοιχεία τα οποία δεν είναι απόβλητα χρησιμοποιούνται εκ νέου για τον ίδιο σκοπό για τον οποίο σχεδιάστηκαν, ορίζεται σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία και τους διεθνείς ορισμούς ως επαναχρησιμοποίηση.

Αυτό σημαίνει ότι τα αγαθά και τα προϊόντα ύστερα από ελάχιστη έως καθόλου επιδιόρθωση, όταν χρησιμοποιούνται για τον ίδιο σκοπό για τον οποίο έχουν σχεδιαστεί, μπορούν να θεωρηθούν ως επαναχρησιμοποιούμενα.

Η λίστα των επαναχρησιμοποιούμενων οικιακών αντικειμένων είναι ευρεία. Ανάμεσα σε άλλα επαναχρησιμοποιούμενα είδη τα οποία προέρχονται από την χρήση του στο σπίτι μας, κατατάσσονται εξοπλισμός γραφείου, τα τραπέζια, οι καρέκλες, τα ράφια, οι υπολογιστές και τα ηλεκτρονικά είδη όπως εκτυπωτές, συσκευές φαξ, τηλεοράσεις, ρούχα, πιάτα, παιδικά παιχνίδια, είδη διακόσμησης, ποδήλατα και σίγουρα πολλά περισσότερα ακόμη.

Βέβαια σημαντικό στοιχείο είναι τα επαναχρησιμοποιούμενα είδη να μπορούν να επιτελέσουν το σκοπό για τον οποίο προορίζονται ή να υπάρχει η δυνατότητα να επιδιορθωθούν με απλό και οικονομικά συμφέρον τρόπο ώστε ο επόμενος χρήστης/ρια να μπορεί να το εκμεταλλευτεί με τον ίδιο λειτουργικό τρόπο.»

Παρακάτω οι ενότητες Ερωτηματολογίου για το γενικό πληθυσμό της Περιφέρειας Αττικής:

1. Δημογραφικά και Κοινωνικά Στοιχεία
2. Κατανόηση των διάφορων μεθόδων και μοντέλων διαχείρισης αποβλήτων
3. Ενημερωτική Ενότητα
4. Εμπειρία των πολιτών ως προς την επιδιόρθωση των αγαθών
5. Εμπειρία των πολιτών ως προς τα επαναχρησιμοποιούμενα προϊόντα και την επαναχρησιμοποίηση
6. Δημοφιλία των δικτύων επαναχρησιμοποίησης μεταξύ των πολιτών

Το ερωτηματολόγιο και οι απαντήσεις του παρατίθενται στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3.

Δειγματοληψία

Η έρευνα διενεργήθηκε σε δυο φάσεις και με δυο διαφορετικά μέσα. Η μια φάση αφορούσε την διαδικτυακή δειγματοληψία και η άλλη την δειγματοληψία με φυσικό διαμοιρασμό έντυπων ερωτηματολογίων.

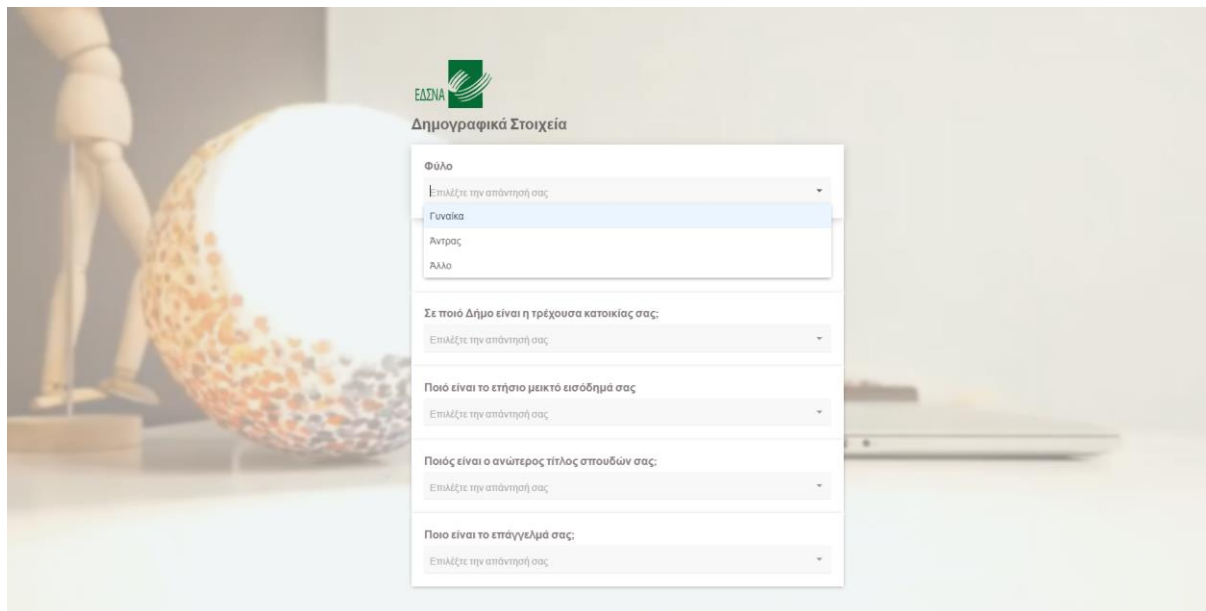
Διαδικτυακή Δειγματοληψία

Για τις ανάγκες της διαδικτυακής δειγματοληψίας αναπτύχθηκε γραφικό περιβάλλον χρήστη και αναρτήθηκε στις ιστοσελίδες της υπηρεσίας, της Περιφέρειας Αττικής, δήμων και οργανισμών δηλαδή τους ιστοτόπους www.edsna.gr και www.stopwaste.gr. Το περιβάλλον χρήστη παρουσίασε μια φιλική στο χρήστη αισθητική, με περιβαλλοντικό μήνυμα επαναχρησιμοποίησης μέσω βίντεο στο υπόβαθρο και σεβόμενο όλες τις αρχές της συμπερίληψης και προσβασιμότητας.



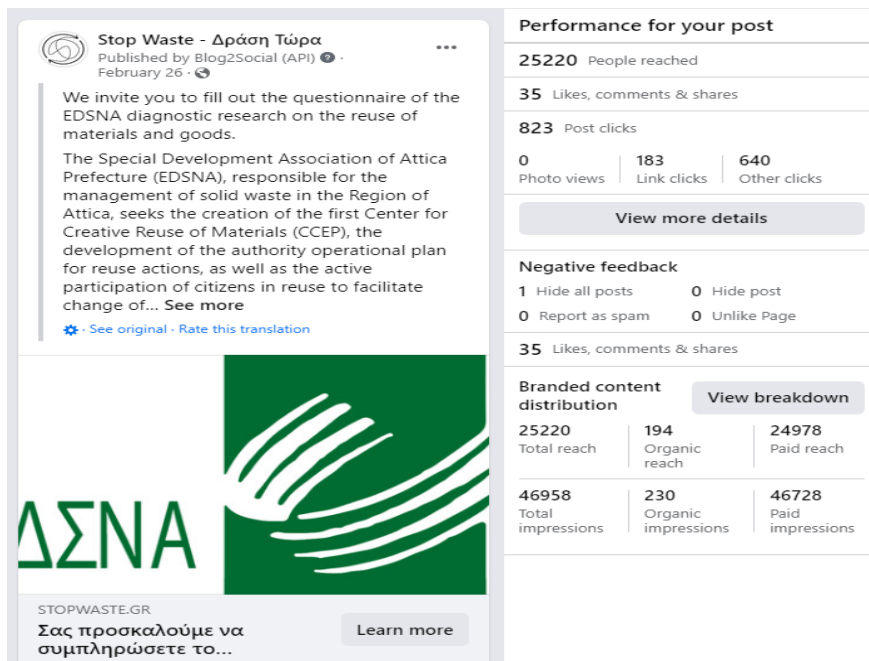
Εικόνα 7. Η αρχική σελίδα του γραφικού περιβάλλοντος διεπαφής χρήσης, με αποτύπωμα στιγμής του κινηματογραφημένου υποβάθρου.

Επίσης, σχεδιάστηκε το μονοπάτι της εμπειρίας χρήστη με τρόπο τέτοιο που να διευκολύνει την άμεση απάντηση των ερωτημάτων.



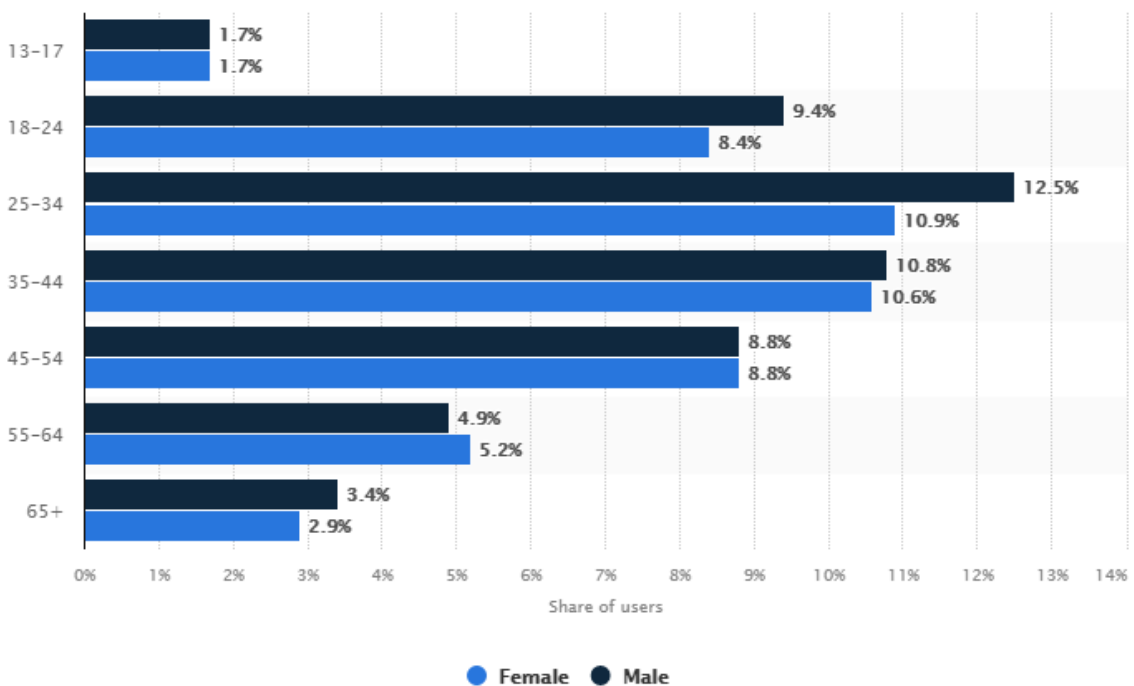
Εικόνα 8. Το περιβάλλον ανάρτησης των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου.

Η δειγματοληψία έλαβε χώρα στο διάστημα μεταξύ 18 και 27 Φεβρουαρίου 2022. Στο συγκεκριμένο διάστημα αναρτήθηκαν διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης της σελίδας του Facebook «Stop Waste – Δράση Τώρα».



Εικόνα 9: Στατιστικά απόδοσης πληρωμένης διαφήμισης για το μέσο κοινωνικής δικτύωσης Facebook.

Κατά μέσο όρο ημερησίως η διαφήμιση εμφανίστηκε σε περίπου 20.000 χρήστες - κατοίκους της Περιφέρειας Αττικής και κατά μέσο όρο 180 από αυτούς τους χρήστες επέλεξαν να ανοίξουν τη σελίδα με το ερωτηματολόγιο. Το ποσοστό αντίδρασης με την διαφήμιση είναι στο 1% και θεωρείται λογικό για μια καινούρια σελίδα και για το περιεχόμενο το οποίο διαφημίζεται, το οποίο δεν προσφέρει κάτι. Με βάση τα παραπάνω η δειγματοληψία θεωρείται τυχαία στα πλαίσια του διαδικτύου και του κοινωνικού δικτύου του Facebook.



Εικόνα 10: Η ηλικιακή κατανομή των χρηστών του Facebook.

Έτσι η επιλογή του δείγματος θα μπορεί να γίνει όσο το δυνατό πιο τυχαία, με μοναδικό κριτήριο την επιθυμία των πολιτών να συμμετάσχουν στην έρευνα. Οι ηλικίες που χρησιμοποιούν περισσότερο το facebook στην Ελλάδα είναι κυρίως από τα 18 μέχρι τα 54.

Τέλος, σημαντικό στοιχείο στην πορεία της ηλεκτρονικής διανομής του ερωτηματολογίου είναι η δημοσίευση και το κάλεσμα για συμπλήρωση από την ομάδα εργασίας, σε ομάδες του συγκεκριμένου μέσου κοινωνικής δικτύωσης, οι οποίες έχουν συναφή θεματολογία.

Φυσικός Διαμοιρασμός Ερωτηματολογίων

Για τις ανάγκες της δειγματοληψίας με φυσικό διαμοιρασμό από καταγραφείς, δημιουργήθηκε ομάδα διαμοιρασμού όπου σε συνεργασία με συλλόγους (αθλητικούς και εξωραϊστικούς) αλλά και οργανώσεις διαμοίρασαν το ερωτηματολόγιο στο ευρύτερο κοινωνικό τους δίκτυο, κατά την διάρκεια εκδηλώσεων. Το δείγμα ήταν τυχαίο, εκτός από την κατανομή φύλου, ούτως ώστε να μην υπάρχει απόκλιση ως προς αυτήν την παράμετρο. Ο φυσικός διαμοιρασμός των ερωτηματολογίων έλαβε χώρα από 14 έως 28 Ιανουαρίου 2022.

Από προηγούμενες παρόμοιες μελέτες^{8,9} πιθανότερο στο ερωτηματολόγιο είναι τελικά να απάντησαν πολίτες που ενδιαφέρονται να προβληματιστούν γύρω από τα ζητήματα της Καθαριότητας και της Ανακύκλωσης, και της Επαναχρησιμοποίησης και οι περισσότεροι ευαισθητοποιημένοι. Η συγκεκριμένη δράση έπρεπε να προσαρμοστεί επιχειρησιακά λόγω της έξαρσης της πανδημίας, καθώς και της προκατάληψης ενάντια στις δημοσκοπήσεις και την απογραφή. Αυτοί οι δυο παράγοντες έκριναν πρακτικά αδύνατο να υπάρξει μαζική αυθόρμητη συμμετοχή από κεντρικά σημεία της πόλης.

4.2 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ – ΜΟΝΟΔΙΑΣΤΑΤΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται αναλυτικά τα περιγραφικά στοιχεία των μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκαν στην παρούσα ανάλυση. Στόχος είναι η ενημέρωση του αναγνώστη της παρούσας μελέτης σχετικά με τις απαντήσεις που δόθηκαν και η πρωταρχική ανάλυσή τους για τις γενικές τάσεις. Επιδιώκεται η συνέχεια του συγκεκριμένου κεφαλαίου να λειτουργήσει ως υπόβαθρο για την αναζήτηση μοτίβων στις απαντήσεις κατά την δισδιάστατη περιγραφική ανάλυση.

Στην έρευνα συμμετείχαν συνολικά 507 πολίτες εκ των οποίων οι 165 συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο σε έντυπη μορφή και οι 342 σε ηλεκτρονική. Στους 507 πολίτες δεν συμπεριλαμβάνονται τα 25 απαντημένα ερωτηματολόγια της πιλοτικής δειγματοληψίας, καθώς το ερωτηματολόγιο διαμορφώθηκε ως τελικό σε μεταγενέστερο στάδιο. Επίσης, δε συμπεριλήφθηκαν 67 ερωτηματολόγια που απαντήθηκαν σε ποσοστό μικρότερο του 50% των ερωτήσεών τους.

Πριν την παρουσίαση των αποτελεσμάτων κρίνεται αναγκαίο να επισημανθεί ότι πραγματοποιήθηκε έλεγχος αξιοπιστίας εσωτερικής συνέπειας (internal consistency reliability) ο οποίος εκτιμά τη συνέπεια των απαντήσεων των συμμετεχόντων, δηλαδή εάν οι ερωτηθέντες απάντησαν με παρόμοιο τρόπο μεταξύ των ερωτήσεων που τους έγιναν και δεν είχαν νοηματική αντίφαση ή ασυνέπεια. Για παράδειγμα, εάν ένας συμμετέχοντας είχε απαντήσει αρνητικά στην ερώτηση «Σας ενδιαφέρει η προστασία του περιβάλλοντος;» αλλά απαντούσε θετικά στην ερώτηση «Συμμετέχετε ενεργά σε

⁸ Πολιτικές ανακύκλωσης: Διερεύνηση των Αντιδράσεων και της Συμμετοχής των Πολιτών Κωνσταντίνος Κουτελιδάκης

⁹ Τοπικό Σχέδιο Διαχείρισης Στερεών Αποβλήτων Δήμου Βύρωνος

δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος;» θα ήτανε μια εμφανής αντίθεση που θα έβλαπτε την αξιοπιστία της δειγματοληψίας. Για τον έλεγχο αξιοπιστίας χρησιμοποιήθηκαν οι μέθοδοι Kuder-Richardson ¹⁰, ¹¹ ως προς τις διχοτομικές ερωτήσεις ελέγχου και όπου ήταν εφικτό και για τις ερωτήσεις με παραπάνω από 2 κατηγορίες (όπως στις κλίμακες Likert 1-5) χρησιμοποιήθηκε με τη χρήση του συντελεστή Cronbach's alpha^{12,13}

Οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν για τον υπολογισμό του Kuder-Richardson

1. Σας ενδιαφέρει η προστασία του περιβάλλοντος;
2. Συμμετέχετε ενεργά σε δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος;
3. Έχετε δωρίσει αγαθά στο συγγενικό σας ή φιλικό σας περιβάλλον, τα οποία δε σας ήταν πλέον χρήσιμα;
4. Έχετε δωρίσει αγαθά σε κάποιο οργανισμό, μη κερδοσκοπική οργάνωση, συλλογικότητα, επίσημο ή ανεπίσημο φορέα, τα οποία δε σας ήταν πλέον χρήσιμα;
5. Το συγγενικό ή φιλικό σας περιβάλλον σας έχει δωρίσει αγαθά τα οποία δεν τους ήταν πλέον χρήσιμα αλλά εσείς τα χρειαζόσασταν;
6. Σας έχουν παραχωρηθεί από κάποιο οργανισμό ή φορέα αγαθά τα οποία εσείς χρειαζόσασταν;
7. Έχετε πουλήσει ποτέ κάποιο χρησιμοποιημένο από εσάς αγαθό σε κάποιον/α ή σε μαγαζί;
8. Έχετε αγοράσει ποτέ κάποιο χρησιμοποιημένο αγαθό;
9. Έχετε επιδιορθώσει, με τη βοήθεια ειδικού ή χωρίς, στο παρελθόν κάποιο αγαθό που διαφορετικά θα το πετούσατε;
10. Ποια μέσα χρησιμοποιήσατε για να πουλήσετε κάποιο μεταχειρισμένο προϊόν;
11. Ποια μέσα χρησιμοποιήσατε για να δώσετε κάποιο μεταχειρισμένο προϊόν;

Οι τιμές του συντελεστή Kuder-Richardson και του συντελεστή Cronbach's alpha πρέπει να είναι τουλάχιστον $\geq 0,7$ και $< 0,95$ διαφορετικά θα έπρεπε να αντιμετωπιστούν με δυσπιστία ως μη επιθυμητές, και η τροποποίηση ή η αφαίρεση μερικών στοιχείων θα ήτανε αναγκαία. Στην παρούσα μελέτη και στις διχοτομικές ερωτήσεις με αυξημένη σημασία ο συντελεστής είχε τιμή Kuder-Richardson 0.816 με χρήση του υπολογιστικού λογισμικού SPSS.

4.2.1 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Οι συμμετέχοντες/ουσες στην δειγματοληψία κάλυψαν ένα μεγάλο μέρος της χωρικής επικράτειας του λεκανοπεδίου της Αττικής. Συνολικά προέρχονταν από 59 διαφορετικούς δήμους, όλοι στην ευρύτερη περιοχή του λεκανοπεδίου. Επιπροσθέτως, έγινε προσπάθεια να καλύπτουν σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο βαθμό ισόποσα σχετικά με το χαρακτηριστικό του φύλου.

