OGÓLNOPOLSKA KAMPANIA EDUKACYJNO-INFORMACYJNA

ZAPOBIEGANIE POWSTAWANIU ODPADÓW I WŁAŚCIWE POSTĘPOWANIE Z ODPADAMI

INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

MINISTERSTWO ŚRODOWISKA

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko

ŹRÓDŁA FINANSOWANIA

Ministerstwo Środowiska:
(współfinansowanie 15%)

Program Operacyjny: Infrastruktura i Środowisko
Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego (finansowanie 85%)

V Priorytet:
Ochrona przyrody i kształtowanie postaw ekologicznych

5.4 Działanie:
Kształtowanie postaw społecznych sprzyjających ochronie środowiska, w tym różnorodności biologicznej

5.4.1 Poddziałanie:
Ogólnopolskie lub ponadregionalne działania edukacyjne, kampanie informacyjno – promocyjne, imprezy masowe oraz konkursy i festiwale ekologiczne

INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
MINISTERSTWO ŚRODOWISKA
UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko

2.1 Krajowy plan gospodarki odpadami 2010 (Kpgo 2010), przyjęty w dniu 29 grudnia 2006 r. przez Radę Ministrów uchwałą Nr 233 (M.P. Nr 90, poz. 946). Wśród zidentyfikowanych w Kpgo problemów wymieniono niezadowalający poziom edukacji i świadomości ekologicznej społeczeństwa. Stwierdzono, że istnieje pilna potrzeba działań edukacyjno – informacyjnych i jako jeden z kierunków działań wskazano w w/w dokumencie przeprowadzenie kampanii informacyjno – edukacyjnej w tym zakresie.

2.2 Polityka Ekologiczna Państwa w latach 2009-2012 z perspektywą do roku 2016, przyjęta przez Sejm 22 maja br. W rozdziale 4.4 dotyczącym gospodarki odpadami jednym z kierunków działań jest „intensyfikacja edukacji ekologicznej promującej minimalizację powstawania odpadów np. opakowań, toreb foliowych i ich preselekcja w gospodarstwach domowych".

2.3 Opracowanie założeń ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-informacyjnej dotyczącej prawidłowej gospodarki odpadami, ze szczególnym uwzględnieniem gospodarki odpadami komunalnymi – świadomość ekologiczna społeczeństwa polskiego – badanie statystyczne przeprowadzone przez Centrum Badania Opinii Społecznej na zlecenie DEE.

INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
MINISTERSTWO ŚRODOWISKA
UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko

3. Grupa docelowa kampanii:

- mieszkańcy wsi i małych miasteczek (do 50 tys. mieszkańców) z wykształceniem podstawowym i średnim, głównie kobiet w wieku 20 - 54 lata

- dodatkowo w ramach projektu została rozbudowana część konkursowa dla dzieci ze szkół podstawowych w wieku 7 - 13 lat i młodzieży gimnazjalnej w wieku 14 - 16 lat;

www.mos.gov.pl/kategoria/2883_konkursy_dla_dzieci_i_mlodziezy/

3.1 Cel główny edukacyjny kampanii:

Podniesienie świadomości ekologicznej odbiorców kampanii tj. kobiet w wieku 20 - 54 lata

3.2 Cele szczegółowe:

3.2.1 Podniesienie poziomu wiedzy wśród odbiorców kampanii nt. zapobiegania powstawania odpadów – dostarczenie odbiorcy informacji i wiedzy nt. właściwego postępowania z odpadami.

3.2.2 Zwiększenie świadomości wśród odbiorców kampanii nt. zagrożeń, jakie przynosi spalanie odpadów w paleniskach domowych

3.2.3 Zmiana zachowań wśród odbiorców kampanii tj. kobiet w wieku od 20 do 54 lat oraz dzieci w wieku 7 do 16 lat (szkoły podstawowe i gimnazja) dotyczących postępowania z odpadami, z uwzględnieniem następujących bloków tematycznych:

- nie pal śmieci w domu,

- stop dzikim wysypiskom,

- segreguj odpady,

- zapobiegaj powstawaniu odpadów.

Wykształcenie nawyków selektywnego zbierania poszczególnych rodzajów odpadów.

