

Świat sam sobie nie da rady, segregujmy więc odpady

Mira: Fundacja Nasza Ziemia od 14 lat prowadzi edukację ekologiczną na skalę ogólnopolską. Siłą naszych działań są konkretni ludzie, w najdalszych zakątkach naszego kraju! Dotychczasowe nasze działania, jak na przykład kampania „Sprzątanie świata”, pokazały, że wspólnie o wiele skuteczniej i mądrzej można chronić środowisko. To zaś było dla nas impulsem do porozumienia się z najważniejszymi organizacjami odzysku, które odpowiadają w naszym kraju za rozwój odzysku i recyklingu odpadów. Związaliśmy z nimi Koalicję Edukacji Ekologicznej i wspólnie przygotowaliśmy Program Publicznej Edukacji Ekologicznej. Teraz, na zakończenie kolejnej edycji naszej pracy, czas na jej podsumowanie. A efekty są wielkie: ogólnopolska kampania informacyjno-edukacyjna promująca selektywną zbiórkę odpadów w telewizji, radiu, prasie i Internecie, kampania plakatowa i outdoorowa, zainicjowanie tysięcy lokalnych działań – w ramach „Sprzątania świata” czy konkursu grantowego, zebranie tysięcy ton odpadów, zlokalizowanie i uprzątnięcie tysięcy dzikich wysypisk... A najważniejsze – to energia i zaangażowanie milionów osób w całej Polsce, które dzięki temu same robią rzeczy potrzebne i motywują do tego innych. Serdecznie za to wszystkim naszym sprzymierzeńcom dziękuję! Przebieg edycji 2006/2007 Programu Publicznej Edukacji Ekologicznej i najciekawsze przykłady działań opisujemy właśnie w tym raporcie.

Dominik: Mira wspomniała o współdziałaniu jako kluczu do sukcesu. Szczególnie w działaniach służących dobru wspólnemu taka współpraca jest potrzebna. A Ziemia, środowisko, w którym żyjemy,

jest takim dobrem. Dlatego tak ważne było otwarcie się na wszystkich, którzy byli gotowi wspólnie chronić środowisko. Strategicznego wsparcia udzielił nam **Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej**, główni partnerzy kampanii „Sprzątanie świata”: **Vattenfall Poland, Fundacja Grupy TP**, a także **Telewizja Polska i Polskie Radio** oraz liczni darczyńcy, których wymieniamy w tym raporcie, dziękując im za życzliwość i pomoc. Kluczowe dla powodzenia programu było zaangażowanie tysięcy szkół, organizacji społecznych oraz praktycznie wszystkich gmin w Polsce. Bardzo ważne było poparcie i patronat udzielony przez Prezydenta Rzeczypospolitej Lecha Kaczyńskiego. Jest to dla nas zaszczyt, ale i dowód, iż sprawy ochrony środowiska są dla głowy państwa priorytetowe.

Sławek: Już teraz możemy powiedzieć, iż program edukacyjny opisany w tym raporcie ma swoją kontynuację i rozszerzenie w całej Polsce. Na szczególną uwagę zasługują efekty konkursu grantowego, który zainicjował powstanie 20 lokalnych projektów. W raporcie opisujemy je skrótowo, zachęcając do kontaktu z lokalnymi koordynatorami. Są to wspaniali ludzie, pełni pasji, wiedzy i chęci do naprawy świata. Właśnie dzięki takim osobom możemy mieć nadzieję na czystą i zieloną Polskę. Proszę czytelników raportu, by zwracali się do nas z uwagami, ale i pomysłami, co i jak ulepszyć. Chcemy, żeby kolejne inicjatywy ekologiczne Fundacji Nasza Ziemia, organizacji odzysku i innych naszych partnerów przynosiły konkretne korzyści dla ludzi i przyrody, bez której przecież nie da się żyć. Pamiętajmy – razem możemy więcej.