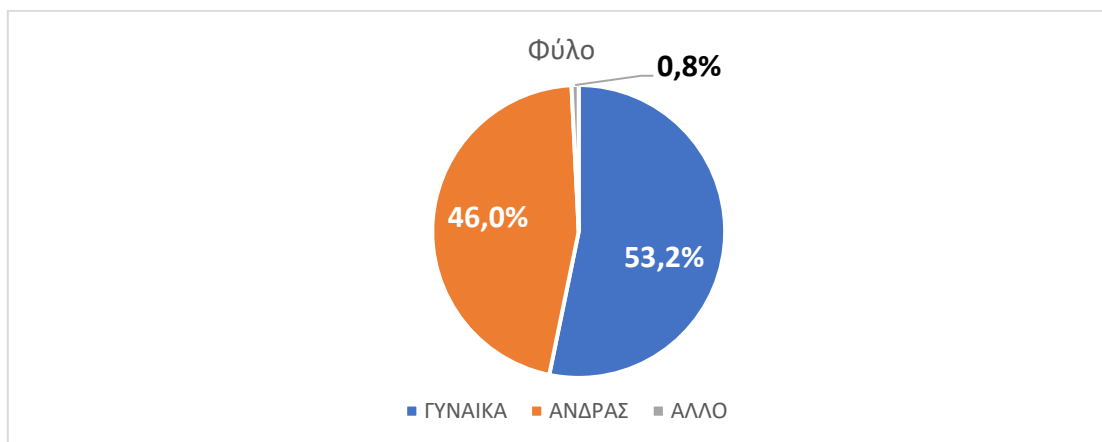
¹⁰ GIBBON B. Validity and reliability of assessment tools. Nurs Res 1995, 2:48–55

¹¹ LITWIN MS. How to measure survey reliability and validity. Sage Publications, London, 1995

¹² CRONBACH LJ. Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrika 1951, 16:297–334

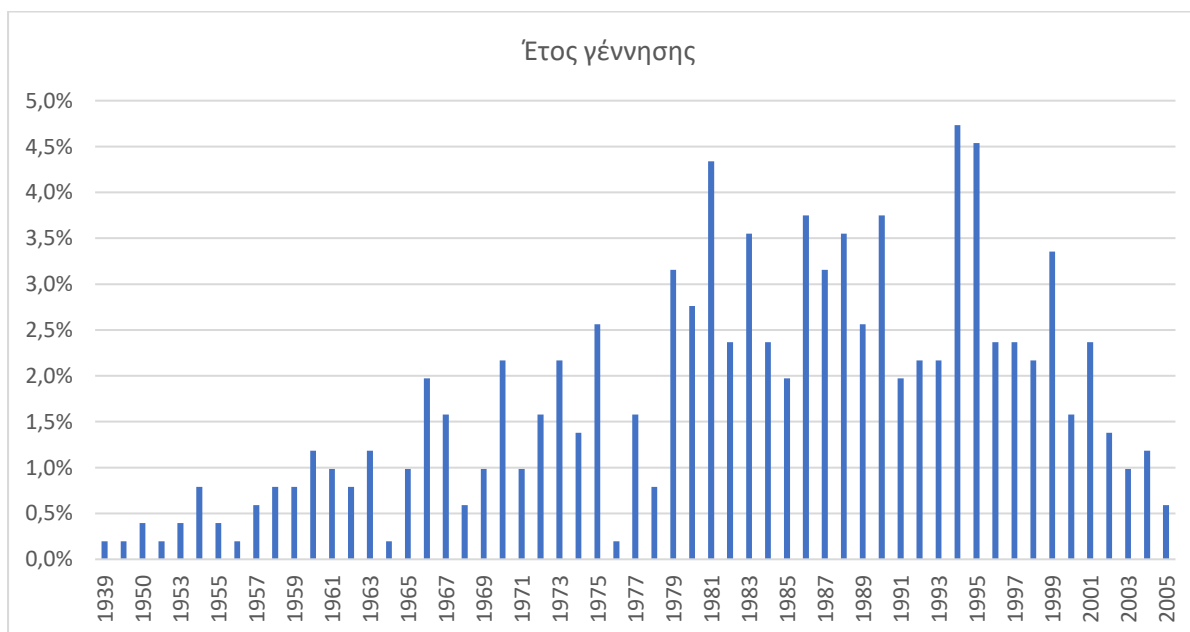
¹³ BLAND JM, ALTMAN DG. Cronbach's alpha. Br Med J 1997, 314:572

Η ανταπόκριση υπήρξε ωστόσο μεγαλύτερη από το γυναικείο φύλο σε ποσοστό 53,2% έναντι του αντίστοιχου 46% του ανδρικού φύλου.



Διάγραμμα 3: Πίτα κατανομής του φύλου των συμμετεχόντων στην έρευνα.

Η ηλικιακή κατανομή εμφανίζεται αντίστοιχα στον παρακάτω πίνακα. Καλύφθηκε ένα συνολικό εύρος ηλικιών από 17 έως 83 ετών. Σημαντικό είναι πως το 63,11% (320 από τους 507) των συμμετεχόντων ήταν στην ηλικιακή ομάδα μεταξύ 23 και 43 ετών, καλύπτοντας έτσι το πλέον ενεργό κομμάτι του πληθυσμού.



Διάγραμμα 4: Διάγραμμα συχνότητας απαντήσεων για την χρονολογία γέννησης.

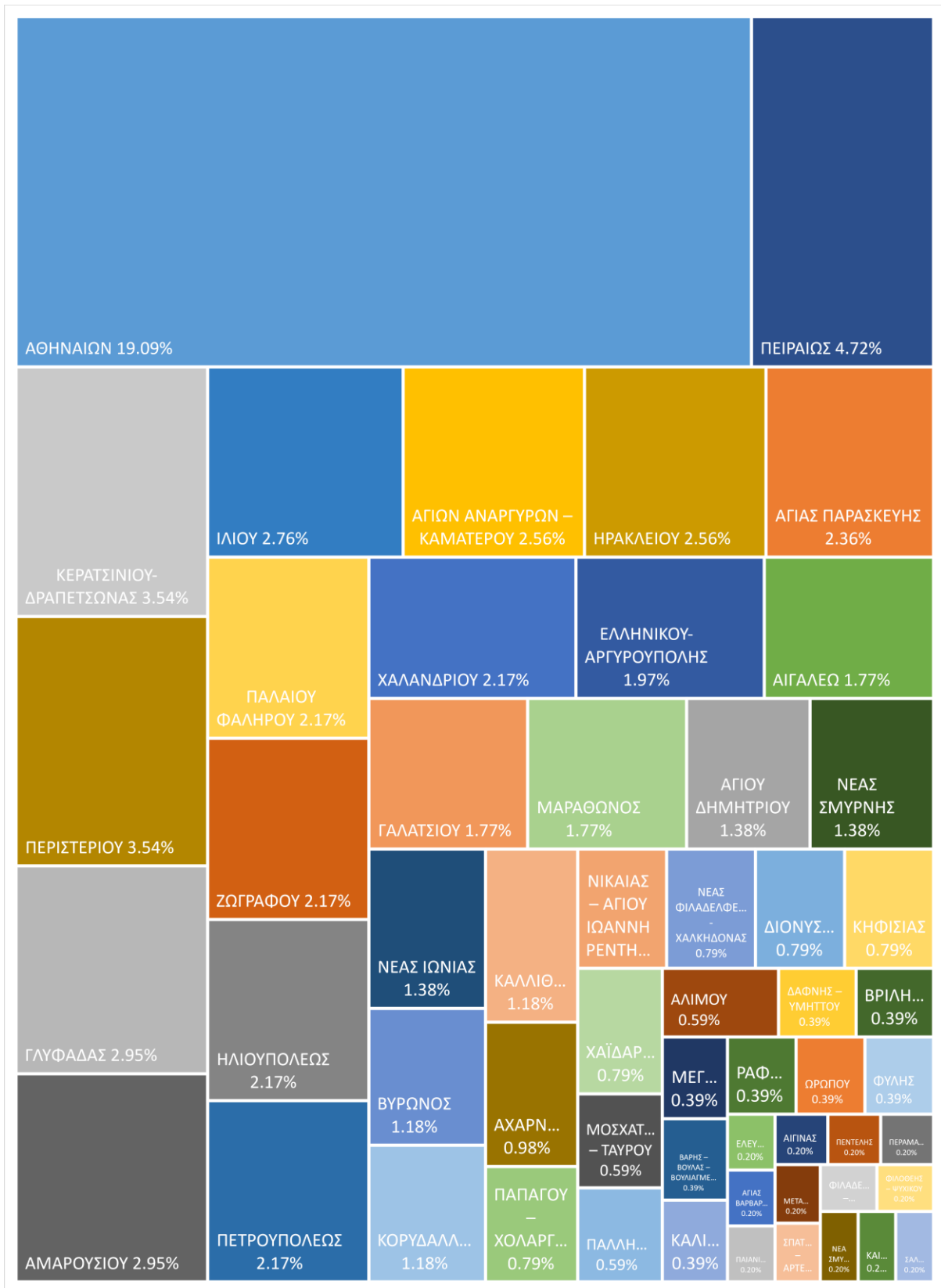
Υπήρξαν συμμετέχοντες από 56 δήμους, και δεν υπήρξε καμία συμμετοχή από τους δήμους Κρωπίας, Κυθήρων, Λαυρεωτικής, Λυκόβρυσης-Πεύκης, Μάνδρας Ειδυλλίας, Μαρκόπουλου Μεσογαίας, Πόρου, Σαρωνικού, Σπετσών και Ύδρας. Με εξαίρεση τον δήμο Λυκόβρυσης-Πεύκης που είναι πυκνοκατοικημένη περιοχή μέσα στο λεκανοπέδιο Αττικής, οι υπόλοιποι δήμοι είναι μάλλον αναμενόμενο ότι δεν είχαν συμμετέχοντες καθώς το ερωτηματολόγιο σε καμία από τις δυο μορφές του δεν διαμοιράστηκε ή διαφημίστηκε σε αυτές τις περιοχές.

Υπήρξε ένα 2% των συμμετεχόντων που δήλωσε τόπο κατοικίας σε δήμο εκτός Περιφέρειας Αττικής, παρ' όλα αυτά μπορεί να θεωρηθεί ότι πρόκειται για παρανόηση της ερώτησης με την έννοια του τόπου της μόνιμης κατοικίας, καθώς δεν είναι δυνατό να βρέθηκαν τόσοι συμμετέχοντες μη διαμένοντες ή παρευρισκόμενοι στην Αττική που να έλαβαν το ερωτηματολόγιο. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι οι απαντήσεις συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα καθώς ακόμα και στο χειρότερο σενάριο ότι όντως προέρχονται από Μη Διαμένοντες στην Περιφέρεια Αττικής, η γνώμη κάθε πολίτη είναι χρήσιμη.



Διάγραμμα 5: Διάγραμμα συχνότητας απαντήσεων για το δήμο τρέχουσας κατοικίας.

Όπως είναι αναμενόμενο οι περισσότεροι συμμετέχοντες διαμένουν στον Δήμο Αθηναίων σε ποσοστό 19,09% με τον Δήμο Πειραιώς να είναι δεύτερος με 4,72%. Οι υπόλοιπες συμμετοχές κάλυψαν γεωγραφικά το λεκανοπέδιο Αττικής με μέσο όρο εκπροσώπησης 1,22% δηλαδή περίπου 6 άτομα.



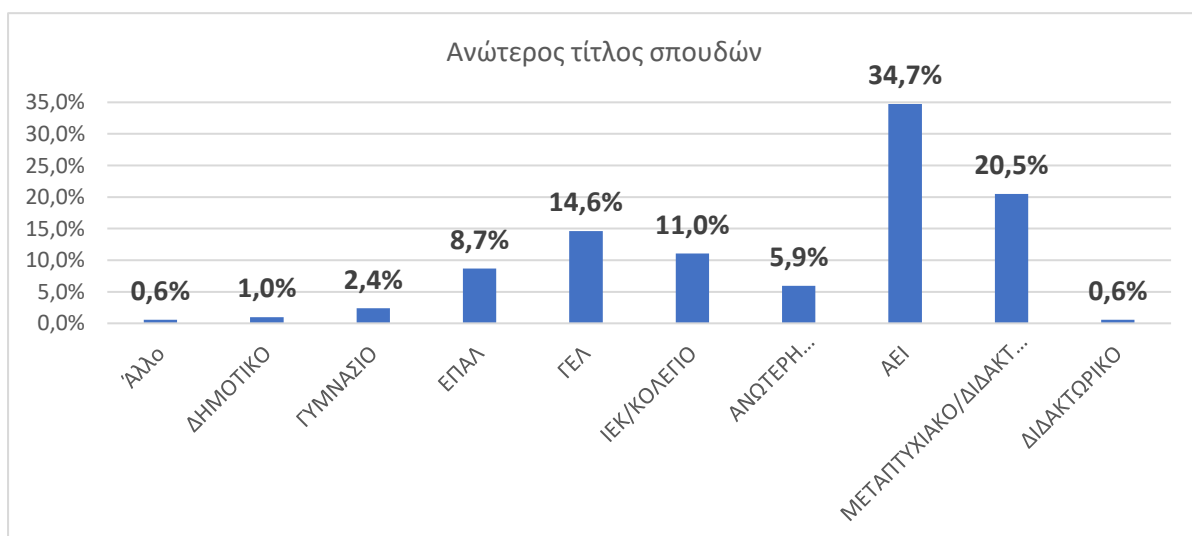
Διάγραμμα 6: Διάγραμμα τύπου treemap για την παρουσίαση των συχνοτήτων σχετικά με το δήμο τρέχουσας κατοικίας των ερωτηθέντων.

Σχετικά με το ετήσιο μεικτό εισόδημα, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων σε ποσοστό 57,2% δήλωσε μεταξύ 5.001 € και 12.500 €. Αντίστοιχα το ποσοστό που δήλωσε εισόδημα μεγαλύτερο των 25.000 € ήταν μικρότερο του 10%. Επίσης 5% των ερωτηθέντων αρνήθηκε να απαντήσει στην ερώτηση.



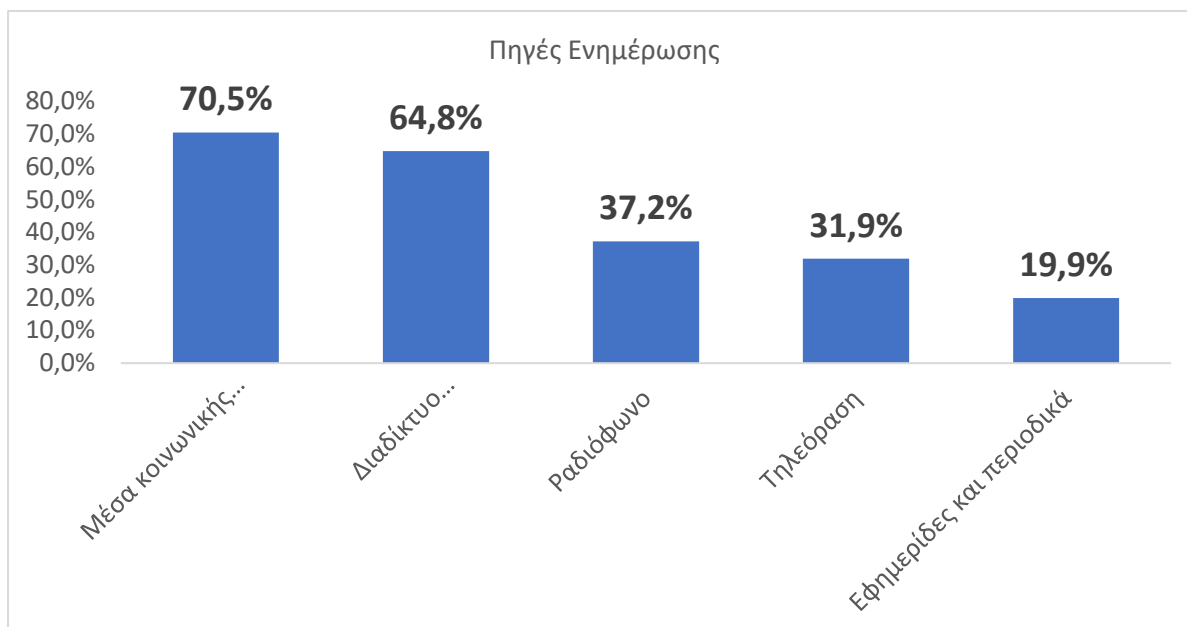
Διάγραμμα 7: Πίνακας κατανομής απαντήσεων ετήσιου εισοδήματος.

Στην ερώτηση αναφορικά με το επίπεδο σπουδών των συμμετεχόντων, περισσότεροι από τους μισούς δήλωσαν πως έχουν τελειώσει κάποια ανώτατη βαθμίδα εκπαίδευσης (ΑΕΙ, μεταπτυχιακό ή/και διδακτορικό). Αυτό το δεδομένο είναι χαρακτηριστικό του προφίλ του συγκεκριμένου δείγματος καθώς η εκπροσώπηση των ατόμων με σπουδές ανώτερης βαθμίδας είναι μεγαλύτερη από ότι στον γενικό πληθυσμό, λαμβάνοντας υπόψιν την έρευνα του ΟΟΣΑ για το 2020 όπου οι κάτοχοι πανεπιστημιακού τίτλου σπουδών στην Ελλάδα ήταν σε ποσοστό του 31,7% του γενικού πληθυσμού.



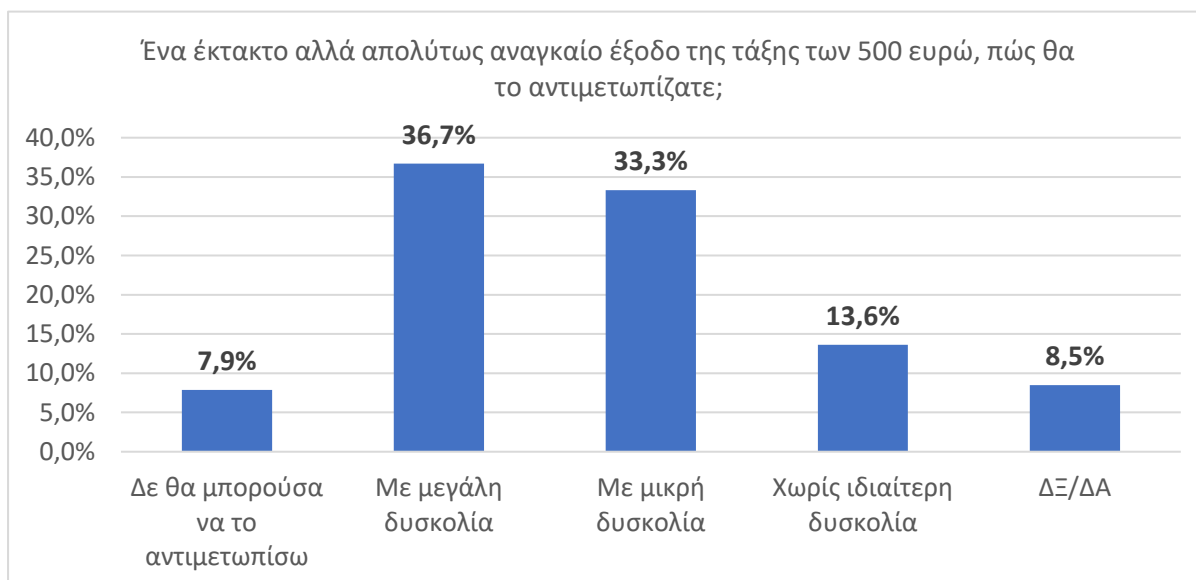
Διάγραμμα 8: Πίνακας κατανομής απαντήσεων ανώτερου τίτλου σπουδών.

Αναφορικά με τις πηγές ενημέρωσης που χρησιμοποιούν, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων φαίνεται να εμπιστεύονται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το διαδίκτυο, με 70,5% και 64,8% αντίστοιχα. Ένας στους τρεις φαίνεται να παρακολουθεί επίσης ραδιόφωνο και τηλεόραση (37,2% και 31,9%), ενώ μόλις το 19,9% ανέφερε τον έντυπο τύπο ως πηγή ενημέρωσής του.



Διάγραμμα 9: Πίνακας κατανομής απαντήσεων πηγής ενημέρωσης.

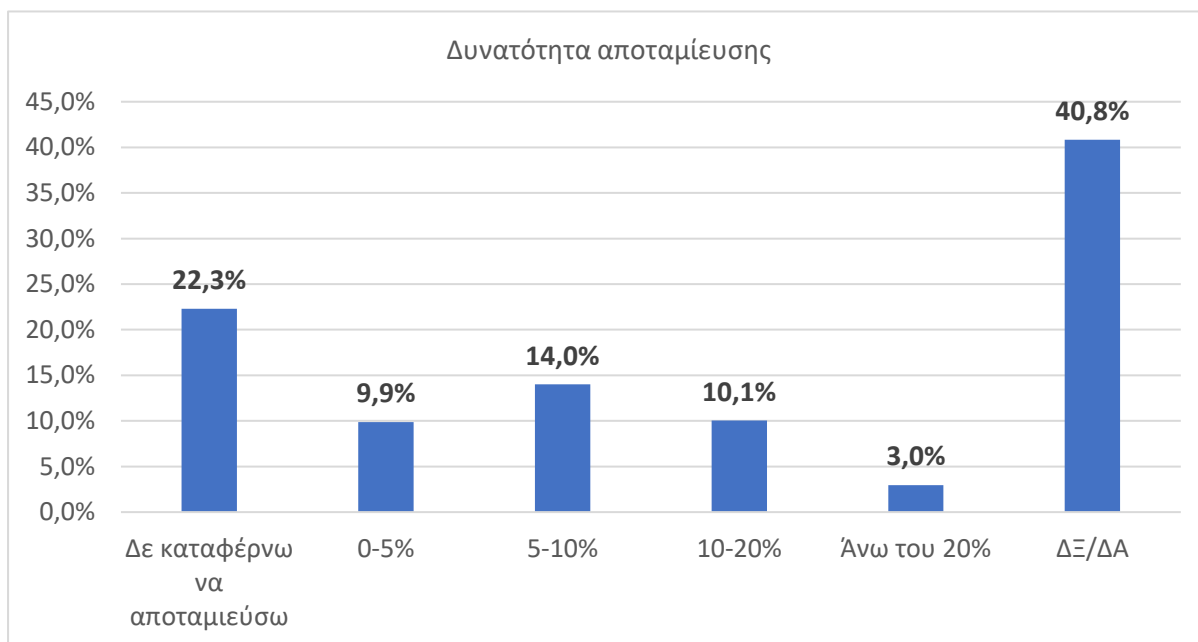
Αναφορικά με την οικονομική ευχέρεια, το 70% των ερωτηθέντων ανέφερε πως θα μπορούσε να ανταποκριθεί σε ένα έκτακτο έξοδο των 500 ευρώ με δυσκολία, ενώ ιδιαίτερα σημαντικό είναι το 7,9% που ανέφερε πως δεν θα μπορούσε να το αντιμετωπίσει. Ένα ποσοστό της τάξης του 8,5%, αρνήθηκε να απαντήσει στην ερώτηση.



Διάγραμμα 10: Πίνακας κατανομής απαντήσεων οικονομικής ευχέρειας.