Bloki tematyczne wybrano mając na uwadze ww. dokumenty strategiczne, wyniki Raportu CBOS oraz wytyczne Departamentu Gospodarki Odpadami MŚ. Zdaniem Departamenyu Edukacji Ekologicznej wybór tych trzech tematów spowoduje efekt dźwigni. DEE zakłada, że koncentracja na tych zagadnieniach spowoduje zwiększenie liczby gospodarstw domowych gdzie segreguje się odpady, zmniejszenie ilości odpadów wytwarzanych przez te gospodarstwa, wzrost poziomu wiedzy na temat segregacji odpadów oraz wzrost proekologicznej aktywności dzieci.

INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
MINISTERSTWO ŚRODOWISKA
UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko

4. ZAWARTOŚĆ MERYTORYCZNA KAMPANII

4.1 Spalanie odpadów w paleniskach domowych

4.1.1 Podczas spalania różnego rodzaju materiałów w paleniskach domowych oraz w ogniskach na wolnym powietrzu w emitowanych spalinach powstają zanieczyszczenia, (których oddziaływanie na środowisko naturalne oraz zdrowie ludzi i zwierząt jest bardzo szkodliwe), są to:
- rakotwórcze związki dioksyny i furany,
- tlenek węgla (CO), który jest trujący dla ludzi i zwierząt, utrudnia transport tlenu w organizmie, oddziałuje także na centralny układ nerwowy,
- tlenki azotu (NOx), które są przyczyną podrażnienia i uszkodzenia płuc, a odkładając się w glebie w postaci azotanów, szkodliwie podwyższają ich zawartość w roślinach,
- dwutlenek siarki (SO2), który u ludzi i zwierząt powoduje trudności w oddychaniu. Jest przyczyną powstawania siarczanów i kwasu siarkowego, co powoduje suche i mokre opady kwaśnych deszczy,
- chlorowodór, który tworzy z parą wodną kwas solny,
- cyjanowodór, który tworzy z wodą kwas pruski, silnie toksyczny związek chemiczny,
- pyły, które odkładając się w glebie, powodują szkodliwe dla zdrowia człowieka i zwierząt zanieczyszczenia roślin metalami ciężkimi.

4.1.2 Przez spalanie odpadów w paleniskach domowych tracone są materiały, które mogą zostać poddane recyklingowi.

4.2 Dzikie wysypiska odpadów

4.2.1 Dzikie wysypiska mają ogromny wpływ na środowisko naturalne, gdyż:
- szpecą krajobraz i tym samym odstraszają turystów,
- są pozbawione zabezpieczeń, co powoduje przedostawanie się substancji toksycznych do gleby czy wód gruntowych (farby, oleje, zużyte baterie czy podobne substancje powodują przedostawanie się do gleby metali ciężkich),
- są siedliskiem bakterii chorobotwórczych i groźnych grzybów,

INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
MINISTERSTWO ŚRODOWISKA
UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko

stwarzają warunki do życia i rozmnażania się komarów, much i szczurów, które mogą być nosicielami wielu chorób zakaźnych,
- mają negatywny wpływ na zwierzęta. Torebki foliowe połykane są przez zwierzęta, co prowadzi do ich śmierci. Odłamki szkła czy metalu powodują okaleczenia zwierząt,
- stanowią zagrożenie dla mieszkańców, ponieważ powstający gaz na wysypisku powoduje niekiedy samozapłon śmieci, co z kolei może doprowadzić do pożaru lasu czy pobliskich domostw,
- poprzez usuwanie odpadów na dzikie wysypiska tracone są materiały, które mogą zostać poddane odzyskowi, w tym recyklingowi, co z kolei ma wpływ na mniejsze zużycie surowców naturalnych.

4.3. Segregacja odpadów

4.3.1 Uświadomienie społeczeństwu, jak ważna jest segregacja odpadów poprzez podkreślenie istoty wydzielania odpadów, takich jak:
- zużyte baterie i akumulatory,
- zużyty sprzęt elektryczny i elektroniczny,
- oleje odpadowe,
- przeterminowane leki,

ze względu na ich właściwości niebezpieczne,

4.3.2 Podkreślenie istoty wydzielania odpadów, takich jak:
- papier (niezanieczyszczony),
- szkło opakowaniowe (białe/ kolorowe),
- metale (np. odpady opakowaniowe),
- tworzywa sztuczne (np. odpady opakowaniowe)

ze względu na ich przygotowanie do recyklingu.