Rozmawiali członkowie zespołu koordynującego edycję 2006/2007 Programu Publicznej Edukacji Ekologicznej:

Mira Stanisławska-Meysztowicz, Prezes Fundacji Nasza Ziemia, Przewodnicząca Rady Koalicji Edukacji Ekologicznej

Dominik Dobrowolski, Wiceprezes Fundacji Nasza Ziemia (z prawej)

Sławomir Brzózek, Dyrektor Fundacji Nasza Ziemia, Główny Koordynator Programu Publicznej Edukacji Ekologicznej



Koordynator
edycji 2006/2007
Programu



www.naszaziemia.pl

Patroni

Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej
Marszałek Sejmu
Marszałek Senatu
Minister Środowiska
Minister Edukacji Narodowej
Minister Gospodarki
Minister Pracy i Polityki Społecznej
Ambasador Australii
Prezes Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej
Marszałkowie województw, wojewodowie i prezydenci miast wojewódzkich

Dobrocznicy i Partnerzy



Narodowy Fundusz
Ochrony Środowiska
i Gospodarki Wodnej
był główną instytucją
wspierającą II edycję
Programu Publicznej
Edukacji Ekologicznej.
NFOŚiGW od 13 lat
wspiera programy
realizowane przez
Fundację Nasza Ziemia



Vattenfall Poland Sp. z o.o.
był głównym partnerem
kampanii
„Sprzątanie świata – Polska”
i wsparł kampanię
outdoorową



Fundacja Grupy TP i PTK
Centertel, operator Orange,
były głównymi partnerami
kampanii
„Sprzątanie świata – Polska”



Bank Ochrony Środowiska
Clear Channel Poland
Coca-Cola HBC
Farm Frites Poland
Impel Security Polska
MediaNet
Nestlé Polska
OWENS-ILLINOIS

Pepsi
Procter & Gamble
Rexam Szkło Gostyń
SIG Combibloc
Hotel Radisson SAS Centrum
Schenker
Tetra Pak
Unilever

Dziękujemy!

**Dziękujemy także wszystkim patronom, partnerom
i sponsorom działań lokalnych.**

Program Publicznej Edukacji Ekologicznej

Program Publicznej Edukacji Ekologicznej w zakresie gospodarki odpadami opakowaniowymi i użytkowymi jest przedsięwzięciem przygotowanym i wdrażanym przez Koalicję Edukacji

Ekologicznej, która jest otwartą platformą współpracy różnych podmiotów w zakresie edukacji ekologicznej, w tym konkurujących ze sobą na rynku organizacji odzysku.



Cele Programu:

- ❖ ochrona środowiska;
- ❖ wzrost świadomości ekologicznej Polaków;
- ❖ wsparcie dla samorządów w organizowaniu i prowadzeniu zintegrowanej gospodarki odpadami;
- ❖ pomoc w osiągnięciu przez Polskę wymaganych w Unii Europejskiej poziomów odzysku i recyklingu odpadów.



Koalicję Edukacji Ekologicznej tworzą:



Fundacja Nasza Ziemia
koordynator Programu
www.naszaziemia.pl



Branżowa Organizacja Odzysku SA
www.boosa.pl



EKO-PUNKT Organizacja Odzysku SA
www.eko-punkt.pl



Koba Organizacja Odzysku SA
www.koba.com.pl



Polski System Recyklingu Organizacja Odzysku SA
www.psr.pl



Reba Organizacja Odzysku SA
www.reba.pl



Rekopol Organizacja Odzysku SA
www.rekopol.pl

Program Publicznej Edukacji Ekologicznej Edycja 2006/2007

Program realizowany był poprzez ogólnopolską kampanię informacyjno-edukacyjną i inicjowanie praktycznej edukacji – działań, które rozwiązywały konkretne problemy społeczności lokalnych.

Kampania informacyjno-edukacyjna to masowa promocja selektywnej zbiórki odpadów i informacja o zasadach jej prowadzenia. Prowadzona była w telewizji, radiu, prasie i w Internecie. Przeprowadzono wysyłkę materiałów informacyjnych i edukacyjnych (m.in. informacja o Programie, plakat) do ponad 6.000 odbiorców, w tym wszystkich samorządów, a także bie-

żącą korespondencją e-mailową do dziennikarzy i innych uczestników Programu. Materiały te udostępnione są w Internecie, m.in. na stronach www.recykling.pl i www.ekoedukacja.pl. Opis poszczególnych elementów kampanii informacyjno-edukacyjnej znajduje się na kolejnych stronach.

Praktyczna edukacja – działania lokalne inicjowane były w ramach kampanii „Sprzątanie świata – Polska”, konkursu grantowego i konkursu „Ekologiczny Pierwszy Dzień Wiosny”. Szczegółowy opis tych komponentów znajduje się w dalszej części raportu.