Σχετικά με την δυνατότητα αποταμίευσης, ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων (40,8%) δήλωσε πως δεν γνωρίζει ή αρνήθηκε να απαντήσει την ερώτηση. Από τους υπόλοιπους ερωτηθέντες η

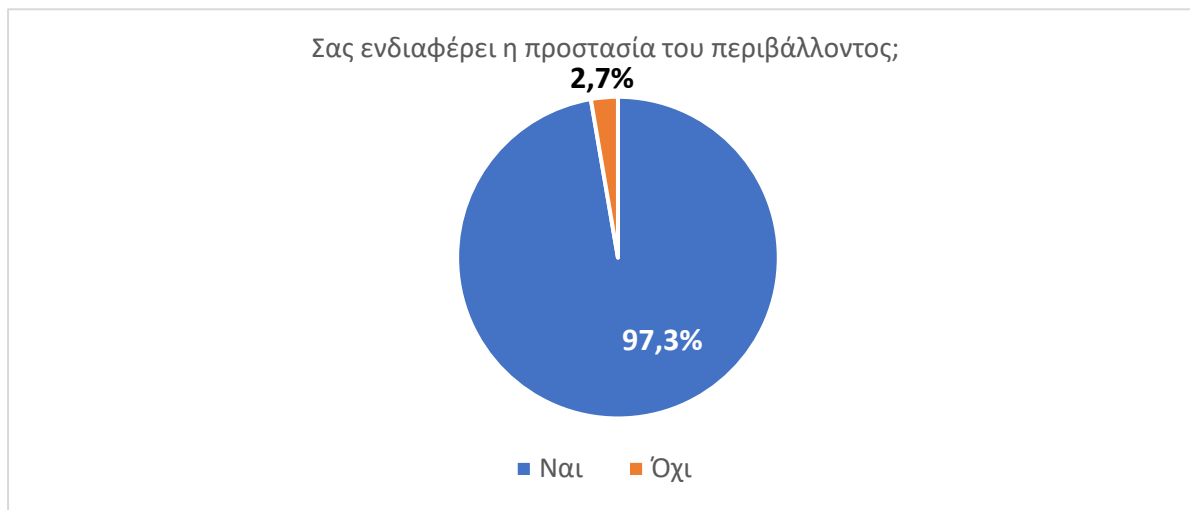
πλειοψηφία δήλωσε πως δεν μπορεί να αποταμιεύσει τίποτα, ενώ μόλις το 3% δήλωσε πως αποταμιεύει άνω του 20% του εισοδήματός του.



Διάγραμμα 11: Πίνακας κατανομής απαντήσεων δυνατότητας αποταμίευσης.

4.2.2 ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΩΝ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΜΕΘΟΔΩΝ & ΜΟΝΤΕΛΩΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ

Σχετικά με το ενδιαφέρον για το περιβάλλον, η συντριπτική πλειοψηφία απάντησε πως την ενδιαφέρει. Συγκεκριμένα το 97,3% απάντησε θετικά και μόλις το 2,7% απάντησε αρνητικά.



Διάγραμμα 12: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει του ενδιαφέροντος για το περιβάλλον.

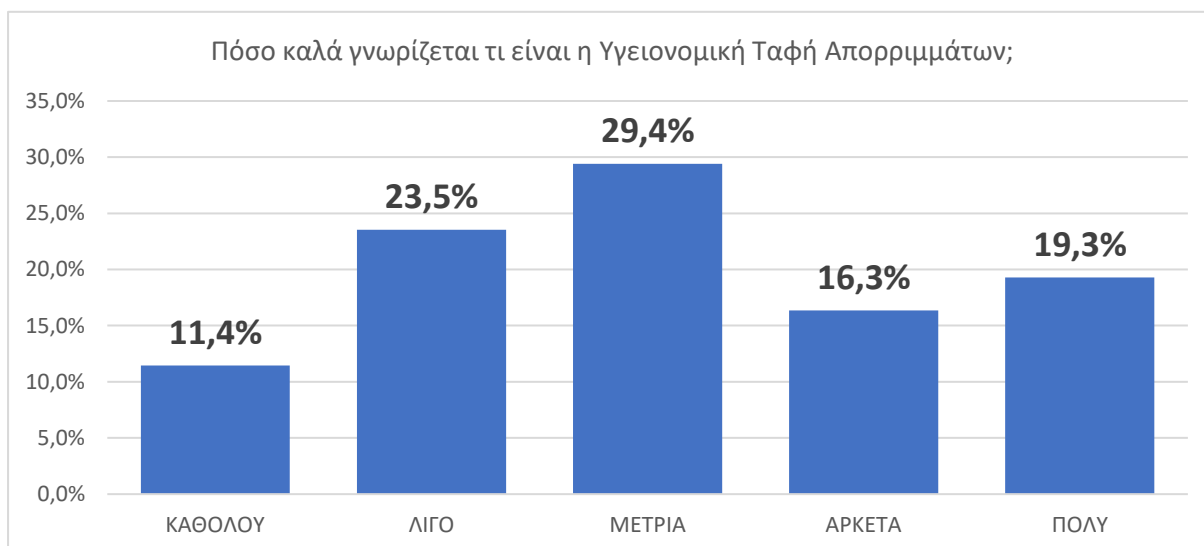
Αναφορικά με την συμμετοχή σε περιβαλλοντικές δράσεις, το 25.3% απάντησε θετικά και το 45,8% απάντησε αρνητικά αλλά με την διάθεση να συμμετάσχει σε μελλοντική στιγμή, ενώ το 28,9% απάντησε αρνητικά.



Διάγραμμα 13: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει του ενδιαφέροντος για το περιβάλλον.

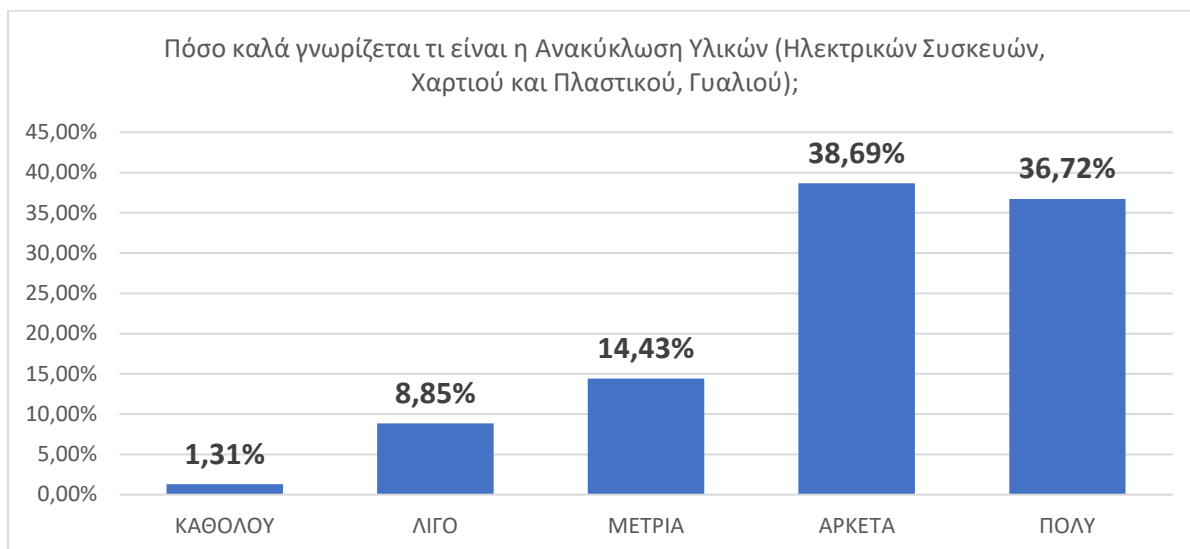
Σχετικά με τα διαφορετικά μοντέλα διαχείρισης απορριμμάτων, οι συμμετέχοντες έδειξαν να είναι αρκετά εξοικειωμένοι με τις έννοιες την υγειονομικής ταφής απορριμμάτων και ακόμη περισσότερο με της ανακύκλωσης.

Στην περίπτωση της υγειονομικής ταφής απορριμμάτων, 1 στους 3 ερωτηθέντες δήλωσε πως δεν την γνωρίζει ή πως την γνωρίζει λίγο.



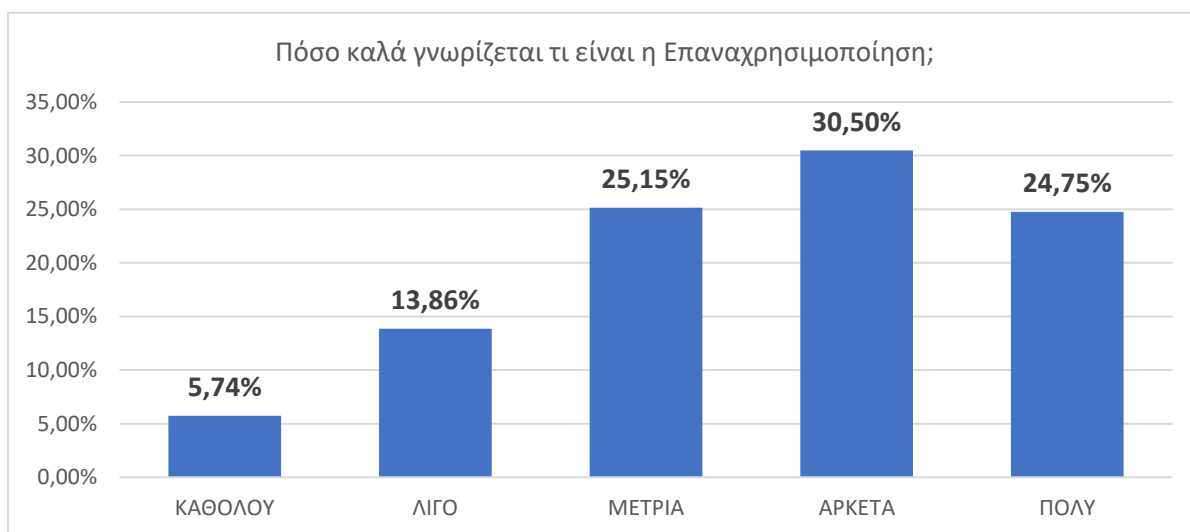
Διάγραμμα 14: Πίνακας κατανομής βάσει της εξοικείωσης με την έννοια «Υγειονομική ταφή απορριμμάτων».

Σχετικά με την έννοια της ανακύκλωσης υλικών τα αποτελέσματα ήταν ακόμη πιο εντυπωσιακά καθώς μόλις το 10,16% δήλωσε πως δεν την γνωρίζει καθόλου ή πως την γνωρίζει λίγο. Εξίσου εντυπωσιακό ήταν πως το 75,41% δήλωσε ότι την γνωρίζει αρκετά καλά ή πολύ καλά.



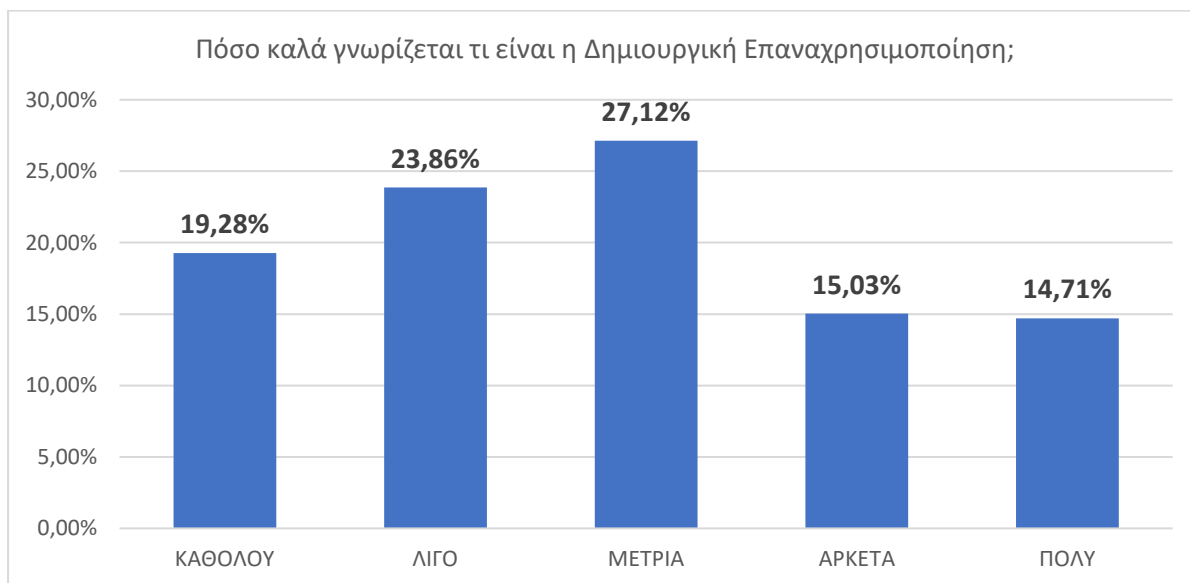
Διάγραμμα 15: Πίνακας κατανομής βάσει της εξοικείωσης με την έννοια «Ανακύκλωση».

Αναφορικά με την έννοια της επαναχρησιμοποίησης, τα αποτελέσματα ήταν τα εξίσου ενθαρρυντικά σε σχέση με όλα τα διαφορετικά μοντέλα. Πιο συγκεκριμένα, το 55,25% των ερωτηθέντων απάντησε πως γνωρίζει τον όρο πολύ καλά ή αρκετά καλά, ενώ μόλις το 5,74% δήλωσε πως δεν την γνωρίζει καθόλου.



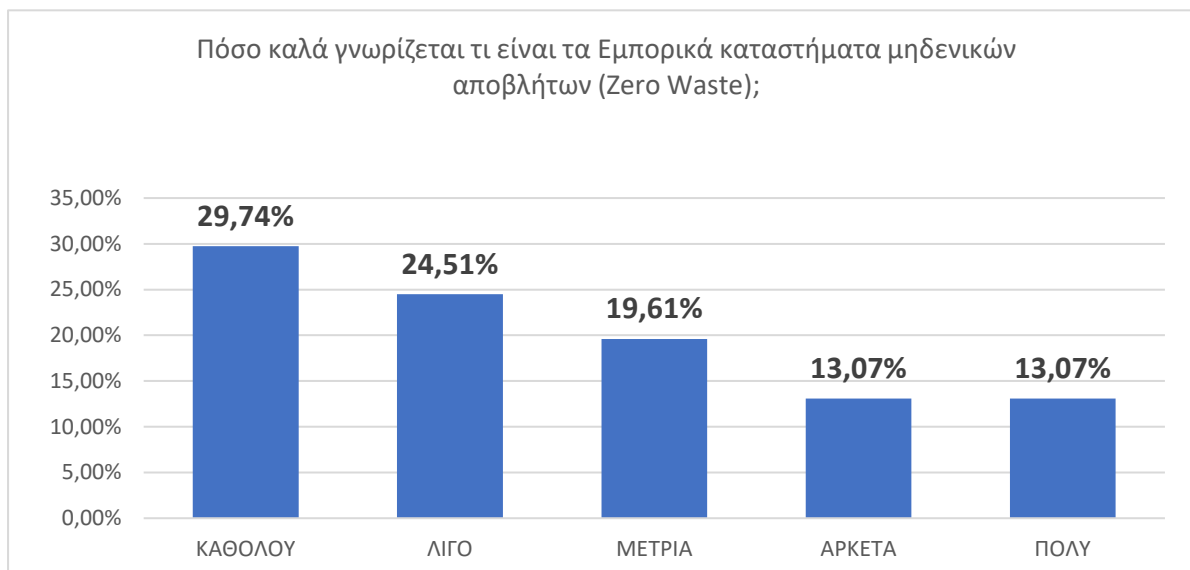
Διάγραμμα 16: Πίνακας κατανομής βάσει της εξοικείωσης με την έννοια «Επαναχρησιμοποίηση».

Σχετικά με τον όρο δημιουργική επαναχρησιμοποίηση, οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες απάντησαν αρνητικά στον αν την γνωρίζουν. Χαρακτηριστικό είναι πως στην συγκεκριμένη κατηγορία, μόλις το 14,71% απάντησε πολύ καλά.



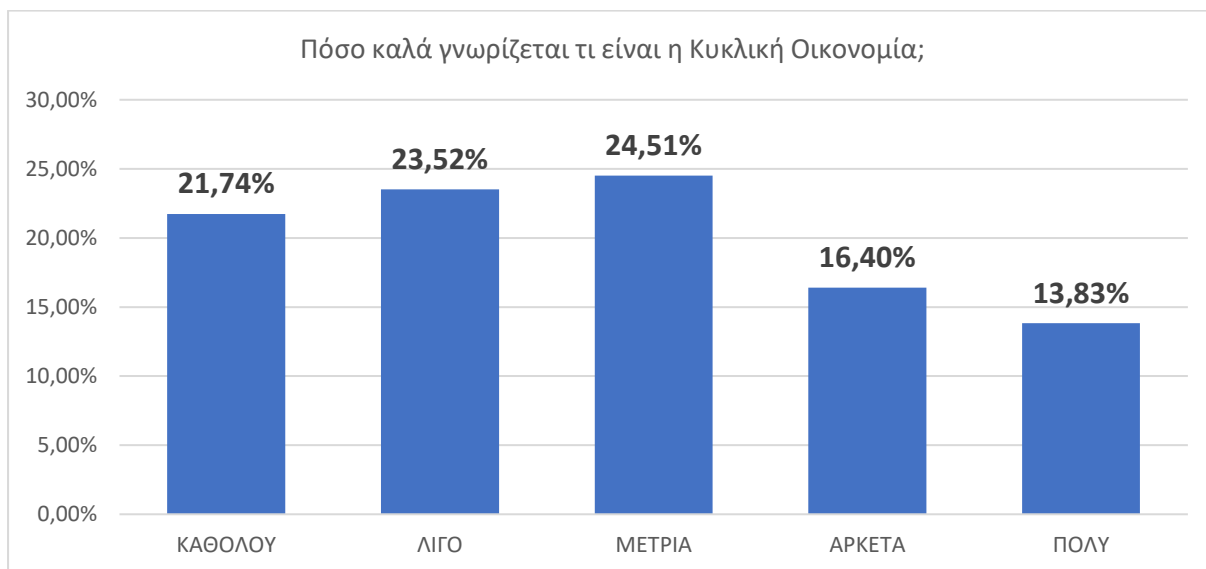
Διάγραμμα 17: Πίνακας κατανομής βάσει της εξοικείωσης με την έννοια «Δημιουργική Επαναχρησιμοποίηση».

Παρόμοια με την δημιουργική επαναχρησιμοποίηση ήταν τα αποτελέσματα και για τα Εμπορικά καταστήματα μηδενικών αποβλήτων (Zero Waste). Σε αυτή την ερώτηση η πλειοψηφία γνωρίζει λίγο ή καθόλου τον όρο.



Διάγραμμα 18: Πίνακας κατανομής βάσει της εξοικείωσης με την έννοια «Εμπορικά καταστήματα μηδενικών αποβλήτων (Zero Waste)».

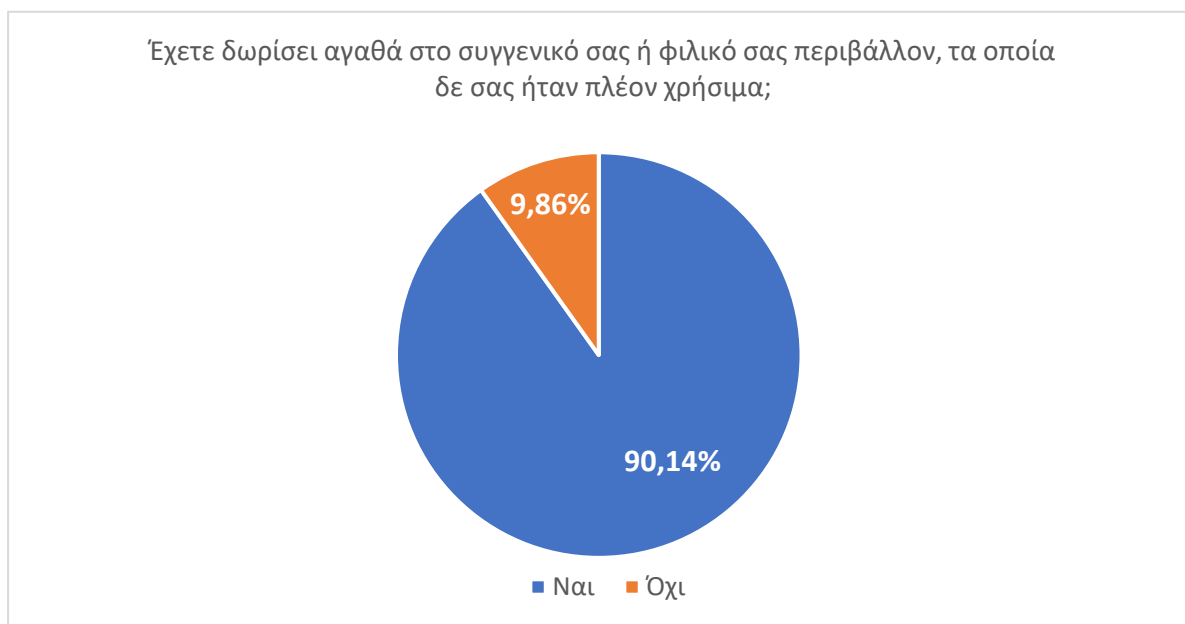
Στον τομέα της κυκλικής οικονομίας, τα αποτελέσματα ήταν ιδιαίτερα μοιρασμένα. Βάσει των υψηλών ποσοστών στις μεσαίες κατηγορίες, φαίνεται να υπάρχει γενικά η αίσθηση πως πρόκειται για κάτι γνωστό, χωρίς ωστόσο να είναι κάτι συγκεκριμένο. Χαρακτηριστικό είναι πως σχεδόν οι μισοί από τους ερωτηθέντες δήλωσαν πως την ξέρουν λίγο ή μέτρια, αποφεύγοντας να απαντήσουν με τις πιο ακραίες τιμές του καθόλου ή πολύ.



Διάγραμμα 19: Διάγραμμα κατανομής βάσει της εξοικείωσης με την έννοια «Κυκλική οικονομία».