4.3.3 Uświadomienie społeczeństwu, że segregacja odpadów ma wpływ na ilość odpadów poddanych recyklingowi, a dzięki recyklingowi:
- chronimy zasoby naturalne, ponieważ zastosowanie surowców wtórnych zmniejsza zużycie surowców naturalnych;
- chronimy środowisko, ponieważ wydobycie i przetworzenie surowców naturalnych na dobra konsumpcyjne związane jest z niszczeniem środowiska;

INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
MINISTERSTWO ŚRODOWISKA
UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko

- oszczędzamy energię, ponieważ potrzeba jej znacznie mniej, gdy wykorzystujemy surowce wtórne.

4.4. Zapobieganie powstawaniu odpadów

4.4.1 Uświadomienie społeczeństwu, że produkujemy coraz więcej odpadów, z którymi nie wiadomo co zrobić, zużywając nieodnawialne surowce i zostawiając niekorzystną spuściznę dla przyszłych pokoleń. Pozbywanie się odpadów, których przybywa, jest jednym z poważnych problemów naszej cywilizacji. Istotą jest więc zapobieganie powstawaniu odpadów.

4.4.2 Uświadomienie społeczeństwu, że ograniczenie konsumpcji oraz bardziej przemyślane zakupy to najbardziej proste i oczywiste działanie oraz najłatwiejszy sposób unikania powstania odpadów. Żyjemy w społeczeństwie napędzanym przez nadmierny popyt w stosunku do rzeczywistych potrzeb, stymulowany modą i udogodnieniami nowoczesnych technologii. Najlepiej zagospodarowane odpady to takie odpady, które w ogóle nie powstają. Zapobiegać powstawaniu odpadów możemy w domu, a nawet trochę wcześniej, bo już w trakcie robienia zakupów.

4.4.3 Rozwiązania:
- wypożyczanie zamiast kupowania przedmiotów rzadko używanych (np. sprzętu, narzędzi, płyt, książek, zabawek),
- kupowanie towarów bardziej trwałych i lepszej jakości (np. sprzętu elektronicznego, mebli, tradycyjne golarki, pióro, bawełniane chusteczki, pieluszki),
- unikanie artykułów jednorazowych (np. toreb, golarek, długopisów, chusteczek, sztućców),
- kupowanie produktów, które nie są nadmiernie pakowane (np. warzywa i owoce luzem, kupowanie największego opakowania np. proszek do prania 10 kg zamiast małych opakowań po 1,5 kg),
- kupowanie używanych rzeczy.

INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
MINISTERSTWO ŚRODOWISKA
UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko

5. REALIZACJA

Ogólnopolska Kampania edukacyjno-informacyjna będzie prowadzona przy użyciu narzędzi - ATL MEDIA (telewizja, radio, prasa) oraz BTL MEDIA (happeningi, konkursy, akcje promocyjne i edukacyjne), których głównym zadaniem jest dotarcie do jak największej liczby osób, przy użyciu minimalnych kosztów.

5.1. KAMPANIA MEDIALNA

5.1.1 TELEWIZJA

Wykonawca przygotuje propozycję trzech zintegrowanych spotów telewizyjnych, w postaci 3 scenariuszy na podstawie wstępnych scenariuszy przedłożonych w ofercie, a następnie zrealizuje je. Wykonawca ma także zaproponować media plan dla emisji spotów i wykupić czas antenowy w telewizji publicznej oraz w dwóch komercyjnych stacjach ogólnopolskich.

