

ZELENA JAVNA NABAVA - NOVOSTI

INTERVJU

Održivi lampioni kao alternativa – uloga proizvođača u razvoju zelene javne nabave

Može li se i u tako tradicionalnoj kategoriji proizvoda kao što su lampioni otvoriti prostor za održivija rješenja? O toj temi razgovarali smo s g. **Robertom Pandžom, direktorom tvrtke Primax d.o.o.**, domaćeg proizvođača koji kroz razvoj proizvoda i prilagodbu proizvodnih procesa pokazuje kako održivost sve više postaje pitanje sustava, a ne samo pojedinačne inovacije. Riječ je o kategoriji proizvoda koja se, iako se možda na prvi pogled ne povezuje često sa zelenom javnom nabavom, u praksi pojavljuje u kontekstu upravljanja grobljima, komunalnih usluga i povezanih nabava proizvoda svakodnevne uporabe, zbog čega pitanje održivijih alternativa dobiva i vrlo konkretnu javnosektorsku dimenziju.

U razgovoru smo se osvrnuli na razvoj okolišno prihvatljivijih proizvoda, važnost mjerljivih pokazatelja i neovisnih potvrda te na ulogu proizvođača u oblikovanju tržišta koje može odgovoriti na zahtjeve zelene javne nabave. Sugovornik pritom posebno ističe potrebu za jasnim, provjerljivim i provedivim kriterijima koji javnim naručiteljima mogu olakšati donošenje održivijih odluka. [U nastavku pročitajte cijeli intervju...](#)



fotografija: Privatna arhiva

Robert Pandža

direktor i CEO tvrtke Primax d.o.o.

Kako EMAS ugraditi u dokumentaciju o javnoj nabavi



fotografija: Lummi by Canva

EMAS (Eco Management and Audit Scheme) nije još jedna potvrda u nizu, nego jedini europski instrument koji od organizacije zahtijeva da javno dokaže što je konkretno poboljšala u upravljanju okolišem, i to uz neovisnu verifikaciju. Za javne naručitelje to znači jednostavnu stvar: manje nagađanja o tome tko zapravo drži do okolišnih standarda, a više sigurnosti pri odabiru partnera.

ZJN 2016 ostavlja prostor za ugradnju EMAS-a na više mjesta u dokumentaciji. Može se tražiti kao dokaz tehničke i stručne sposobnosti, ugraditi u tehničke specifikacije za usluge poput čišćenja ili građevinskih radova, ili postaviti kao uvjet izvršenja ugovora kroz obvezu praćenja potrošnje energenata i javnog izvještavanja.

Litavska uprava za ceste EMAS registraciju tretira kao kriterij vrednovanja, dodjeljujući dodatne bodove onima koji ju posjeduju. Važno je imati na umu da ZJN 2016 uvijek nalaže prihvaćanje jednakovrijednih dokaza, pa EMAS u dokumentaciji ne znači isključivanje ponuditelja bez te konkretne registracije, nego podizanje ljestvice onoga što se od njih očekuje.

Za naručitelje koji žele zelenu javnu nabavu pretvoriti iz formalnog zahtjeva u stvarnu polugu promjene, EMAS je jedan od rijetkih alata koji to zaista i omogućuje. Više u [članku](#).

PRIMJERI DOBRE PRAKSE

Nabava električnih autobusa u Osijeku: kako zelena javna nabava postaje stvaran instrument promjene

Gradski prijevoz putnika iz Osijeka pokrenuo je nabavu 19 baterijskih električnih autobusa procijenjene vrijednosti 12,8 milijuna eura, sufinanciranu sredstvima Europske unije. Postupak obuhvaća 15 solo-gradskih niskopodnih i četiri midi-gradska električna autobusa, a proveden je u skladu s Odlukom o provedbi zelene javne nabave (NN 137/24), koja vozila za cestovni promet svrstava među obvezne grupe predmeta nabave.

Ono što ovaj postupak izdvaja kao primjer dobre prakse jest pristup tehničkim specifikacijama. Zeleni zahtjevi razrađeni su daleko izvan pukog odabira vrste pogona: naručitelj je propisao prosječnu potrošnju energije do 100 kWh/100 km prema E SORT 2 postupku, sustav rekuperacije energije kočenja, obvezu zadržavanja najmanje 70% početnog kapaciteta baterija kroz jamstveni rok, mogućnost zamjene pojedinih baterijskih paketa te opciju sekundarne uporabe baterija za skladištenje energije po isteku jamstva.



Za naručitelje koji tek uvode zelene kriterije u praksu, poruka ovog primjera je jasna: sama nabava električnog vozila nije dovoljna da se postupak može smatrati zelenim. Puna vrijednost zelene javne nabave postiže se tek kada se okolišni cilj dosljedno prenese u dokumentaciju, tehničke specifikacije i uvjete izvršenja ugovora. Više na: [link](#).

Kako učinkovito komunicirati rezultate zelene javne nabave prema građanima i medijima

Provesti kvalitetan postupak zelene javne nabave nije dovoljno ako rezultat ostane nevidljiv. Institucije koje ne komuniciraju što su postigle, zašto su to učinile i kakav je učinak na javni novac i okoliš, propuštaju priliku za nešto što je teže izgraditi od svake procedure: povjerenje javnosti.

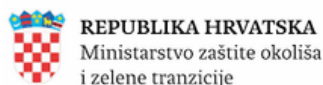
A upravo je povjerenje ono što zelenu javnu nabavu pretvara iz administrativne obveze u prepoznatljiv doprinos zajednici. Kada građani razumiju da je određena odluka o nabavi smanjila troškove, poboljšala kvalitetu usluge ili smanjila emisije, zelena nabava prestaje biti stručna tema i postaje dio javnog interesa. U vremenu kada se od javnog sektora očekuje sve veća transparentnost, upravo ta vidljivost postaje mjerilo odgovornog upravljanja.

U novom tekstu na zelenanabava.hr bavimo se upravo tim pitanjem. Kako rezultate ZeJN prevesti na jezik razumljiv građanima i medijima, koji podaci zaista govore, koji kanali funkcioniraju za koju publiku i zašto transparentnost o izazovima jača kredibilitet više od isključivo pozitivnih poruka. Tekst donosi i praktičan komunikacijski okvir koji institucije mogu primijeniti bez velikog marketinškog budžeta ili infrastrukture.

Pročitajte više na: [link](#)



vizual: Canva AI



Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije
Radnička cesta 80, Zagreb
Email zelena.nabava@mzozt.hr

Zelena javna nabava newsletter je inicijativa Ministarstva zaštite okoliša i zelene tranzicije.

Ovaj newsletter je namijenjen samo u informativne svrhe. Autor se trudi pružiti točne i pouzdane informacije, međutim svaka odluka koju donesete na temelju informacija iz ovog newslettera je isključivo na vašu vlastitu odgovornost. Email za odjavu: zelena.nabava@mzozt.hr

[Želite li primati obavijesti o novostima u svijetu javne nabave pretplatite se na newsletter ovdje.](#)