4.2.3 ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΑ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗ

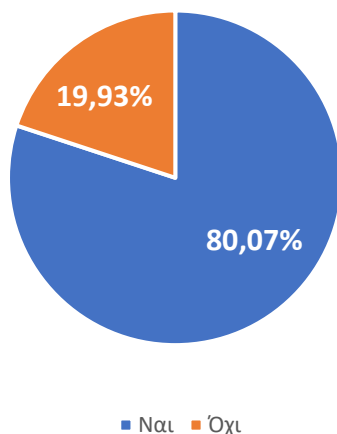
Στην ερώτηση αν έχουν δωρίσει κάποιο αγαθό που δεν τους ήταν πλέον χρήσιμο, στο συγγενικό ή φιλικό τους περιβάλλον, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων σε ποσοστό 90,14% απάντησε θετικά.



Διάγραμμα 20: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της δωρεάς αγαθών σε οικείο περιβάλλον.

Στην αντίστοιχη ερώτηση, αν έχουν δωρίσει αγαθά σε κάποιο οργανισμό ή άλλο φορέα, η πλειοψηφία απάντησε και πάλι θετικά.

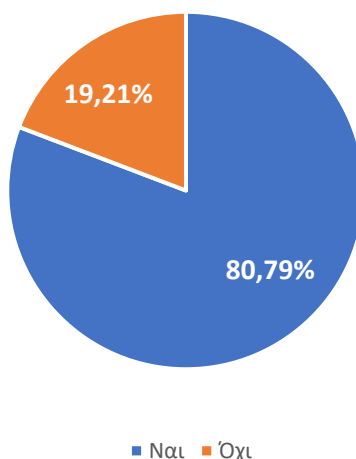
Έχετε δωρίσει αγαθά σε κάποιο οργανισμό, μη κερδοσκοπική οργάνωση, συλλογικότητα, επίσημο ή ανεπίσημο φορέα, τα οποία δε σας ήταν πλέον χρήσιμα;



Διάγραμμα 21: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της δωρεάς αγαθών σε φορέα.

Στην ερώτηση αναφορικά με την συνήθεια των ερωτηθέντων να δέχονται αγαθά από το οικείο περιβάλλον τους, η πλειοψηφία με ποσοστό 80,79% απάντησε θετικά. Χαρακτηριστικό είναι επίσης πως μόλις το 19,21% απάντησε αρνητικά, φανερώνοντας πως η έννοια της επαναχρησιμοποίησης είναι ισχυρά συνδεδεμένη με το άμεσο περιβάλλον των ανθρώπων όταν πρόκειται για αποδοχή μεταχειρισμένων αγαθών.

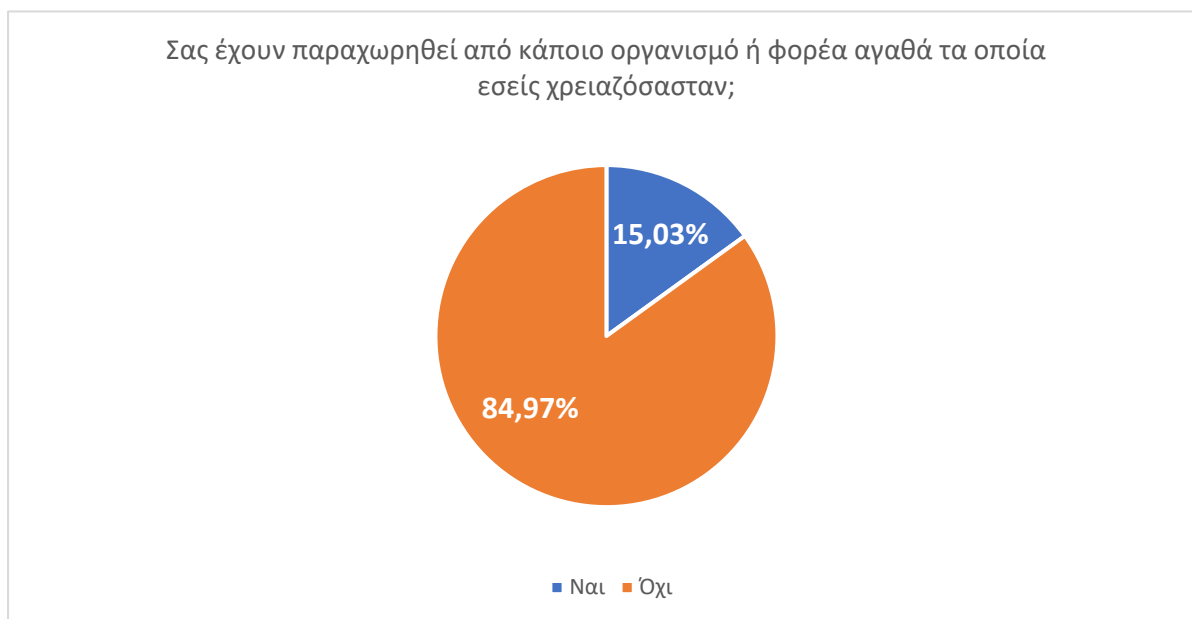
Το συγγενικό ή φιλικό σας περιβάλλον σας έχει δωρίσει αγαθά τα οποία δεν τους ήταν πλέον χρήσιμα αλλά εσείς τα χρειάζοσασταν;



Διάγραμμα 22: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της αποδοχής αγαθών από οικείο περιβάλλον.

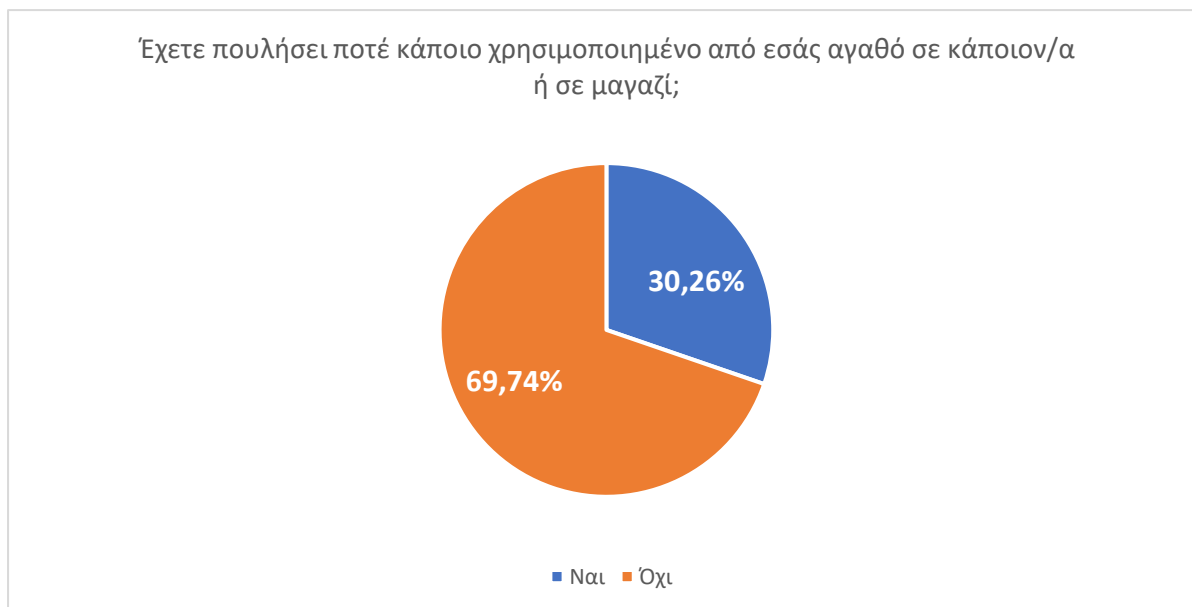
Στην αντίστοιχη ερώτηση σχετικά με την λήψη αγαθών από κάποιον φορέα, τα αποτελέσματα των απαντήσεων ήταν τα αντίστροφα με το 84,97% να απαντάει αρνητικά και μόλις το 15,03% να απαντάει θετικά. Το συγκεκριμένο ποσοστό αξίζει να σημειωθεί πως είναι αρκετά κοντινό με το

αντίστοιχο 7,9% που δήλωσε πως δεν θα μπορούσε να αντιμετωπίσει ένα έκτακτο έξοδο της τάξεως των 500 ευρώ.



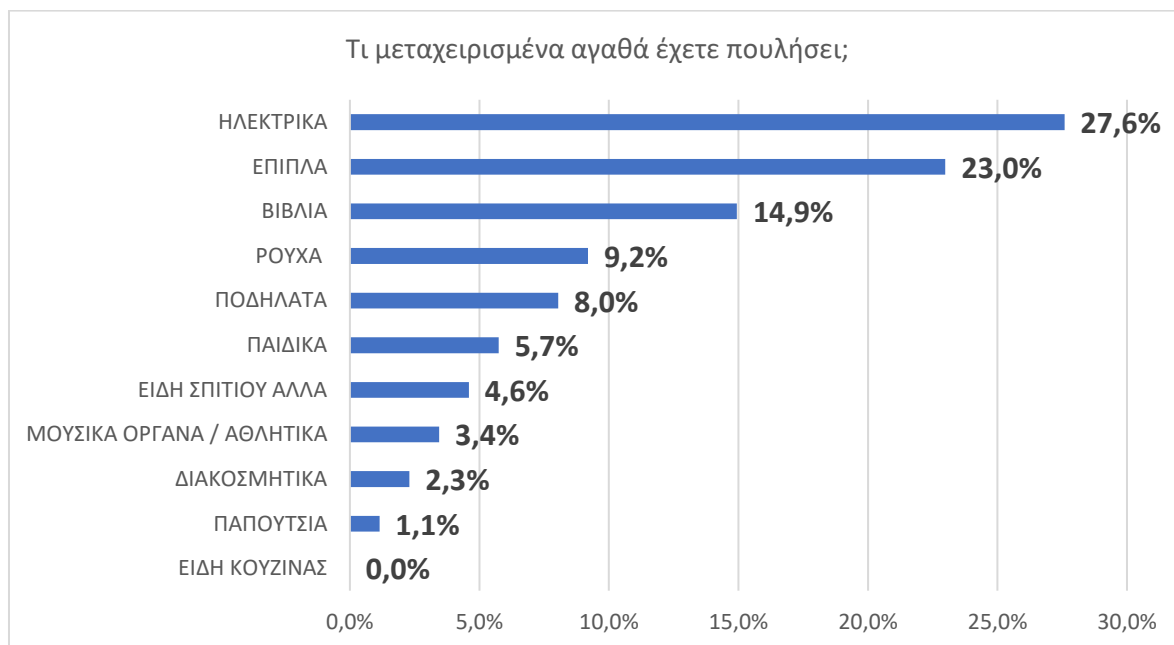
Διάγραμμα 23: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της αποδοχής αγαθών από κάποιον φορέα.

Στην ερώτηση αναφορικά με το αν οι ερωτηθέντες συμμετείχαν ποτέ σε πώληση χρησιμοποιημένων αγαθών, η πλειοψηφία απάντησε αρνητικά με 69.74%. Απάντηση που σε συνάρτηση με την ερώτηση που θα αναλυθεί στη συνέχεια για την αξία των αγαθών που δε χρειάζονται οι ερωτηθέντες αναδεικνύει ένα μεγάλο δυναμικό μεταχειρισμένων αγαθών προς εκμετάλλευση από κάποια δράση.



Διάγραμμα 24: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της προσφοράς με την μορφή πώλησης χρησιμοποιημένων αγαθών.

Η πλειοψηφία των αγαθών που πωλήθηκαν από τους ερωτηθέντες αφορούν αντικείμενα αυξημένης αξίας όπως ηλεκτρικά είδη και έπιπλα και λιγότερο είδη σπιτιού, ρούχα, παπούτσια.



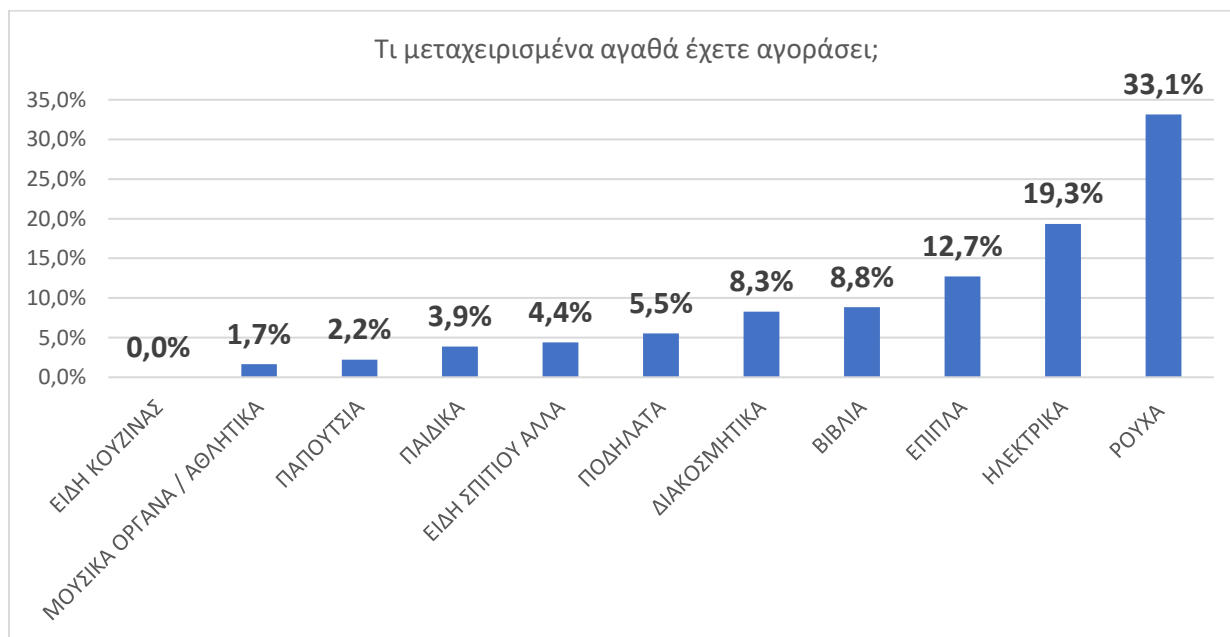
Διάγραμμα 25: Διάγραμμα επεξήγησης πωλημένων αγαθών.

Αναφορικά με την αγορά μεταχειρισμένων προϊόντων, οι απαντήσεις των ερωτηθέντων ήταν μοιρασμένες με την πλειοψηφία ωστόσο να απαντάει θετικά (56,00%).



Διάγραμμα 26: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της αγοράς χρησιμοποιημένων αγαθών.

Η πλειοψηφία των μεταχειρισμένων αγαθών που αγοράστηκαν από τους ερωτηθέντες αφορούν ρούχα. Στις απαντήσεις ακολουθούν αγαθά αυξημένης αξίας όπως τα ηλεκτρικά είδη και τα έπιπλα.

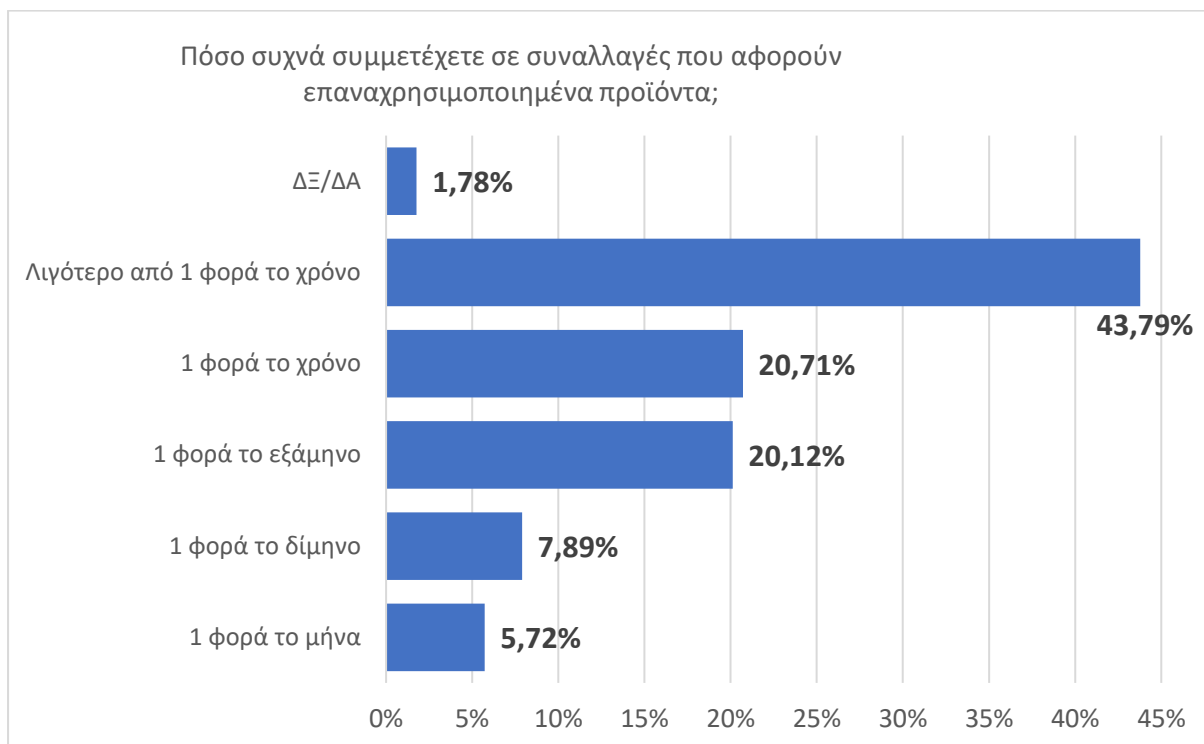


Διάγραμμα 27: Διάγραμμα επεξήγησης μεταχειρισμένων αγαθών που αγοράστηκαν.

Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν για τα αγαθά που παρέλαβαν ως μεταχειρισμένα και αλλάξαν την βασική χρήση τους, αναδεικνύοντας και την δημιουργική πλευρά της επαναχρησιμοποίησης. Η συγκεκριμένη ερώτηση κρίθηκε σκόπιμο να παρουσιαστεί ποιοτικά καθώς αποτελεί πρωτογενές δεδομένο για τις ίδιες τις τεχνικές πρακτικές των ερωτηθέντων.

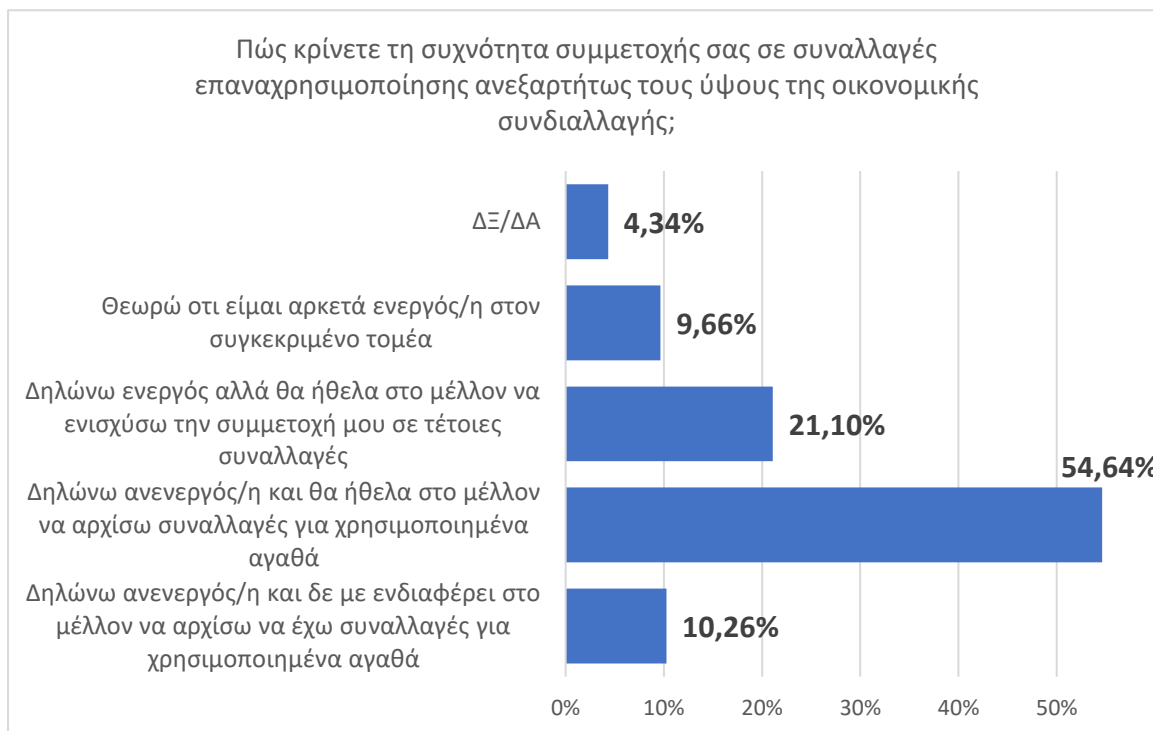
- ☞ Μετατροπή στρώματος κρεβατιού σε κούνια αυλής
- ☞ Μετατροπή γυάλινων βάζων σε διακοσμητικά ανθοδοχεία
- ☞ Μετατροπή γραφείου υπολογιστή σε ντουλάπα
- ☞ Μετατροπή βαλίτσας σε τραπέζι
- ☞ Χρήση μπουκαλιών νερού για αποθήκευση λαδιού
- ☞ Χρήση βιβλιοθήκης ως ντουλάπα ρούχων
- ☞ Χρήση παλετών ως καναπέ μπαλκονιού
- ☞ Μετατροπή βιβλίων σε ράφια
- ☞ Μετατροπή πλαστικής λεκάνης, σε λεκάνη για το μωρό
- ☞ Μετατροπή σεντονιού σε σκέπασμα για έπιπλα
- ☞ Μετατροπή μεγάλων ηχείων σε σπιτάκια για αδέσποτα ζώα
- ☞ Χρήση καλαίσθητων φλυτζανιών ως γλάστρες
- ☞ Βαρέλι κρασιού χρησιμοποιήθηκε ως καταφύγιο γάτας
- ☞ Χαρτί περιτυλίγματος από παλιά περιοδικά
- ☞ Μετατροπή παλιού θερμοσίφωνα σε ψησταριά
- ☞ Μετατροπή μπουφάν σε μαξιλαροθήκη
- ☞ Ρόδα αυτοκινήτου μετατράπηκε σε τραπεζάκι

Ως προς τη συχνότητα συμμετοχής σε συναλλαγές χρησιμοποιημένων αγαθών, η πλειοψηφία απάντησε πως συμμετέχει λιγότερο από μία φορά τον χρόνο, σε ποσοστό 43,79%. Χαρακτηριστικό είναι πως η μεγαλύτερη συχνότητα (μία φορά ανά μήνα ή ανά δύο μήνες) συγκέντρωσε μόλις 13,61%, γεγονός που πιθανώς δείχνει την τάση αγοράς αγαθών με μεγάλη διάρκεια ζωής.