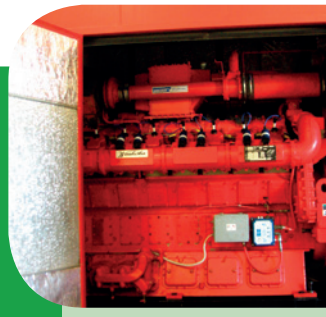
Formy reklamy to: spoty reklamowe (30 sek., wersja skrócona każdego z nich po 15 sek. oraz billboard sponsorski 8 sek.). Propozycja dotycząca obecności na antenie telewizyjnej może obejmować także inne formy reklamy telewizyjnej: tzw. idea placement – w postaci umieszczenia w scenariuszach seriali informacji dotyczących zalecanych zachowań proekologicznych, obecność w programach porannych – wykorzystanie telewizji śniadaniowej (wywiady z ekspertami, mini felietony itp.).

5.1.2 RADIO

Wykonawca ma przygotować propozycję zintegrowanych spotów radiowych (30 i 20 sek.) nawiązujących do spotów telewizyjnych, w postaci scenariuszy na podstawie wstępnych scenariuszy przedłożonych w ofercie. Wykonawca ma za zadanie wyprodukować spoty radiowe oraz zaproponować media plan dla emisji spotów. Sugerowane jest wykorzystanie min. dwóch stacji radiowych (w tym jednej stacji ogólnopolskiej lub stacji lokalnych - dających pokrycie ogólnopolskie.

5.2 KAMPANIA PRASOWA

Oprócz przygotowania propozycji projektu graficznego wykonanego na podstawie wstępnego projektu reklamy prasowej przedłożonego w ofercie Wykonawca ma przygotować media plan dla emisji projektu prasowego i wykupić powierzchnię reklamową w dziennikach, prasie opiniotwórczej i prasie kobiecej.
Projekt graficzny ma być ściśle związany z reklamą telewizyjną



INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
MINISTERSTWO ŚRODOWISKA
UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko

i radiową. Dodatkowo ma być łatwo przekładalny na różnorodne formy reklamy prasowej (od całostronicowych do jednomodułowych). Projekt graficzny powinien być umieszczony na stronach redakcyjnych i mieć postać wszywek na papierze pochodzącym z makulatury.

5.3 KAMPANIA INTERNETOWA

Najnowocześniejsze i najszybciej zwiększające zasięg medium w Polsce i na świecie - zyskuje coraz większą popularność jako interaktywny kanał komunikacji oraz jako miejsce i narzędzie prowadzenia kampanii promocyjno-reklamowych. Wykonawca przedstawi propozycje reklamy internetowej na min. 3 portalach, zgodnie z upodobaniami grupy docelowej. W ramach propozycji reklamy internetowej sugerowane jest wykorzystanie klasycznych narzędzi budujących zasięg kampanii oraz nowoczesnych form komunikacji, których celem jest zaangażowanie odbiorcy. Ponadto wykonawca ma zaproponować formę reklamy internetowej dla dzieci w wieku od 7 do 16 lat (szkoły podstawowe i gimnazja), a także zrealizować ją, w oparciu o stronę internetową Ministerstwa Środowiska dla dzieci. Dodatkowo na stronie internetowej MŚ będzie funkcjonowała podstrona na temat kampanii. Wykonawca ma za zadanie dotrzeć do wybranych grup docelowych, przy minimalnym generowaniu kosztów, minimalnym wytwarzaniu odpadów oraz minimalnej emisji CO2.

5.4 KAMPANIA AMBIENTOWA (DZIAŁANIA REKLAMY NIEKONWENCJONALNEJ)

Wykonawca ma zaproponować i przeprowadzić min. sześć działań reklamy niekonwencjonalnej z wykorzystaniem poniższych narzędzi

5.4.1 HAPPENINGI

Happening charakteryzuje się bezpośredniością, otwartością formalną, często z elementami improwizacji przy aktywizacji widza, jako wyraz nieskrępowanej ekspresji twórczej i otwarcia formuły dzieła, prowadzenia akcji w czasie, wprowadzenia elementu amatorskiego. W swoim przebiegu może być połączeniem akcji – czynności z przedmiotami, obiektami wraz z wytwarzaniem dźwięków. Happening może również wynikać ze specyfiki miejsca. Dzięki takim działaniom Wykonawca ma zainteresować wiedzą w sposób artystyczny i emocjonalny. Odbiorca ma zapamiętać oraz przekazać tę informację dalej, niezależnie czy taka forma mu się podoba, czy też nie. Rezultatem ma być poruszenie społeczeństwa do dyskusji.

INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
MINISTERSTWO ŚRODOWISKA
UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko

5.4.2 AKCJE EDUKACYJNE

Przeprowadzenie akcji edukacyjnych rozumianych jako drobne działania w trakcie imprez masowych (dożynki, odpusty, festyny, inne), głównie w miejscu zamieszkania odbiorców kampanii. Celem akcji jest przeprowadzenie krótkich, zabawnych szkoleń kształtujących proekologiczne postawy jego uczestników. Bezpośrednie dotarcie w ramach akcji edukacyjnych wspomaga kampanię przeprowadzoną w mediach i wywoła efekt synergii. Akcje edukacyjne muszą mieć interesującą i niekonwencjonalną formę. Po zakończeniu akcji edukacyjnej jej uczestnicy powinni dostać drobne gadżety związane z akcją. Koszt zakupu nagród należy do Wykonawcy. W przypadku dzieci główny nacisk ma być położony na argumenty społeczne i edukacyjne. Na stronie internetowej: http://mos.gov.pl/edu będzie utworzone miejsce, w którym placówki szkolne lub gminy będą mogły dokonywać rezerwacji akcji edukacyjnej. Ilość akcji zgodnie z ofertą Wykonawcy min. 100 akcji.

5.4.3 KONKURSY

Alternatywną metodą poszerzania wiedzy na temat ekologii są konkursy organizowane grupy docelowej, tj. kobiet w wieku od 20 do 54 lat. Wykonawca ma przeprowadzić przynajmniej trzy konkursy. Przy wykorzystaniu m.in.: radia, internetu etc. odpowiednio do grupy docelowej. Konkursy mają uwzględniać problematykę właściwego postępowania z odpadami i poszerzać wiedzę na ten temat.

W ramach projektu została rozbudowana część konkursowa dla dzieci w wieku 7 do 16 lat szkoły podstawowe i gimnazja).

KONKURS OGÓLNOPOLSKI NA WYKONANIE RZEŹBY / MASKOTKI Z ODPADÓW pt. „ WESOŁE ŚMIECI”

Adresowany zarówno do uczniów (zespoły 4-6 osobowe), jak i do szkół podstawowych. Konkurs będzie polegał na wykonaniu rzeźby lub maskotki w całości z materiałów wtórnych (użycie innych materiałów dopuszczalne jest jedynie w celu spojenia lub łączenia jej elementów). Rzeźba nie może być niższa niż 50 cm. Koncepcja pracy powinna być jasna. Konkurs bezpośrednio zaangażuje dzieci i rodziców w segregację odpadów niezbędną do pozyskania materiałów do stworzenia rzeźby. Opracowany regulamin konkursu zostanie rozpowszechniony, a także zostaną podjęte działania mające na celu promowanie idei konkursu.

KONKURS OGÓLNOPOLSKI NA PRODUKCJĘ 5-15 MIN. FILMU EDUKACYJNEGO LUB WYKONANIE KOMIKSU EDUKACYJNEGO pt. „TWÓRCZOŚĆ Z KOSZA”

Związany jest z tematyką segregacji odpadów oraz zapobiegania powstawaniu odpadów. Konkurs jest adresowany do szkół gimnazjalnych (zespoły 5-10 osobowe).

5.4.4 KONKURS DLA DZIENNIKARZY

Konkurs Biura Prasowego MŚ przeznaczony dla dziennikarzy telewizyjnych, radiowych i prasowych (z wyj. tytułów specjalistycznych z zakresu ekologii), którzy zajmują się tematyką ochrony środowiska. W konkursie udział mogą wziąć dziennikarze, którzy w trakcie trwania konkursu opublikują w prasie, radiu lub telewizji określoną liczbę materiałów promujących w/w tematykę. Laureatom zostaną wręczone nagrody w kategoriach: prasa, radio, telewizja. Szczegóły na www.mos.gov.pl

6. TERMIN REALIZACJI PROJEKTU:

1 maja 2009 r. - 28 stycznia 2011 r.