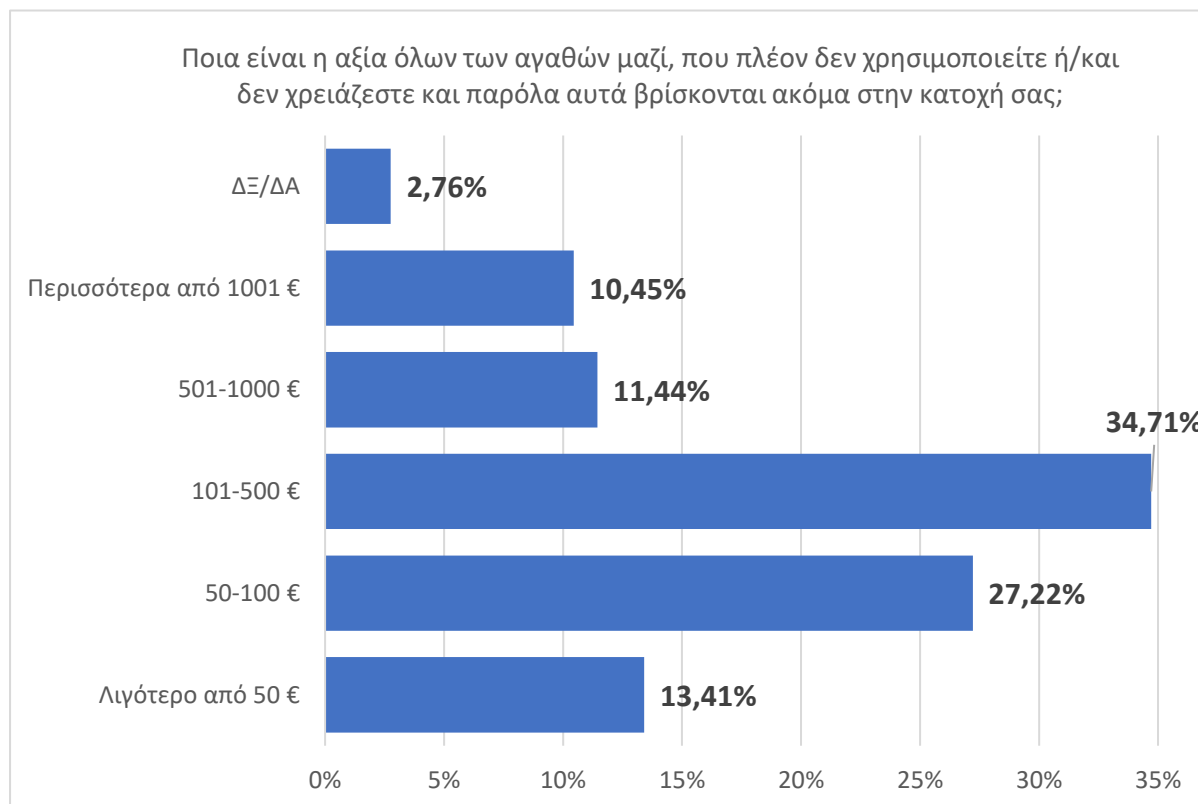
Διάγραμμα 28: Πίνακας κατανομής βάσει της συχνότητας συναλλαγών επαναχρησιμοποιημένων αγαθών.

Σε συνέχεια της προηγούμενης ερώτησης, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων έκρινε την συμμετοχή της σε συναλλαγές επαναχρησιμοποίησης ως μειωμένη και θεωρούν πως θα ήθελαν να έχουν πιο ενεργή συμμετοχή. Χαρακτηριστικό είναι πως μόλις το 10,26% δήλωσε πως δεν θα τους ενδιέφερε να συμμετάσχουν πιο ενεργά στο μέλλον.



Διάγραμμα 29: Πίνακας κατανομής βάσει της διάθεσης για ενεργή συμμετοχή σε συναλλαγές επαναχρησιμοποίησης.

Ως προς την αξία των προϊόντων που έχουν στην κατοχή τους άλλα πλέον δεν χρησιμοποιούν ή/και δεν χρειάζονται, τα αποτελέσματα των απαντήσεων ήταν αρκετά μοιρασμένα. Μπορούμε ωστόσο να δούμε πως η πλειοψηφία του 64,63% δήλωσε τα ποσά μεταξύ 50 € και 500 €. Το συγκεκριμένο νούμερο μπορεί να θεωρηθεί ως ιδιαίτερα ενθαρρυντικό στις δυνατότητες για επαναχρησιμοποίηση μιας και εκτός από την ποσότητα, οι περισσότεροι ερωτηθέντες φαίνεται να κρίνουν και ως ποιοτικά τα αγαθά τους αναλογιζόμενοι την αξία που εκτιμούν.



Διάγραμμα 30: Πίνακας κατανομής βάσει της διάθεσης για ενεργή συμμετοχή σε συναλλαγές επαναχρησιμοποίησης.

Αναζητήθηκαν ακόμη οι αποτρεπτικοί παράγοντες μεταξύ των ερωτηθέντων που τους εμποδίζουν να προβούν σε μια αγορά μεταχειρισμένου/χρησιμοποιημένου αγαθού. Σίγουρα η λειτουργικότητα ενός προϊόντος αποτελεί σημαντικό παράγοντα επιλογής ενός αγαθού. Από αυτό το σημείο και ύστερα η ανάλυση των αποτρεπτικών παραγόντων έδειξε ότι η καλύτερη ενημέρωση και η έγκυρη πληροφορία σχετικά με το αγαθό είναι σημαντικές παράμετροι που θα πρέπει γύρω από αυτό να στηθούν επαρκείς λύσεις για την προώθηση συνδιαλλαγών επαναχρησιμοποίησης.

Πίνακας 3: Παρουσίαση τάσεων αποτρεπτικών παραγόντων για συνδιαλλαγές μεταχειρισμένων/ χρησιμοποιημένων αγαθών.

Αποτρεπτικοί παράγοντες για την αγορά μεταχειρισμένων	Ποσοστό
Δε ξέρω πως να αναζητήσω μεταχειρισμένα αγαθά	0.4%
Τα χρησιμοποιημένα/μεταχειρισμένα είναι μόνο για όσους δε μπορούν να αγοράσουν καινούρια	7.9%
Η επικοινωνία με τους πωλητές χρησιμοποιημένων είναι δύσκολη	11.6%
Η αγορά χρησιμοποιημένων προϊόντων απαιτεί περισσότερο χρόνο γιατί δεν υπάρχει επαρκής και ευρεία διαθεσιμότητα επιλογών	21.3%
Αποφεύγω τις συναλλαγές χρησιμοποιημένων καθώς δεν υπάρχει εγγύηση	25.6%
Δεν ξέρω αν τα προϊόντα είναι ασφαλή για την υγεία	30.3%
Δεν εμπιστεύομαι τον πωλητή	32.9%
Η αναζήτηση χρησιμοποιημένων προϊόντων απαιτεί περισσότερο χρόνο	34.3%
Αισθάνομαι καλύτερα με τα καινούρια προϊόντα	35.8%
Δεν ξέρω αν τα προϊόντα είναι ακριβώς όπως περιγράφονται και απεικονίζονται	46.5%
Δεν έχω πληροφορίες για το πώς χρησιμοποιήθηκε στο παρελθόν το προϊόν	49.0%
Δεν ξέρω αν το προϊόν είναι λειτουργικό	58.1%

Στην αντίθετη ερώτηση, δηλαδή ποιοι είναι οι ενθαρρυντικοί παράγοντες για την αγορά μεταχειρισμένων, πρωτοστάτησε το χαμηλό κόστος απόκτησης κάτι που ήταν αναμενόμενο αλλά επίσης και η παροχή από συγγενικό ή φιλικό πρόσωπο ακολουθούμενο από το να είναι έμπιστος ο πωλητής και να ανταπεξέρχεται στην λειτουργικότητά του. Σε αυτή την περίπτωση και σε αντιπαράθεση με την προηγούμενη ερώτηση, η εμπιστοσύνη και η αναζητούμενη πληροφορία φαίνεται να καλύπτεται από το κοινωνικό δίκτυο και την συγγενική σχέση.

Πίνακας 4: Παρουσίαση ενθαρρυντικών παραγόντων για την αγορά μεταχειρισμένων/ χρησιμοποιημένων αγαθών.

Ενθαρρυντικοί παράγοντες για την αγορά μεταχειρισμένων	Ποσοστό
Εύκολη ανεύρεση και συλλογή χρησιμοποιημένων αγαθών	12.4%
Δυνατότητα περαιτέρω επισκευής του αγαθού	15.0%
Το επαναχρησιμοποιούμενο αγαθό να είναι ασφαλές	15.0%
Πρόσθετα οικονομικά κίνητρα (συλλογή πόντων για αγορά επαναχρησιμοποιούμενων)	15.4%
Κοινωνική ανταποδοτικότητα (αγορά προϊόντων από εμπορεύματα αναξιοπαθούντων)	15.6%
Ετικέτα περιβαλλοντικής πιστοποίησης ως επαναχρησιμοποιούμενο	16.3%
Αντοχή του προϊόντος στη χρήση	19.7%
Για να βοηθήσετε στη μείωση των αποβλήτων στο περιβάλλον	25.0%
Έμπιστος πωλητής (αναγνωρισμένο κατάστημα)	26.4%
Να ανταπεξέρχεται στην λειτουργικότητά του όπως ένα καινούριο	30.5%
Παροχή από συγγενικό ή φιλικό πρόσωπο	51.4%
Χαμηλότερο κόστος απόκτησης από ότι το ίδιο το αγαθό καινούριο	63.0%

Τέλος, αναζητήθηκαν οι λόγοι που αποτρέπουν την πώληση χρησιμοποιημένων αγαθών από τους ίδιους τους ερωτηθέντες. Κυριάρχησαν στην δημοφιλία των απαντήσεων, όσες εκφράζουν ζητήματα διαδικασίας ως αποτρεπτικούς παράγοντες. Συγκεκριμένα ο χρόνος, η διαπραγμάτευση και η

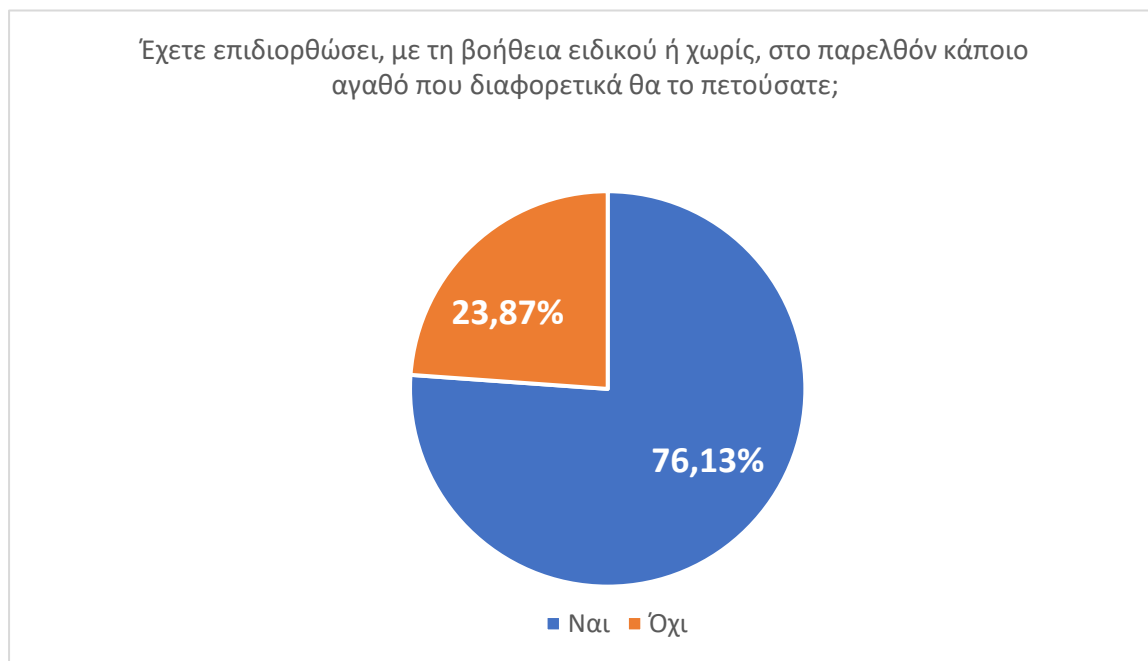
εκτίμηση του προϊόντος ήταν οι 3 πρώτοι παράγοντες. Αυτό είναι ένα εύρημα που αποτελεί τροφή για τον σχεδιασμό δράσεων που στοχεύουν στην προώθηση των συνδιαλλαγών χρησιμοποιημένων αγαθών.

Πίνακας 5: Παρουσίαση αποτρεπτικών παραγόντων για την πώληση μεταχειρισμένων/ χρησιμοποιημένων αγαθών από τον ίδιο τον ερωτηθέντα.

Αποτρεπτικοί παράγοντες για την πώληση μεταχειρισμένων	Ποσοστό
Δε συμφωνώ με τις ανεπίσημες συναλλαγές καθώς το κράτος δεν επιβλέπει τις αγοραπωλησίες	11%
Φοβάμαι ότι θα πέσω θύμα απάτης ή δε θα πουλήσω σε καλή τιμή	26%
Δεν ξέρω πώς και πού να πουλήσω μεταχειρισμένα αγαθά	30%
Το να προσπαθώ να πουλήσω σε άγνωστους, το βρίσκω επικίνδυνο	31%
Δεν ξέρω ποια είναι η σωστή τιμή πώλησης ενός μεταχειρισμένου προϊόντος	41%
Η επικοινωνία με τον αγοραστή και η διαπραγμάτευση είναι κουραστική	46%
Το να πουλήσω ένα αγαθό απαιτεί αρκετό χρόνο και κόπο	53%

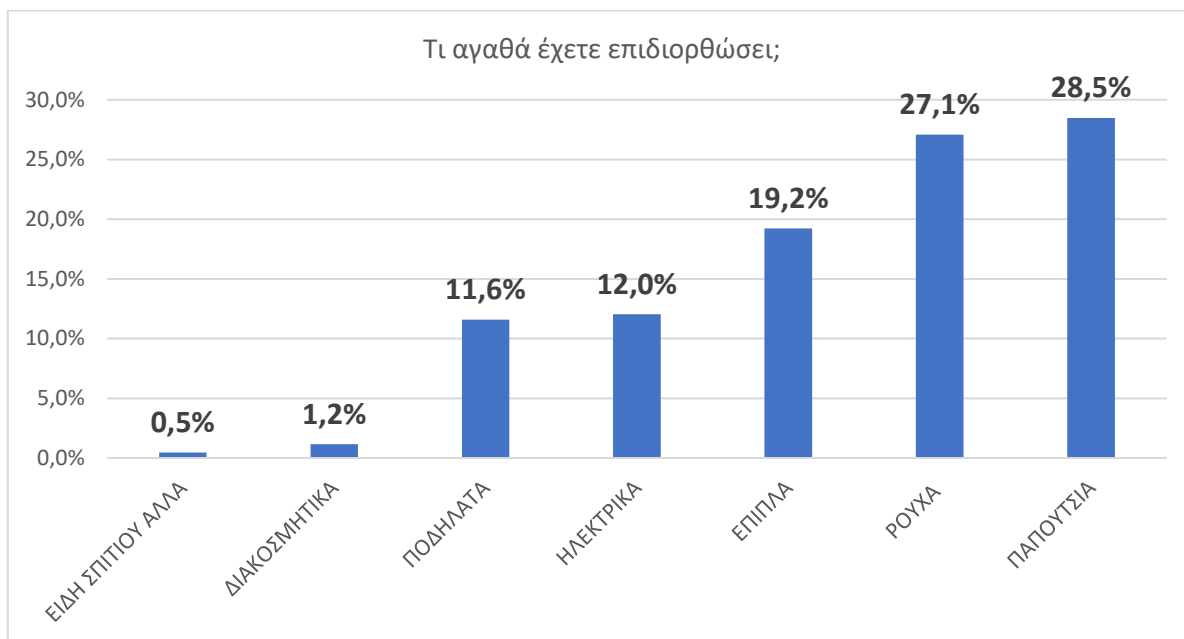
4.2.4 ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΠΙΔΙΟΡΘΩΣΗ ΤΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

Σχετικά με τον τομέα της επιδιόρθωσης, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων δήλωσαν πως έχουν επισκευάσει είτε μόνοι τους, είτε με την συνδρομή κάποιου ειδικού κάτι που διαφορετικά θα το πετούσαν. Το συγκεκριμένο ποσοστό ανήλθε σε 76,13% και μπορεί να θεωρηθεί ιδιαίτερα ενθαρρυντικό για τον τομέα της επισκευής και μετέπειτα επαναχρησιμοποίησης.



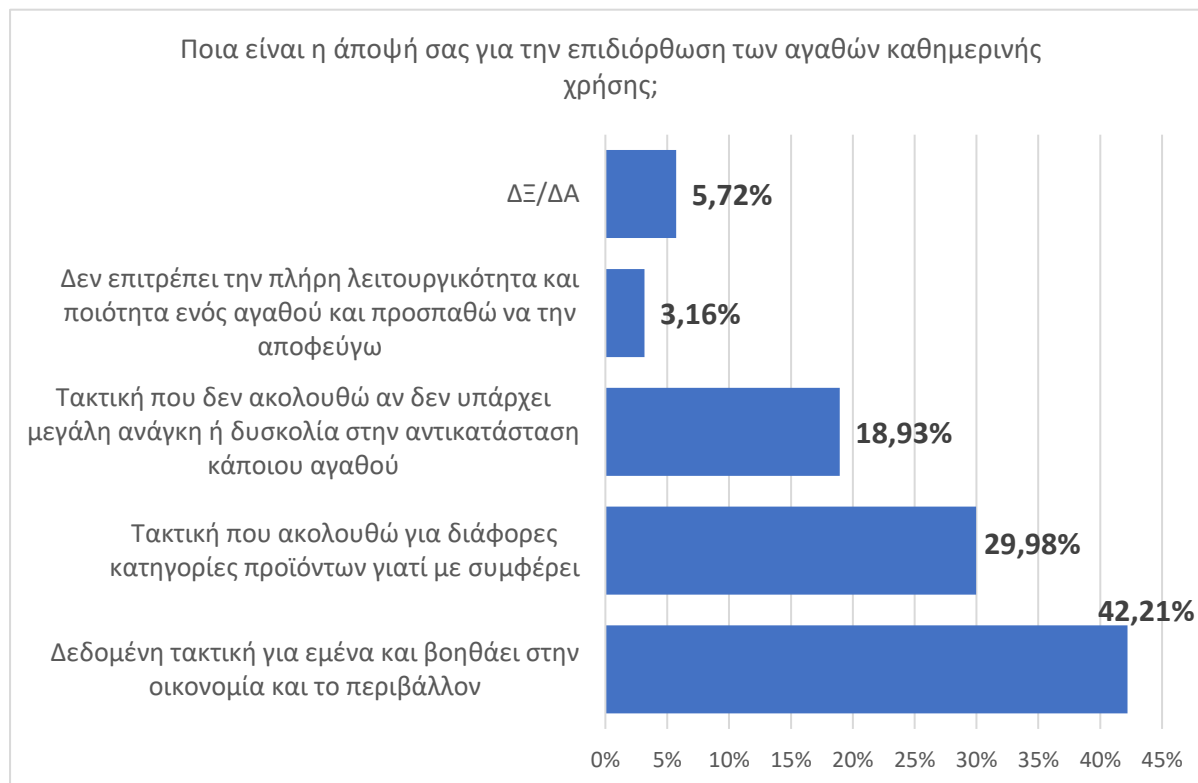
Διάγραμμα 31: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της επισκευής αγαθών.

Η επεξηγηματική ερώτηση σχετικά με τα αγαθά που επιδιορθώνουν οι ερωτηθέντες επαληθεύει ότι τα ρούχα και τα παπούτσια είναι οι δυο κύριες κατηγορίες αγαθών που σκέφτονται οι ερωτηθέντες και έχουν συνδυασμένες με την επιδιόρθωση.



Διάγραμμα 32: Παρουσίαση επεξηγηματικών απαντήσεων σχετικά με την επιδιόρθωση αγαθών.

Αναφορικά με την άποψη των συμμετεχόντων σχετικά με την επιδιόρθωση προϊόντων καθημερινής χρήσης, η πλειοψηφία ήταν ιδιαίτερα θετική. Συγκεκριμένα, το 72,19% απάντησε θετικά, με το 42,21% να το θεωρεί μάλιστα ως μια δεδομένη τακτική που ακολουθούν. Αντίστοιχα μόλις το 3,16% δήλωσε αρνητικό στην συγκεκριμένη πρακτική.



Διάγραμμα 33: Πίνακας κατανομής βάσει της άποψης για την επιδιόρθωση αγαθών καθημερινής χρήσης.

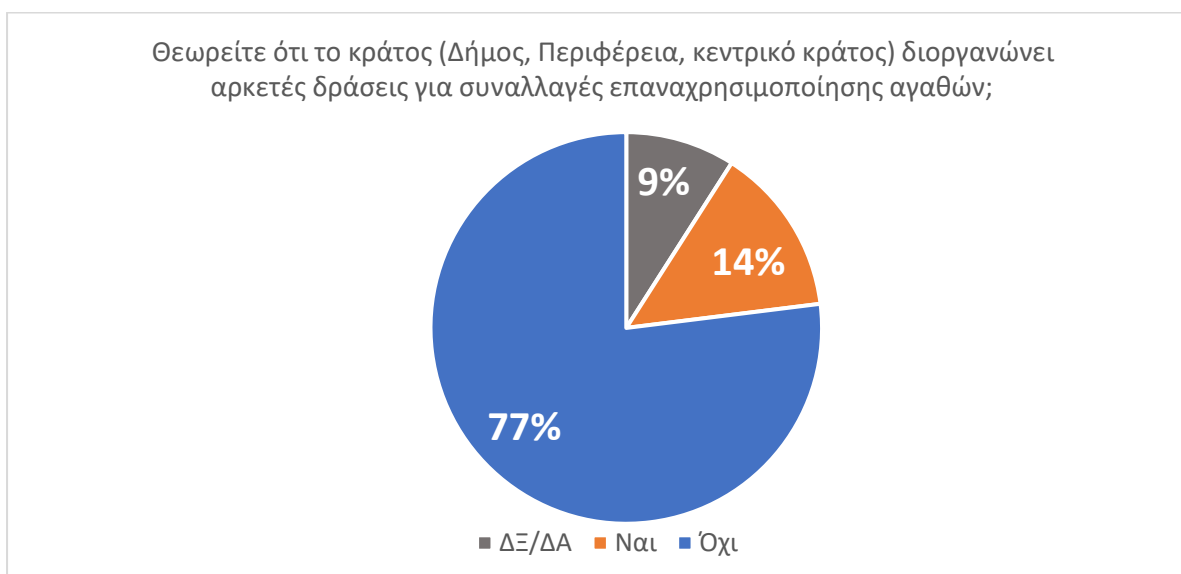
4.2.5 ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΤΥΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ

Στην ερώτηση σχετικά με την γνώση δράσεων που διοργανώνονται στον δήμο τους ή σε κάποιον κοντινό δήμο η πλειοψηφία εμφανίζεται να έχει άγνοια, μιας και το 76% απάντησε πως δεν γνωρίζει κάποια. Με δεδομένη την γενικότερη θετική ανταπόκριση των άλλων ερωτήσεων, το ζήτημα της ενημέρωσης φαίνεται να είναι ιδιαίτερα σημαντικό.



Διάγραμμα 34: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της γνώσης δράσεων στην περιοχή του ερωτηθέντα.

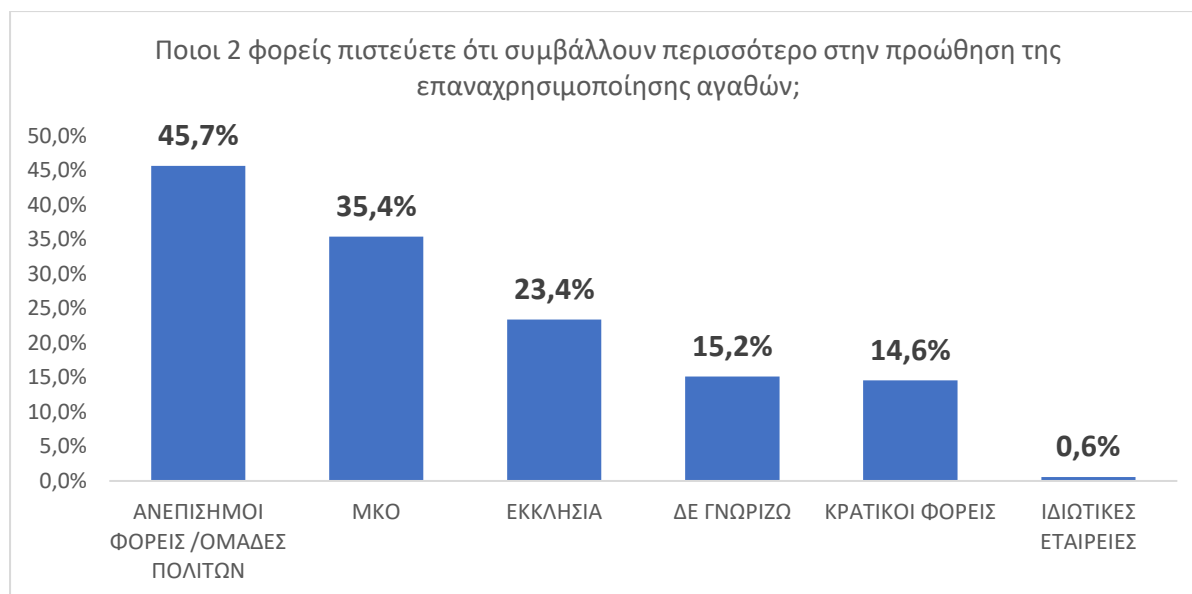
Στην ερώτηση αναφορικά με το αν το κράτος διοργανώνει αρκετές δράσεις συναλλαγής επαναχρησιμοποιημένων προϊόντων το 77% απάντησε αρνητικά. Η συγκεκριμένη πλειοψηφία δείχνει πως πιθανές μελλοντικές δράσεις θα μπορούσαν να χρήσουν και αντίστοιχα μεγάλης ανταπόκρισης από το κοινό.



Διάγραμμα 35: Πίτα κατανομής απαντήσεων βάσει της άποψης για τον αριθμό κρατικών δράσεων.

Τέλος, αναζητήθηκαν οι φορείς που αναγνωρίζονται περισσότερο ότι προωθούν την επαναχρησιμοποίηση. Σε μεγαλύτερο ποσοστό οι ερωτηθέντες αναγνωρίζουν τους ανεπίσημους

φορείς και τις ομάδες πολιτών, όπως τις συνελεύσεις γειτονιάς, φιλοζωικά σωματεία, συλλόγους γονέων. Εν συνεχεία αναγνωρίζονται οι ΜΚΟ και η εκκλησία. Παρόλο που η εκκλησία πιθανώς έχει μεγαλύτερο έργο, κυρίως στη συλλογή ρούχων, οι ΜΚΟ φαίνεται να κερδίζουν την αναγνωρισιμότητα πιθανώς λόγω της προβολής των δράσεών τους καθώς και τον πλουραλισμό αυτών. Σίγουρα αποτελεί θετικό στοιχείο ότι οι ερωτηθέντες ήταν σε θέση να αναγνωρίσουν ευκολότερα τις ανεπίσημες ομάδες και τις ομάδες πολιτών, δείχνοντας και σε αυτή την ερώτηση τη σημασία της κοινωνικής συνοχής στο ζήτημα της επαναχρησιμοποίησης.



Διάγραμμα 36: Παρουσίαση αναγνωρισιμότητας φορέων ως προωθητών της επαναχρησιμοποίησης.

4.3 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ – ΔΙΣΔΙΑΣΤΑΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο, παρουσιάζεται μια σειρά από συσχετίσεις μεταξύ των σημαντικότερων μεταβλητών της παρούσας ανάλυσης. Η ανάλυση θα προκύψει από διαγράμματα περιθωρίων αθροισμάτων, σχετικών συχνοτήτων, πινάκων συνάφειας και διαγραμμάτων ομαδοποίησης, ως τα πιο αξιόπιστα εργαλεία για να αναγνωριστούν μοτίβα απαντήσεων. Στόχος είναι η εμβάθυνση στην κατανόηση των δεδομένων που συλλέχθηκαν, ώστε να επιτραπεί η λήψη αποφάσεων βασιζόμενοι σε κάποια πραγματικά κοινωνικά μοτίβα σχετικά με την επιδιόρθωση και την επαναχρησιμοποίηση.

4.3.1 ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ

Είναι ήδη διαπιστωμένο και παρουσιασμένο από το πρώτο σκέλος των αποτελεσμάτων, ότι η πολυτιμότερη βοήθεια του κοινωνικού οικοσυστήματος για την επαναχρησιμοποίηση είναι η ύπαρξη ισχυρών κοινωνικών δεσμών, όπως οι φίλοι και η οικογένεια.

Υπενθυμίζουμε τις σχετικές τάσεις στις ερωτήσεις που το καταδεικνύουν:

Πίνακας 6: Με ποιο τρόπο βρίσκουν χρησιμοποιημένα αγαθά οι πολίτες;

	ΝΑΙ	Όχι
Σας έχουν παραχωρηθεί από κάποιο οργανισμό ή φορέα αγαθά τα οποία εσείς χρειαζόσασταν;	15,03%	84,97%
Έχετε αγοράσει ποτέ κάποιο χρησιμοποιημένο αγαθό;	56,00%	44,00%
Το συγγενικό ή φιλικό σας περιβάλλον σας έχει δωρίσει αγαθά τα οποία δεν τους ήταν πλέον χρήσιμα αλλά εσείς τα χρειαζόσασταν;	80,78%	19,22%

Κρίνεται λοιπόν ενδιαφέρον να διερευνηθεί παραπάνω το προφίλ των ερωτηθέντων, καθώς φαίνεται πως όποιος δηλώνει ότι επαναχρησιμοποιεί, κατά πάσα πιθανότητα χρησιμοποιεί το κοινωνικό του δίκτυο. Τι γίνεται όμως με όσους δεν επαναχρησιμοποιούν ή όσους δεν χρησιμοποιούν το κοινωνικό τους δίκτυο;

Σε αρχικό στάδιο δημιουργήθηκαν 4 νέες εισοδηματικές κλάσεις

Κλάση 1	Κλάση 2	Κλάση 3	Κλάση 4
Έως 5.000	12.501-15.000	25.001-30.000	35.001-40.000
5.001-9.000	15.001-20.000	30.001-35.000	40.001-45.000
9.001-12.500	20.001-25.000		Άνω των 40.000

Με βάση τις κλάσεις αναλύθηκε ο συσχετισμός με την ερώτηση «Το συγγενικό ή φιλικό σας περιβάλλον σάς έχει δωρίσει αγαθά τα οποία δεν τους ήταν πλέον χρήσιμα αλλά εσείς τα χρειαζόσασταν;»

Πίνακας 7: Συσχέτιση της κλάσης εισοδήματος με την ερώτηση «Το συγγενικό ή φιλικό σας περιβάλλον σάς έχει δωρίσει αγαθά τα οποία δεν τους ήταν πλέον χρήσιμα αλλά εσείς τα χρειαζόσασταν;»

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Κλάση 1	78,41%	21,59%
Κλάση 2	82,05%	17,95%
Κλάση 3	84,21%	15,79%
Κλάση 4	68,89%	31,11%

Είναι εμφανές ότι οι μεσαίες κλάσεις και συγκεκριμένα η τρίτη έχουν την πιο θετική απόκριση σε αυτή την αλληλεπίδραση με το συγγενικό και φιλικό κοντινό περιβάλλον.

Στη συνέχεια η ίδια ερώτηση συσχετίστηκε με άλλο ένα οικονομικό δεδομένο, το ποσοστό αποταμίευσης που δηλώνουν ότι μπορούν να έχουν οι ερωτηθέντες.

Πίνακας 8: Συσχέτιση του ποσοστού δυνατής αποταμίευσης με την ερώτηση «Το συγγενικό ή φιλικό σας περιβάλλον σάς έχει δωρίσει αγαθά τα οποία δεν τους ήταν πλέον χρήσιμα αλλά εσείς τα χρειαζόσασταν;»

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Δε καταφέρνω να αποταμιεύσω	77,06%	22,94%
0-5%	76,00%	24,00%
5-10%	92,96%	7,04%
10-20%	82,35%	17,65%
Άνω του 20%	66,67%	33,33%

Η μεσαία κατηγορία «5-10%» έχει την πιο θετική απόκριση σχετικά με την αλληλεπίδραση με το συγγενικό και φιλικό κοντινό περιβάλλον για δωρεά χρησιμοποιημένων αγαθών.

Η οικονομική κατάσταση φαίνεται πως επηρεάζει την συγκεκριμένη αλληλεπίδραση καθώς τα ποσοστά αποδοχής έχουν σημαντική διαφορά αναλόγως με την οικονομική κατάσταση των συμμετεχόντων. Η σχέση που αναδεικνύεται δεν είναι γραμμική καθώς μόνο τα μεσαία εισοδήματα έχουν υψηλή αλληλεπίδραση με το συγγενικό περιβάλλον και όχι τα ακραία χαμηλά ή υψηλά.

4.3.2 ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ ΜΕ ΤΙΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ

Σε συνέχεια της προηγούμενης υποενότητας κρίθηκε αναγκαίο να αναλυθεί το οικονομικό προφίλ των ερωτηθέντων ως προς τις συνήθειες της επαναχρησιμοποίησης και της επιδιόρθωσης. Η ανάλυση λαμβάνει ως ίδιο δεδομένο τις κλάσεις που παρουσιάστηκαν στην προηγούμενη υποενότητα.

Με βάση τις κλάσεις αναλύθηκε ο συσχετισμός με την ερώτηση «Συμμετέχετε ενεργά σε δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος;»

Πίνακας 9: Συσχέτιση της κλάσης εισοδήματος με την ερώτηση «Συμμετέχετε ενεργά σε δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος;»

	ΘΑ ΗΘΕΛΑ ΑΛΛΑ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΑΡΟΝ ΔΕΝ ΕΧΩ ΣΥΜΜΕΤΑΣΧΕΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Κλάση 1	48,10%	23,42%	28,48%
Κλάση 2	41,79%	25,37%	32,84%
Κλάση 3	56,25%	37,50%	6,25%
Κλάση 4	34,62%	26,92%	38,46%

Είναι εμφανές ότι η Τρίτη κατηγορία, η οποία θα μπορούσε να χαρακτηριστεί μεσαία, είναι αυτή που είχε την πιο θετική ανταπόκριση, με μόλις 6,25% αρνητική απάντηση.

Στη συνέχεια η ίδια ερώτηση συσχετίστηκε με άλλο ένα οικονομικό δεδομένο, το ποσοστό αποταμίευσης που δηλώνουν ότι μπορούν να έχουν οι ερωτηθέντες.

Πίνακας 10: Συσχέτιση του ποσοστού δυνατής αποταμίευσης με την ερώτηση «Συμμετέχετε ενεργά σε δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος;»

	ΘΑ ΗΘΕΛΑ ΑΛΛΑ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΑΡΟΝ ΔΕΝ ΕΧΩ ΣΥΜΜΕΤΑΣΧΕΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Δε καταφέρνω να αποταμιεύσω	46,05%	26,32%	27,63%
0-5%	44,00%	18,00%	38,00%
5-10%	48,57%	28,57%	22,86%
10-20%	47,06%	21,57%	31,37%
Άνω του 20%	26,67%	33,33%	40,00%

Είναι εμφανές και εδώ ότι η τρίτη κατηγορία με ένα επαρκές ποσοστό αποταμίευσης για τα ελληνικά δεδομένα, είναι αυτή που είχε την πιο θετική ανταπόκριση με μόλις 22,86% αρνητικών απαντήσεων.

Η διαδιάστατη ανάλυση προχώρησε με την συσχέτιση της ερώτησης «Έχετε αγοράσει ποτέ κάποιο χρησιμοποιημένο αγαθό;»

Πίνακας 11: Συσχέτιση της κλάσης εισοδήματος με την ερώτηση «Έχετε αγοράσει ποτέ κάποιο χρησιμοποιημένο αγαθό;»

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Κλάση 1	53,49%	46,51%
Κλάση 2	61,33%	38,67%
Κλάση 3	52,63%	47,37%
Κλάση 4	66,67%	33,33%

Στη συγκεκριμένη ερώτηση μεταξύ της Δεύτερης κλάσης υπήρξε η μεγαλύτερη δημοφιλία στο να αγοραστεί κάποιο αγαθό, μια άποψη που γενικά ήδη αναλύθηκε με επεξηγηματική ερώτηση ως προς τις αιτίες της άρνησης σε αυτή τη μέθοδο.

Στη συνέχεια η ίδια ερώτηση συσχετίστηκε με άλλο ένα οικονομικό δεδομένο, το ποσοστό αποταμίευσης που δηλώνουν ότι μπορούν να έχουν οι ερωτηθέντες.

Πίνακας 12: Συσχέτιση του ποσοστού δυνατής αποταμίευσης με την ερώτηση «Έχετε αγοράσει ποτέ κάποιο χρησιμοποιημένο αγαθό;»

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Δε καταφέρνω να αποταμιεύσω	63,11%	36,89%
0-5%	42,86%	57,14%
5-10%	59,15%	40,85%
10-20%	52,94%	47,06%
Άνω του 20%	53,33%	46,67%

Είναι εμφανές και εδώ ότι η πρώτη κατηγορία που δηλώνει αδυναμία αποταμίευσης καταφεύγει στις αγορές μεταχειρισμένων, με την θετική ανταπόκριση να κυμαίνεται στο 63,11%. Ακολουθεί η τρίτη κατηγορία με 59,15%.

Η διαδιάστατη ανάλυση προχώρησε με την συσχέτιση της ερώτησης «Έχετε πουλήσει ποτέ κάποιο χρησιμοποιημένο αγαθό;»

Πίνακας 13: Συσχέτιση της κλάσης εισοδήματος με την ερώτηση «Έχετε πουλήσει ποτέ κάποιο χρησιμοποιημένο από εσάς αγαθό σε κάποιον/α ή σε μαγαζί;»

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Κλάση 1	28,16%	71,84%
Κλάση 2	32,47%	67,53%
Κλάση 3	31,58%	68,42%
Κλάση 4	44,44%	55,56%

Στη συγκεκριμένη ερώτηση μεταξύ της τέταρτης κλάσης υπήρξε η μεγαλύτερη δημοφιλία στο να πουληθεί κάποιο αγαθό, κάτι που μπορεί να εξηγηθεί πιθανώς επειδή η συγκεκριμένη κατηγορία έχει

την δυνατότητα να κατέχει περισσότερα και με πιο μεγάλη αξία αγαθά, ώστε να τα διαθέσει και να επωφεληθεί.

Στη συνέχεια η ίδια ερώτηση συσχετίστηκε με άλλο ένα οικονομικό δεδομένο, το ποσοστό αποταμίευσης που δηλώνουν ότι μπορούν να έχουν οι ερωτηθέντες.

Πίνακας 14: Συσχέτιση του ποσοστού δυνατής αποταμίευσης με την ερώτηση «Έχετε πουλήσει ποτέ κάποιο χρησιμοποιημένο από εσάς αγαθό σε κάποιον/α ή σε μαγαζί;»

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Δε καταφέρνω να αποταμιεύσω	25,23%	74,77%
0-5%	22,00%	78,00%
5-10%	41,43%	58,57%
10-20%	31,37%	68,63%
Άνω του 20%	40,00%	60,00%

Τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης ερώτησης ακολουθούν παρόμοιο μοτίβο με της προηγούμενης. Οι κατηγορίες με μεγαλύτερη αποταμίευση είναι πιο πιθανό να πουλήσουν κάποιο αγαθό που δε χρειάζονται.

Τέλος, δισδιάστατη ανάλυση προχώρησε με την συσχέτιση της ερώτησης «Ποια είναι η άποψή σας για την επιδιόρθωση των αγαθών καθημερινής χρήσης;»

Πίνακας 15: Συσχέτιση του ποσοστού δυνατής αποταμίευσης με την ερώτηση «Ποια είναι η άποψή σας για την επιδιόρθωση των αγαθών καθημερινής χρήσης;»

	ΘΕΩΡΩ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΗ ΤΑΚΤΙΚΗ ΓΙΑ ΕΜΕΝΑ ΚΑΙ ΒΟΗΘΑΕΙ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	ΘΕΩΡΩ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΤΑΚΤΙΚΗ ΠΟΥ ΑΚΟΛΟΥΘΩ ΓΙΑ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΠΙΑΤΙ ΜΕ ΣΥΜΦΕΡΕΙ	ΘΕΩΡΩ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΤΑΚΤΙΚΗ ΠΟΥ ΔΕΝ ΑΚΟΛΟΥΘΩ ΑΝ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΜΕΓΑΛΗ ΑΝΑΓΚΗ Ή ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΣΤΗΝ ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΠΟΙΟΥ ΑΓΑΘΟΥ	ΘΕΩΡΩ ΟΤΙ Η ΕΠΙΔΙΟΡΘΩΣΗ ΔΕΝ ΕΠΙΤΡΕΠΕΙ ΤΗΝ ΠΛΗΡΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΕΝΟΣ ΑΓΑΘΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΣΠΑΘΩ ΝΑ ΤΗΝ ΑΠΟΦΕΥΓΩ
Κλάση 1	42,59%	33,44%	19,87%	4,10%
Κλάση 2	49,46%	27,96%	22,58%	0,00%
Κλάση 3	47,37%	42,11%	5,26%	5,26%
Κλάση 4	52,00%	16,00%	24,00%	8,00%

Είναι εμφανές και εδώ ότι η τρίτη κλάση είναι αυτή που έδωσε την πιο θετική ανταπόκριση με τις αρνητικές απαντήσεις να αποτελούν το 10,52%, με διαφορά την μικρότερη αρνητικότητα στο συγκεκριμένο ερώτημα.

Στη συνέχεια η ίδια ερώτηση συσχετίστηκε με το άλλο οικονομικό δεδομένο, το ποσοστό αποταμίευσης που δηλώνουν ότι μπορούν να έχουν οι ερωτηθέντες.

Πίνακας 16: Συσχέτιση του ποσοστού δυνατής αποταμίευσης με την ερώτηση «Ποια είναι η άποψή σας για την επιδιόρθωση των αγαθών καθημερινής χρήσης;»

	ΘΕΩΡΩ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΗ ΤΑΚΤΙΚΗ ΓΙΑ ΕΜΕΝΑ ΚΑΙ ΒΟΗΘΑΕΙ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	ΘΕΩΡΩ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΤΑΚΤΙΚΗ ΠΟΥ ΑΚΟΛΟΥΘΩ ΓΙΑ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΓΙΑΤΙ ΜΕ ΣΥΜΦΕΡΕΙ	ΘΕΩΡΩ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΤΑΚΤΙΚΗ ΠΟΥ ΔΕΝ ΑΚΟΛΟΥΘΩ ΑΝ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΜΕΓΑΛΗ ΑΝΑΓΚΗ Ή ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΣΤΗΝ ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΠΟΙΟΥ ΑΓΑΘΟΥ	ΘΕΩΡΩ ΟΤΙ Η ΕΠΙΔΙΟΡΘΩΣΗ ΔΕΝ ΕΠΙΤΡΕΠΕΙ ΤΗΝ ΠΛΗΡΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΕΝΟΣ ΑΓΑΘΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΣΠΑΘΩ ΝΑ ΤΗΝ ΑΠΟΦΕΥΓΩ
Δεν καταφέρνω να αποταμιεύσω	53,19%	26,60%	14,89%	5,32%
0-5%	30,00%	40,00%	24,00%	6,00%
5-10%	50,77%	29,23%	18,46%	1,54%
10-20%	20,00%	40,00%	36,00%	4,00%
Άνω του 20%	46,15%	23,08%	30,77%	0,00%
ΔΞ/ΔΑ	48,54%	31,55%	17,48%	2,43%

Είναι εμφανές και εδώ ότι η τρίτη κατηγορία είναι αυτή που έδωσε την πιο θετική ανταπόκριση με σύνολο 80% θετικής απόκρισης μεταξύ της τρίτης κατηγορίας, ενώ παρόμοια ήταν η τάση και στην κατηγορία όσων δε μπορούν να αποταμιεύσουν με σύνολο θετικής απόκρισης μεταξύ της ομάδας 79,79%.

Στις παραπάνω κομβικές ερωτήσεις σχετικά με το οικονομικό υπόβαθρο, οι κατηγορίες και κλάσεις που θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως μεσαίες παρουσιάζουν μια σταθερή τάση θετικότητας απέναντι στην επαναχρησιμοποίηση και την επιδιόρθωση.

Από την άλλη πλευρά οι πιο ακραίες κατηγορίες, δηλαδή οι χαμηλές ή υψηλές εισοδηματικά, παρουσιάζουν μεγάλη διακύμανση. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα μεταξύ των ερωτήσεων αγοράς και πώλησης χρησιμοποιημένων αγαθών. Στην πρώτη ερώτηση η κατώτερη οικονομικά κατηγορία φαίνεται ότι είναι πολύ πιθανό να κάνει αγορά μεταχειρισμένων αγαθών και πρωτοστάτησε σε αυτή την ερώτηση, ενώ στην δεύτερη, ως προς την πώληση, πρωτοστάτησε η υψηλότερη οικονομικά κατηγορία.

4.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ

Στα πλαίσια της παρούσας έρευνας εξετάστηκε το ερωτηματολόγιο όπως παρουσιάστηκε στο Παραδοτέο 1: «Μεθοδολογία Καταγραφής Υφιστάμενης Κατάστασης» με σκοπό την ποσοτικοποίηση και την στατιστική απεικόνιση των τάσεων για την επαναχρησιμοποίηση σε πολίτες της Περιφέρειας Αττικής και με στόχευση το λεκανοπέδιο Αττικής. Επιπλέον σκοπός ήταν η αναγνώριση χαρακτηριστικών που διέπουν τους πολίτες σχετικά με τις απόψεις και τις συνήθειές τους στο θέμα της επαναχρησιμοποίησης και της επιδιόρθωσης.

Το δείγμα δε μπορεί να θεωρηθεί αντιπροσωπευτικό του συνόλου του πληθυσμού καθώς οι ομάδες που δεν έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο πιθανώς δεν είχαν την ίδια ευκαιρία και πιθανότητα να συμμετέχουν στην έρευνα. Παρόλα αυτά δεδομένης της φύσης του ζητήματος που απαιτεί πιο ενεργούς και ευέλικτους πολίτες στην δειγματοληψία συμμετείχαν οι ομάδες που μπορούν να επηρεάσουν τον σχεδιασμό μιας δράσης επαναχρησιμοποίησης. Αυτή είναι ομάδα πολιτών είναι 20-45 ετών, με εισοδήματα έως 12.500 ευρώ, κάτοχοι τίτλου σπουδών τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και διαμοιρασμένοι σε όλους τους δήμους του λεκανοπεδίου, κυρίως προερχόμενοι από το δήμο Αθήνας.

Στο δείγμα αναγνωρίστηκε πλήρης ηθική υποστήριξη στην προστασία του περιβάλλοντος παρόλα αυτά, δεν αναγνωρίστηκε η μετάφραση της υποστήριξης σε άμεση ενεργή συμμετοχή. Το κοινό είναι περισσότερο εξοικειωμένο με τον όρο της «Ανακύκλωσης» και όχι με λιγότερο προβεβλημένους και τεχνικούς όρους όπως «υγειονομική ταφή απορριμμάτων», μάλιστα δε γίνεται αντιληπτή η διαφορά μεταξύ επαναχρησιμοποίησης και δημιουργικής επαναχρησιμοποίησης.

Η έρευνα φανερώνει ως αναμενόμενο για την ελληνική κοινωνία, ότι οι πολίτες στην συντριπτική πλειοψηφία έχουν επαναχρησιμοποιήσει αγαθά με ίδια ή διαφορετική χρήση ως προς την αρχική τους κυρίως μέσω του κοινωνικού τους δικτύου παρά μέσω συνδιαλλαγών με σκοπό το κέρδος ή φορέων και θεσμοθετημένων δωρεών. Ενθαρρυντική διαπίστωση είναι ότι η πλειοψηφία δηλώνει πως θα ήθελε στο μέλλον να κάνει χρήση μεταχειρισμένων περισσότερο, και να προωθήσει τα χρησιμοποιημένα από τους ίδιους αγαθά. Από την άλλη πλευρά είναι μάλλον αρνητικό το γεγονός ότι οι πολίτες δηλώνουν ότι κάνουν οποιαδήποτε ενέργεια επαναχρησιμοποίησης με συχνότητα χαμηλή έως και λιγότερο από μια φορά τον χρόνο. Αρνητικό είναι επίσης ότι παρά μόνο μια μικρή μειοψηφία αναφέρει επαναχρησιμοποίηση αντικειμένων όπως μπουκαλιών και πλαστικών συσκευασιών.

Παράλληλα η επιδιόρθωση αν και η πλειοψηφία την ακολουθεί, έχει μικρότερη αποδοχή συγκριτικά με την επαναχρησιμοποίηση ως συνδιαλλαγή. Ο λόγος για την παραπάνω παρατήρηση όπως παρουσιάστηκε στα αποτελέσματα είναι απλώς η ηθική απαξίωση της επιδιόρθωσης ως συνήθεια, η οποία ενεργοποιείται κυρίως από το οικονομικό συμφέρον.

Οι πολίτες δε βρίσκουν ως βοήθημα την παρουσία του κράτους και τους θεσμικούς φορείς όταν σκέφτονται την επαναχρησιμοποίηση αλλά μη κερδοσκοπικές οργανώσεις και ιδιωτικές πρωτοβουλίες. Τέλος η πλειοψηφία των πολιτών δεν είναι σε θέση να αναγνωρίσει δράσεις επαναχρησιμοποίησης στα πλαίσια του δήμου τους.

Όσον αφορά την δισδιάστατη ανάλυση, εξήχθησαν τα συμπεράσματα που συνδέουν το οικονομικό στρώμα των συμμετεχόντων με τα δίκτυα που χρησιμοποιούν για την επαναχρησιμοποίηση. Τα συμπεράσματα εμφανίζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον, αφού διαπιστώνεται ένα μοτίβο στο οποίο τα μεσαία στρώματα (οι κλάσεις όπως ορίστηκαν στο συγκεκριμένο κεφάλαιο) συμμετέχουν περισσότερο στην επαναχρησιμοποίηση και την επιδιόρθωση και το κάνουν περισσότερο από τα πολύ χαμηλά ή πολύ υψηλά στρώματα, μέσω του συγγενικού τους και του φιλικού τους περιβάλλοντος. Αυτό δε σημαίνει ότι σε επιμέρους ζητήματα δεν υπάρχει κυριαρχία των υπόλοιπων ομάδων όπως για παράδειγμα στις αγορές ή τις πωλήσεις χρησιμοποιημένων αγαθών, αλλά αυτό μάλλον συνδέετε με την ιδιαίτερη θέση της κάθε ομάδα και την αγοραστική / οικονομική της δύναμη.

Τα ευρήματα της δισδιάστατης ανάλυσης θα μπορούσαν να εξηγηθούν σε δυο επίπεδα. Το πρώτο επίπεδο είναι η εξήγηση των διαφορών μεταξύ των στρωμάτων. Τα μεσαία στρώματα είναι πιο εύκολο να δημιουργήσουν μια κοινωνική συνοχή και να εμπλακούν σε διαπροσωπικές σχέσεις, άρα υπάρχει αυξημένη πιθανότητα για συνδιαλλαγές και δωρεές μεταχειρισμένων αγαθών στα πλαίσια αυτών των κοινωνικών σχέσεων. Σε αντίθεση με τα πολύ φτωχά ή πλούσια στρώματα. Τα φτωχά στρώματα ενδεχομένως λόγο της θέσης τους έχουν πιθανώς λιγότερη κοινωνική ζωή και παρουσιάζουν ενέργειες κυρίως στην αγορά μεταχειρισμένων λόγω οφέλους. Τα πλούσια στρώματα όπως προκύπτει από την ανάλυση παρουσιάζουν μικρότερη περιβαλλοντική συνείδηση ίσως αδυνατώντας να καταλάβουν την χρησιμότητα της περιβαλλοντικής ηθικής μέσα από την χρήση μεταχειρισμένων αγαθών και την επιδιόρθωση.

Το δεύτερο επίπεδο είναι η εξήγηση του μεσαίου στρώματος που είναι το πιο ενεργό στις δυο μεταβλητές που εξετάστηκαν κατά την δισδιάστατη ανάλυση. Παρόλο που είναι γνωστές οι επιλογές για επαναχρησιμοποίηση και επιδιόρθωση στα πλαίσια της συγκεκριμένης έρευνας, είναι εντυπωσιακή η αναφορά χρήσης του συγγενικού και φιλικού περιβάλλοντος ως κύριο μέσο συνδιαλλαγών επαναχρησιμοποίησης. Με κατανόηση της ελληνικής κουλτούρας και της θέσης της οικογένειας είναι αναμενόμενο οι πολίτες να βρίσκουν σε αυτό το «πιο ασφαλές» περιβάλλον τις απαντήσεις στους αποτρεπτικούς παράγοντες για επαναχρησιμοποίηση όπως αναλύθηκαν.

5 ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ

Ένα σύστημα διαχείρισης αποβλήτων δεν είναι μόνο ένα τεχνικό ζήτημα, και ίσως το τεχνικό του κομμάτι δεν είναι το πιο σημαντικό. Η παρούσα μελέτη αποδίδει στον ΕΔΣΝΑ μια πρωταρχική ανάλυση του οικοσυστήματος της επαναχρησιμοποίησης. Εφόσον η περιφέρεια Αττικής φιλοδοξεί να πρωτοπορήσει σε «πιο πράσινη» κατεύθυνση με έμφαση στην κυκλική οικονομία, σύμφωνα και τις δημόσιες τοποθετήσεις της Περιφερειακής Αρχής, είναι αναγκαίο να εμπνευστεί από την συσσωρευμένη πληροφορία που παρουσιάζεται στο συγκεκριμένο παραδοτέο.

Τα σαφή αποτελέσματα είναι τα εξής:

1. Αποδίδονται στον ΕΔΣΝΑ και εξ αυτού στην Περιφέρεια Αττικής και τους ΟΤΑ-μέλη ένα αρχείο αξιόπιστων δεδομένων ως εργαλείο για την λήψη αποφάσεων σχετικά με το σχεδιασμό και την στρατηγική των δράσεων επαναχρησιμοποίησης υλικών και όχι μόνο.
2. Λειτουργήσε η έρευνα ως σημείο επικοινωνίας των προθέσεων της Περιφερειακής Αρχής για την δημιουργία του πρώτου Κέντρου Δημιουργικής Επαναχρησιμοποίησης Υλικών, καταφέροντας να περάσει από τα μάτια χιλιάδων ανθρώπων και να συμμετάσχουν στην έρευνα εκατοντάδες.
3. Τίθενται στη διάθεση του ΕΔΣΝΑ πλήθος πρωτογενών δεδομένα προκειμένου για την υποστήριξη των επόμενων σταδίων για τον σχεδιασμό του 1ου ΚΔΕΥ στα όρια του Δήμου Αθηναίων.

Η συγκέντρωση πρωτογενούς πληροφορίας που χαρακτηρίζει τη μεθοδολογία της παρούσας μελέτης επιτρέπει να επαναλαμβάνονται νέες επεξεργασίες εφόσον ανανεώνεται το ερώτημα. Τα αρχεία των δεδομένων παραδίδονται στην Αναθέτουσα Αρχή για περαιτέρω αξιοποίηση.

Στο παρόν 3ο Παραδοτέο, συνοψίζουμε τα παρακάτω στοιχεία της έρευνας που καταγράφονται σε ερωτήματα ειδικότερου, κατά την κρίση μας, ενδιαφέροντος.

Κοινωνική Δικτύωση

Στα πλαίσια της περιφέρειας Αττικής καταγράφηκαν τα κανάλια επικοινωνίας που είναι διαθέσιμα για του πολίτες της περιφέρειας Αττικής. Δε γίνεται να μην παρατηρηθεί ότι τα μαζικά διαθέσιμα κανάλια επικοινωνίας είναι υπερτοπικά, έως εθνικά και διεθνή, τα οποία βρίσκουν εφαρμογή στην συγκεκριμένη περίπτωση. Το Facebook παίζει σημαντικό ρόλο ως δίκτυο άμεσης επικοινωνίας των πολιτών και η λειτουργία του Marketplace ακόμα μεγαλύτερο. Βέβαια αυτό δε θα μπορούσε να θεωρηθεί σημαντικό εύρημα καθώς είναι ευρέως διαπιστωμένο. Αυτό όμως που το συνδέει με την επαναχρησιμοποίηση και το καθιστά σημαντικό εύρημα είναι αφενός μεν το μέγεθος των αγγελιών που αναρτούνται και αφ' ετέρου η διαπίστωση της δημοφιλίας μεταξύ των πολιτών για την συγκεκριμένη αγορά. Ακόμα και σήμερα που το Facebook αμφισβητείται και το ίδιο προχωράει σε μια αναθεώρηση και ανακατεύθυνση της λειτουργίας του, δε σταματάει να είναι ένα must-have εργαλείο σε δράσεις προώθησης και επικοινωνίας. Ως επέκταση αυτού, και δεδομένης της προνομιακής σχέσης κρατικών φορέων και Meta καθώς και διάφορων άλλων μέσω κοινωνικής δικτύωσης, θεωρείται ως αναγκαίο ο σχεδιασμός επικοινωνίας και το επιχειρησιακό σχέδιο να λάβει τα παραπάνω ως δεδομένα. Η ύπαρξη καταστημάτων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι πλέον διαδεδομένη και αυτονόητη και σε αυτό το περιβάλλον θα κληθεί να προβληθεί και ένα κέντρο επαναχρησιμοποίησης. Επιπροσθέτως, αυτό που θεωρείται δύσκολο να αγγιχτεί στα πλαίσια του μάρκετινγκ, η προώθηση μέσω ανεπίσημων ομάδων που θα προσέφερε μεγαλύτερη οργανική

συμμετοχή λόγω των χαρακτηριστικών «κοινότητας», ίσως είναι ακόμα ένα πρόσφορο έδαφος για τον σχεδιασθή δεδομένου του δημοσίου χαρακτήρα της υπό σχεδιασμό δράσης.

Συνεργατικό Περιβάλλον

Αν και ο συγκεκριμένος άξονας ανάλυσης θα πρέπει να ληφθεί υπόψιν και να εμπλουτιστεί με την επιπλέον γνώση που θα ληφθεί από το Παραδοτέο 2, το οποίο πραγματεύεται κυρίως τις υπάρχουσες δράσεις των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης, ξεχώρισαν κάποιες δράσεις με διπλό χαρακτήρα ιδιωτικής και δημόσιας ευθύνης. Ο λόγος που επιλέχθηκε να αναφερθούν σε αυτό το παραδοτέο οι ψηφιακές εφαρμογές που συνεπικουρούν σήμερα στην προσπάθεια για ένα πιο κυκλικό μοντέλο οικονομίας είναι επειδή αποτελούν εφαρμογές και επιχειρησιακά σχέδια ιδιωτικής έμπνευσης. Ως τέτοια λοιπόν, είναι κάπως ευαίσθητο το ζήτημα της συνεργατικής δράσης καθώς θα έπρεπε εγγενώς να μην αγγίζει την ανταγωνιστική φύση τους. Από την άλλη πλευρά δε γίνεται παρά να σημειωθεί ότι θα ήτανε και οξύμωρο να υπάρχει διπλή θεσμική απεύθυνση στους πολίτες για τις δράσεις επαναχρησιμοποίησης. Στα όρια που αφορούν την παρούσα μελέτη, που είναι ακριβώς αυτή η καταγραφή δεδομένων, δε θα γινότανε να μην αναφερθεί το παραπάνω, προβάλλοντας όμως και μια πιο αισιόδοξη ματιά, αυτή ενός περιβάλλοντος στον τομέα των υπάρχουσών ψηφιακών λύσεων που μπορούν συγχωνεύσουν τις ίδιες περιφερειακές δράσεις (ούτως ή άλλως έχουν διαδημοτικά χαρακτηριστικά) ακόμα και ως ξεχωριστές οντότητες. Ούτως ή άλλως αποτελεί απαίτηση των συμμετεχόντων πολιτών και επαγγελματιών στις δειγματοληψίες που έλαβαν χώρα για απλό και ξεκάθαρο επιχειρησιακό σχέδιο που θα συνοδεύεται και από αντίστοιχη εφαρμογή/πλατφόρμα. Με αυτό το σκεπτικό η ύπαρξη υπάρχουσών εφαρμογών είναι σχεδόν προαπαιτούμενο να ενισχύσει ένα συνεργατικό περιβάλλον.

Υπάρχουσες Δράσεις

Διαπιστώνεται το ενδιαφέρον οργανισμών και ομάδων, καθώς και νέων – κυρίως ψηφιακών – επιχειρήσεων να προάγουν την κυκλική οικονομία και την επαναχρησιμοποίηση. Είναι μια νέα κατηγορία πρωτοβουλιών η οποία είναι και δύσκολο να καταγραφεί πλήρως. Διαπιστώθηκαν πολλές δράσεις από ιδρύματα και οργανισμούς με τα χαρακτηριστικά των εκδηλώσεων χωρίς όμως κάποια κεντρική αναφορά ή ουσιαστική επίδραση. Ισχυρότερη επίδραση φαίνεται να έχουν Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις, Μη Κερδοσκοπικοί Οργανισμοί και διεθνή ερευνητικά προγράμματα τα οποία έχουν πιο διαρκή χαρακτηριστικά και συνήθως εμπλέκουν περισσότερους εταίρους. Είναι μάλιστα αξιοσημείωτο ότι με αφορμή την δειγματοληπτική έρευνα, υπήρξαν τέτοιοι φορείς επαναχρησιμοποίησης που αυτοβούλως θέλησαν να δηλώσουν την διαθεσιμότητά τους για επέκταση των δραστηριοτήτων τους σε περίπτωση που υπήρχε αυτή η δυνατότητα.

Κοινωνικό Υπόβαθρο

Τέλος παρουσιάζοντας, ότι αποτελεί σχεδόν μότο της παρούσας μελέτης, ότι το ζήτημα της διαχείρισης αποβλήτων είναι κυρίως κοινωνικό και όχι κυρίως τεχνικό, παρουσιάστηκαν λεπτομερή δεδομένα για το κοινωνικό υπόβαθρο στο ζήτημα της διαχείρισης αποβλήτων και συγκεκριμένα της επαναχρησιμοποίησης. Βασιζόμενοι σε επιστημονικά σχεδιασμένα ερωτηματολόγια από την πρόσφατη διεθνή εμπειρία, καταφέραμε να ποσοτικοποιήσουμε τις τάσεις και τις απόψεις των πολιτών. Ακόμα και αν δεν ήτανε δυνατό μια ευρείας μαζικής κλίμακας έρευνα, τα πρωτογενή δεδομένα είναι αρκετά για να υποστηρίξουν τον σχεδιασμό μιας δράσης. Τι σημαίνει όμως αυτό;

1. Οι ενδείξεις δείχνουν ότι οι πολίτες δεν είναι εξοικειωμένοι με τεχνικούς όρους, ακόμα και αυτούς που στα πλαίσια του δήμου τους τους αφορούν άμεσα. Μια δράση λοιπόν πρέπει να αποφύγει την αναπαραγωγή αυτών κατά την απεύθυνση στο κοινό.
2. Στην εποχή της ψηφιοποιημένης ζωής και κοινωνικής ζωής, είναι σχεδόν αναμενόμενο ότι οι ομάδες με τις ανάλογες δεξιότητες αποτελούν το ενεργό κοινό προς απεύθυνση. Άρα το κοινωνικό προφίλ του δείγματος όπως παρουσιάστηκε στα συμπεράσματα της δειγματοληψίας είναι αυτό που θα σχηματίσει την κρίσιμη μάζα για μια επιτυχημένη απεύθυνση.
3. Ένα Κέντρο Δημιουργικής Επαναχρησιμοποίησης Υλικών θα πρέπει να επιτελέσει και τον πολιτισμικό ρόλο δημιουργίας κοινωνικής συνοχής. Με στόχο το όσο μικρότερο κόστος διαχείρισης, πρέπει να λειτουργήσει ως ένα σημείο αναφοράς των κοινωνικών ομάδων, των πολιτών και των επαγγελματιών, ώστε να ξεπεράσει των χάσμα των αποκλεισμένων κοινωνικών ομάδων (το οποίο χάσμα ελάχιστα αναδεικνύεται στην παρούσα μελέτη).
4. Ένας ανοιχτός και ελκυστικός χώρος κοινωνικής συνύπαρξης όπου θα ευνοεί την επίσκεψη. Είναι πολύ πρόσφατο το επιτυχημένο παράδειγμα του ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος.
5. Ένα επιχειρησιακό σχέδιο το οποίο θα εμπλουτίζει την υπάρχουσα τάση και τον ρόλο της οικογένειας στην επαναχρησιμοποίηση. Είναι μια τάση που δε γίνεται να αγνοηθεί και παραδοσιακά συνέβαινε στην ελληνική κοινωνία, οπότε μια θεσμική προσπάθεια για την επαναχρησιμοποίηση που έρχεται ως εξωτερικός φορέας (που ως τώρα έχει χαμηλή δημοφιλία στο κοινό) θα πρέπει να καταφέρει να εισχωρήσει και σε αυτό το χαρακτηριστικό.
6. Τέλος είναι παραπάνω από ξεκάθαρο ότι η επαναχρησιμοποίηση αφορά, από πλευράς όγκου, κυρίως την κατηγορία των ρούχων και των ενδυμάτων. Από άποψη αξίας συμπεριλαμβάνονται και τα έπιπλα και ήδη σπιτιού. Με αυτή ως ιεράρχηση των αναγκών αλλά και με ροές που δεν αναφέρονται από τους πολίτες, δηλαδή απόβλητα όπως χρησιμοποιημένες συσκευασίες, πρέπει να γίνει σχεδιασμός επιχειρησιακός σχεδιασμός που θα συμπεριλαμβάνει τις εξειδικευμένες τεχνικές, γνώσεις και λύσεις που μπορούν να προσφερθούν από φάσμα επαγγελματιών και νομικών οντοτήτων που ήδη δραστηριοποιούνται στην επαναχρησιμοποίηση και την επιδιόρθωση.

6 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

6.1 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΚΑΤΑΓΕΓΡΑΜΜΕΝΑ ΚΑΝΑΛΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ

ΤΥΠΟΣ ΜΕΣΟΥ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	www.xe.gr	ΠΟΛΥ ΥΨΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	https://xariset0.gr/	ΧΑΜΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	https://vendora.gr/	ΧΑΜΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	http://www.poulato.gr/	ΧΑΜΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	www.pouliseto.gr	ΧΑΜΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	https://poula24.gr/	ΠΟΛΥ ΧΑΜΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	https://www.car.gr/	ΜΕΤΡΙΑ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	https://www.insomnia.gr/classifieds/	ΧΑΜΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	https://www.xe.gr/?from=logo	ΧΑΜΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	https://400.gr/	ΑΝΕΝΕΡΓΟ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	https://universpiti.foititikanea.gr/	ΠΟΛΥ ΧΑΜΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	https://www.freelist.gr/	ΠΟΛΥ ΧΑΜΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	https://www.aggeliorama.gr/	ΑΝΕΝΕΡΓΟ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	https://www.agx.gr/	ΑΝΕΝΕΡΓΟ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	https://www.xe.gr/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/1075746132435864/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/1789379021323817/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/852268951587667/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/774223172639633/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/729493717174122/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/1650856935187023/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/4tygr/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/aggelies.aggelies/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/POLEITAI/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/676637072500892/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/iPhoneOnlyData/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/680927926081874/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/1891202261123730/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/poliseisagores/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/186578989361301/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	https://www.facebook.com/groups/1891202261123730/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	Μεταχειρισμένες ηλεκτρικές συσκευές https://www.facebook.com/groups/2859435290979666/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	Μεταχειρισμένα είδη, αγορές, πωλήσεις, ανταλλαγές, χαρίζονται... https://www.facebook.com/groups/1613511412305166/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΓΓΕΛΙΕΣ-ΑΝΤΙΚΕΣ-ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΜΕΝΑ https://www.facebook.com/groups/303971823078686/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	Zero Waste Athens https://www.facebook.com/groups/zerowasteathens/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	Χαρίζω, ανταλλάζω, βοηθάω https://www.facebook.com/CharizoAntallazoBoethao	ΑΝΕΝΕΡΓΟ
FACEBOOK	facebook market places https://www.facebook.com/marketplace/?ref=app_tab	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	Metabook https://metabook.gr/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	Zero Waste Χαρίζω https://www.facebook.com/groups/309042410734140	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΜΕΝΩΝ https://www.facebook.com/groups/798154286908936/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	ΒΙΒΛΙΑ ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΜΕΝΑ https://www.facebook.com/groups/631809440282178/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	(ΒΙΒΛΙΑ) ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΜΕΝΑ ΒΙΒΛΙΑ - ΑΝΤΑΛΛΑΓΕΣ https://www.facebook.com/groups/metaxeirismena.vivlia/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	ΒΙΒΛΙΑ ΠΡΟΣ ΠΩΛΗΣΗ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ https://www.facebook.com/groups/433873010034319/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	ΤΑ ΒΙΒΛΙΑ ΜΟΥ ΑΓΟΡΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ https://www.facebook.com/groups/1850970701863361/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	ΑΓΟΡΑΠΩΛΗΣΕΙΣ / ΑΝΤΑΛΛΑΓΕΣ ΒΙΒΛΙΩΝ https://www.facebook.com/groups/435516463300876/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΜΕΝΑ ΒΙΒΛΙΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΚΟΜΙΚΣ ΠΑΝΤΟΣ ΤΥΠΟΥ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ https://www.facebook.com/groups/1711458558899498/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	Βιβλία για πώληση ή για ανταλλαγή https://www.facebook.com/groups/421926334646018/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΜΕΝΑ ΚΑΙ ΣΠΑΝΙΑ ΒΙΒΛΙΑ https://www.facebook.com/groups/300859184642405/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	ΧΑΡΙΖΟΝΤΑΙ ΒΙΒΛΙΑ https://www.facebook.com/groups/xarizontai.vivlia/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	ΧΑΡΙΖΩ https://www.facebook.com/groups/xarizo/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	Χαρίζω ότι δεν χρειαζομαι https://www.facebook.com/groups/157108152965217/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	Χαρίζονται Μωρουδιακά-Βρεφικά Είδη - Βοήθησε και εσύ μια νέα μανούλα https://www.facebook.com/groups/1036179203811944/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	Μεταχειρισμένα είδη, αγορές, πωλήσεις, ανταλλαγές, χαρίζονται... https://www.facebook.com/groups/1613511412305166/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	Πωλούνται και χαρίζονται διαφορά https://www.facebook.com/groups/1524310301202956/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	ΕΠΙΠΛΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΣΕ ΧΑΜΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ https://www.facebook.com/groups/574790546402869/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	ΑΝΤΑΛΛΑΖΟΝΤΑΙ ΧΑΡΙΖΟΝΤΑΙ ΠΩΛΟΥΝΤΑΙ ΤΑ ΠΙΑΝΤΑ(αγγελίες γενικού περιεχομένου) https://www.facebook.com/groups/835100223239715/	ΜΕΤΡΙΑ
FACEBOOK	Χαρίζονται - Ζητούνται αντικείμενα https://www.facebook.com/groups/388312788481638/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	Έπιπλα και είδη σπιτιού Second Hand - Ελλάδα https://www.facebook.com/groups/1189314474486773/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	ΑΓΓΕΛΙΕΣ ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΜΕΝΑ ΠΩΛΕΙΤΑΙ,ΑΝΤΑΛΛΑΣΣΕΤΑΙ,ΖΗΤΕΙΤΑΙ,ΧΑΡΙΖΕΤΑΙ GREECE https://www.facebook.com/groups/729493717174122/	ΧΑΜΗΛΗ
FACEBOOK	χαρίζω ό,τι δεν χρειαζομαι... https://www.facebook.com/groups/285588682832308/	ΜΕΤΡΙΑ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	Etsy	ΥΨΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	Depop	ΥΨΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	Poshmark	ΜΕΤΡΙΑ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	Tradesy	ΥΨΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	Facebook Marketplace	ΠΟΛΥ ΥΨΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	Instagram	ΜΕΤΡΙΑ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	VarageSale	ΜΕΤΡΙΑ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	Shopify	ΥΨΗΛΗ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	To RealReal	ΜΕΤΡΙΑ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	Ανταλλάξτε.com	ΜΕΤΡΙΑ

6.2 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΚΑΤΑΓΕΓΡΑΜΜΕΝΕΣ ΛΟΙΠΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗΣ

ΔΡΑΣΗ	ΦΟΡΕΑΣ/ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΠΗΓΗ	ΤΥΠΟΣ
Πρόγραμμα συλλογής χρησιμοποιημένων ρούχων	ZARA	https://www.zara.com/gr/el/viosimotita-programma_syllogis-mkt1452.html?v1=1471213	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Πρόγραμμα συλλογής χρησιμοποιημένων ρούχων	Fabric Republic	http://www.fabricrepublic.gr/	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Επιαναχρησιμοποίηση	Οικολογική Εταιρεία Ανακύκλωσης	http://www.ecorec.gr	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ΜΚΟ/ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ΟΜΑΔΑ/ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Workshop	Ίδρυμα Ωνάση	https://www.onassis.org/el/whats-on/repair-reuse-recycle	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
Συλλογή χρησιμοποιημένων ρούχων	ΧΩΡΑ	https://www.khora-athens.org/freeshop	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
3quarters	3quarters	https://www.facebook.com/3quarters.de/sign/posts/2161083320734539	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ΜΚΟ/ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ΟΜΑΔΑ/ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
σχεδία αρτ - up cycling	σχεδία	https://shediahome.gr/shop/?lang=en	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ΜΚΟ/ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ΟΜΑΔΑ/ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Το ροκάνι -up cycling	Το ροκάνι	http://rokani.gr/	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ΜΚΟ/ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ΟΜΑΔΑ/ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Θελα - χρήση πλαστικού για τσάντες - up cycling	Thela	https://thela.eco/	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ΜΚΟ/ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ΟΜΑΔΑ/ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Convert Art is the first upcycling company in Greece and manufactures handmade handbags, jewelry,	Convert Art	https://convertart.gr/about/story	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ΜΚΟ/ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ΟΜΑΔΑ/ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Installation Upcycling Fashion	AthensFashionClub Fashion School	https://www.athens-science-festival.gr/	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
Upcycling: learn how to reuse materials to create new and useful objects and applications	Repair, reuse, recycle / Onassis foundation	https://www.onassis.org/	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
All about upcycling Yiuco είναι ο χώρος που αναπτύσσουμε, ιδέες και δράσεις που αφορούν	Yiuco upcycling	https://www.yiuco.com/	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Kilo-Shop Greece	Kilo-Shop Greece	https://kilo-shop.gr/en/home-2/	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ΜΚΟ/ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ΟΜΑΔΑ/ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Our products reflect and promote sustainability for the people, the project and the planet. We use Kokkos Upcycle Project Upcycling coffee sacks into handmade creations.	ANKAA Project	https://www.ankaaproject.org/	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ΜΚΟ/ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ΟΜΑΔΑ/ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
	Kokkos Upcycle Project	https://www.instagram.com/kokkosupcycleproject/?hl=en	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Plastikourgeio Shop & Lab Στο εργαστήριό μας, πεταμένα μπουκάλια νερού και ποτηράκια καφέ	Plastikourgeio	https://plastikourgeio.com/	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ΜΚΟ/ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ΟΜΑΔΑ/ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Start Upcycling Project	Action Synergy	https://action.gr/home/projects/environmental-protection/start-upcycling/	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
Precious Plastic Lab: Educational workshops for children, for the upcycling of plastic waste into	leventisfoundation	https://www.leventisfoundation.org/	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ΜΚΟ/ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ΟΜΑΔΑ/ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
INNOMED-UP	keep.eu	https://keep.eu/	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ΜΚΟ/ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ΟΜΑΔΑ/ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
27'000 UPCYCLED PET BOTTLES FOR BOSCH	ECHOJAZZ	https://www.echojazz.com/	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
uPCYCLING With Refugees	movementontheground	https://movementontheground.com/story/five-movement-moments-painting-two-	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
ADO PARADISO (TRASHCAN PARADISE) is entirely made DIT (do-it-together) by our team. It is based Plastic waste recycling/up-cycling with DIY open-source technologies and educational workshops	Cado Paradiso Upcycled Playground	https://yellow.place/en/cado-paradiso-upcycled-playground-athens-greece	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Κόκκινοι κάδοι ανακύκλωσης ρουχισμού στην Αθήνα	By(e) Plastic Project	https://electraenergy.coop/	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
Κόκκινοι κάδοι ανακύκλωσης ρουχισμού στην Αθήνα	Δημος Αθηναίων		ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Κόκκινοι κάδοι ανακύκλωσης ρουχισμού στην Αθήνα	Recycom	https://www.recycom.gr/	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Καλλιτεχνικό εργαστήρι επιαναχρησιμοποίησης χαρτιού	Action Aid	https://athens.actionaid.gr/	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
έργο LIFE REWEEE - Το Έργο ReWeee αποσκοπεί στην πρόληψη δημιουργίας Αποβλήτων	reweee	https://www.reweee.gr/el	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
ΑΘΗΝΑ: ΜΑΘΗΤΕΣ ΑΝΑΚΥΚΛΩΝΟΥΝ ΠΑΛΙΑ ΜΑΓΕΙΡΙΚΑ ΣΚΕΥΗ - ΦΤΙΑΧΝΟΥΝ ΡΟΛΟΓΙΑ,	Εργαστήριο Ειδικής Επαγγελματικής Εκπαίδευσης (ΕΕΕΕΚ) Αγίου Δημητρίου	http://www.eeek.gr/	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
Συνέδριο Waste 2019	ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΑΔΡΑΝΩΝ ΝΟΤΙΑΣ ΕΛΛΑΔΑ	https://www.aanel.gr/2019/10/31/%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%AD%CE%B4%CF	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
Παζάρι Μεταχειρισμένων	Σωματείο Ρακοςουλεκτών		ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Πλατεία Αβησσυνίας Αγορά			ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ ΜΚΟ/ ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ ΟΜΑΔΑ/ ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Ευριπίδου Αγορά			ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ ΜΚΟ/ ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ ΟΜΑΔΑ/ ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Παρουσίαση του έργου LIFE-IP CEI-Greece στο Εργαστήριο Κυκλικής Οικονομίας το οποίο 22/9 – Εκδήλωση στον Δήμο Βάρης Βούλας Βουλ/νης, Οδεύοντας προς μια κοινωνία Εναρκτήριο Συνέδριο Έργου "Εφαρμογή της Κυκλικής Οικονομίας στην Ελλάδα"	Circular Economy Hybrid Workshop	https://circulargreece.gr/el/events/circular-economy-hybrid-workshop/	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
	Δήμος Βάρης Βούλας Βουλαγμένης – Οδεύοντας προς μια κοινωνία μηδενικών	https://circulargreece.gr/el/ekdilosis-dimos-varis-voulas-vouliagmenis/	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
	LIFE-IP CEI-Greece	https://circulargreece.gr/el/events/%ce%b5%ce%bd%ce%b1%cf%81%ce%ba%cf%8	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ (Trash Art / Επιαναχρησιμοποίηση	ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	https://inactionforabetterworld.com/%ce%b2%ce%b9%cf%89%ce%bc%ce%b1%cf	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
Προγράμματα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης	inactionforabetterworld	https://inactionforabetterworld.com/%ce%b2%ce%b9%cf%89%ce%bc%ce%b1%cf	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
Δίνω μια δεύτερη ευκαιρία στα σκουπίδια	Βιωματικών Εργασιών Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης για παιδιά Δημοτικών	https://neologosattikis.gr/paideia/drases/drases-viomatikon-ergastirion-	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Γίνε Χαλαρή	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΒΔΟΜΑΔΑ ΔΡΑΣΗΣ για τους 17 Στόχους	https://inactionforabetterworld.com/sdgs-week-2021/	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
Δώστε τους Άλλη μια Ζωή./Give them Another Life.	ΜΙΑΖΩ	miazo.gr	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ ΜΚΟ/ ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ ΟΜΑΔΑ/ ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Christmas Exchange/buy/sell bazaar in Palao Faliro , Athens	ZEROWASTESHOP	FACEBOOK	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ ΜΚΟ/ ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ ΟΜΑΔΑ/ ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
InWASTEing yourself... Clean up!	EKO and Youth #EConnection	https://www.facebook.com/events/255906556469183/?acontext=%7B%22event	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
SECOND HAND BAZZAR -SELL AND BUY	ZEROWASTESHOP	https://www.facebook.com/events/2739847142980970/?acontext=%7B%22event	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ ΜΚΟ/ ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ ΟΜΑΔΑ/ ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Κατασκευή τέχνης από ανακυκλωσιμα υλικά	Ίδρυμα Γουλιανδρή	https://goulandris.gr/el/events/cubism9-12	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
EcoFest 2021	Ελληνική Εταιρεία Ενεργειακής Οικονομίας, την Περιφέρεια Αττικής και	https://www.eco-fest.org/	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
Δωρεές και επαναχρησιμοποίηση σε είδη (ρούχα, υποδήματα, παιχνίδια, μικροσυσκευές, έπιπλα ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ (περιλαμβάνει εργαστήρια επαναχρησιμοποίησης)	Πανελλήνια Ένωση Φίλων των Πολυτέκνων Κέντρο Συμπράστασης Παιδιών και Οικογένειας	https://pefip.gr/?page_id=309	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
Online: "Για τους εραστές των χρωμάτων!" - μαθημα αναπαλαιώσης επιπλων	WOORD Έπιπλα Κουζίνας and WOORD Αναπαλαίωση Επίπλων	http://www.supportcenter.gr/GR/index.php?about=19&id=29	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
"Μεταμορφώστε τα έπιπλα σας με χρώματα κίμωνας" - αναπαλαίωση επιπλων	Past Perfect - Chalk Paint & more and Nordic Chic Greece	https://www.facebook.com/events/525214992253215/?acontext=%7B%22event_554257002450/?acontext=%7B%22event	ΕΚΔΗΛΩΣΗ
Δέχονται Η/Υ και ηλεκτρονικό εξοπλισμό, τα οποία χαρίζονται σε σχολεία	iRECYCLE - ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ Η/Υ Δημητράκοπουλος Γεώργιος	www.irecycle.gr applications@irecycle.gr info@irecycle.gr	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ ΜΚΟ/ ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ ΟΜΑΔΑ/ ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Δέχονται και χαρίζουν Η/Υ και εξαρτήματα	UFU (Underground Free University)	www.ufu.gr/reuse	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ ΜΚΟ/ ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ ΟΜΑΔΑ/ ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Δέχονται μεταχειρισμένα ρούχα	Zografou Textiles		ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ ΜΚΟ/ ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ ΟΜΑΔΑ/ ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Δέχονται μεταχειρισμένα ρούχα	Γιατροί του Κόσμου	www.mdmgreece.gr	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ ΜΚΟ/ ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ ΟΜΑΔΑ/ ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Δέχονται μεταχειρισμένα μικροέπιπλα	Ελληνικό Καραβάνι Αλληλεγγύης	www.karavani.gr	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ ΜΚΟ/ ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ ΟΜΑΔΑ/ ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Δέχονται Η/Υ και περιφερειακό εξοπλισμό, τα οποία επισκευάζουν και δωρίζουν σε σχολεία	Επανεκκίνησης	http://epanekkinisis.gr/	ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ/ ΜΚΟ/ ΣΩΜΑΤΕΙΟ/ ΟΜΑΔΑ/ ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Δέχονται μεταχειρισμένα ρούχα	Ίδρυμα Αστέγων Δήμου Αθηναίων	www.kyada.gr	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Δέχονται μεταχειρισμένα ρούχα	Κέντρο Συμπράστασης Παιδιών και Οικογένειας	www.supportcenter.gr	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Δέχονται μεταχειρισμένες ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές / Δέχονται μεταχειρισμένα	Κιβωτός του Κόσμου	www.kivotostoukosmou.org	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Δέχονται μεταχειρισμένα ρούχα	MKO Praksis	www.praksis.gr	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Δέχονται μεταχειρισμένες ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές / Δέχονται μεταχειρισμένα	MKO Θεόφιλος	www.theophilos.gr	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Δέχονται και πωλούν μεταχειρισμένες ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές / Δέχονται και πωλούν	Παλιουσινήθειες	http://el-gr.facebook.com/paliosinitheies	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Δέχονται μεταχειρισμένα ρούχα / Δέχονται μεταχειρισμένες ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές	Πανελλήνια Ένωση Φίλων των Πολυτέκνων	www.pefip.gr	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Ανταλλακτικός χώρος - Δέχονται και χαρίζουν ρούχα, παπούτσια και μικροαντικείμενα.	Σκόρος	https://www.facebook.com/skoroscc/	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Δέχονται μεταχειρισμένες ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές / Δέχονται μεταχειρισμένα ρούχα / Δέχονται μεταχειρισμένα έπιπλα	Στέγη Κακοποιημένων Γυναικών		ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Δέχονται και πωλούν μεταχειρισμένες ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές / Δέχονται και πωλούν μεταχειρισμένα έπιπλα / Δέχονται και πωλούν μεταχειρισμένα ρούχα	Σύλλογος ΡΕΤΟ		ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ
Δέχονται μεταχειρισμένα έπιπλα / Δέχονται μεταχειρισμένες ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές / Δέχονται μεταχειρισμένα ρούχα	Χατζηκυριάκειο Ίδρυμα	www.xatzikiriakio.gr	ΔΙΑΡΚΗΣ ΔΡΑΣΗ

6.3 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΚΑΙ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

Το παράρτημα 3, όπου καταγράφονται οι απαντήσεις του ερωτηματολογίου, λόγω μεγέθους και μορφής παραδίδεται μόνο ηλεκτρονικά.



“ΝΤΙ ΓΟΥΕΙΣΤ” ΕΠΕ. (δ.τ. DWASTE ΕΠΕ)
Αχαρνών 141Β, ΤΚ 104 46 Αθήνα,
Τηλ.: 215 5302450, Fax: 210 8627189,
email: info@d-waste.com



ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ
Α.Ε. (δ.τ. ΕΠΕΜ ΑΕ)
Αχαρνών 141Β, ΤΚ 10446 Αθήνα,
Τηλ.: 210 8627598, Fax: 210 8627189
Email: info@epem.gr