Najważniejsze efekty edycji 2006/2007

- ❖ telewizja: ponad 1.400 emisji czterech spotów edukacyjnych;
- ❖ prasa: 350 informacji i relacji;
- ❖ radio: 230 emisji spotów edukacyjnych i wystąpień na antenach radiowych;
- ❖ Internet: 34.000 stron prezentujących treści edukacyjne, zainicjowanych i związanych ze „Sprzątaniem świata – Polska 2006”; ponad 800.000 wizyt w serwisach recykling.pl, naszaziemia.pl i ekoedukacja.pl, ponad 2.000.000 odsłon bannerów edukacyjnych;
- ❖ zainicjowane 6.000 aktywności lokalnych (programy edukacyjne, konkursy, happeningi, wycieczki, teatryki i przedstawienia, festiwale piosenki i poezji, koncerty i inne);
- ❖ 319 projektów o wartości 3.700.000 zł zgłoszonych do konkursu grantowego;
- ❖ ambasadory 33 państw sprzątały w Warszawie brzegi Wisły w pierwszym „Ambassadors Clean Up Poland”;
- ❖ uruchomiony ogólnopolski program „Skazani na ekologię” i zaangażowane 70 zakładów karnych – wspólnie z Biurem Penitencjarnym Centralnego Zarządu Więziennictwa;
- ❖ uruchomiony ogólnopolski program edukacyjny dla szkół „Orange dla Ziemi”, realizowany przez **Fundację Grupy TP**;
- ❖ 10.000 warszawiaków manifestowało swoje poparcie dla recyklingu podczas finału „Sprzątania świata” i Warszawskich Dni Recyklingu na Polu Mokotowskim 17 września 2006 roku;
- ❖ 3.700 lokalnych organizatorów i partnerów: urzędów gminnych i miejskich, szkół, kół, organizacji, drużyn harcerskich...
- ❖ 1.100.000 wolontariuszy uczestniczących w „Sprzątaniu”;
- ❖ 21.000 ton odpadów zebrano, posegregowano i oddano do zagospodarowania;
- ❖ 2.500 dzikich wysypisk zostało zlikwidowanych.



Telewizja

- ❖ przygotowano cztery spoty edukacyjne;
- ❖ spot nr 1 przedstawiający problem – zaśmiecenie i brak powszechnej selektywnej zbiórki odpadów;
- ❖ pozostałe trzy spoty prezentujące rozwiązanie problemu: promujące selektywną zbiórkę odpadów i ukazujące jej zasady;
- ❖ spoty przygotowane dla różnych grup odbiorców: dzieci, młodzieży i dorosłych (ogólny), we współpracy z agencją **Leo Burnett**;
- ❖ ponad 1.400 emisji spotów na antenach **TVP1, TVP2, TVP3, TVN24, TVN Meteo, TVN Style, TVN Turbo, Animal Planete, Discovery, Mini-Mini**;
- ❖ wersja elektroniczna udostępniona na stronach internetowych kampanii. Produkcja spotu dofinansowana była przez **NFOŚiGW**;
- ❖ we współpracy z domem mediowym **Starcom** przygotowano i zrealizowano projekcje spotu nr 1 w 10 multipleksach. Spot widziało 413.417 osób;
- ❖ co najmniej 38 newsów i relacji na temat gospodarki odpadami i recyklingu oraz samego Programu, głównie na antenach **TVN24, TVP1 i TVP3 (Fakty, Wiadomości, Teleexpress, Kurier i Panorama)**, zainicjowanych przez Fundację Nasza Ziemia.



TELEWIZJA POLSKA



Dziękujemy wszystkim telewizjom za nieodpłatną emisję spotów



Radio

- ❖ ponad 50 wejść na anteny radiowe w postaci zainicjowanych wywiadów, wypowiedzi i w formie udziału w audycjach radiowych;
 - ❖ przygotowano cztery spoty promujące selektywną zbiórkę odpadów;
 - ❖ patronat medialny **Polskiego Radia**;
 - ❖ spoty zostały udostępnione w Internecie (serwisy recykling.pl, naszaziemia.pl i ekoedukacja.pl) do bezpłatnego wykorzystania;
 - ❖ 215 emisji spotów na antenie **PR1, PR BIS** i **PR3**. W programach tych na bieżąco prowadzona była także narracja na temat Programu i jego poszczególnych zadań, tj. kampanii „Sprzątanie świata – Polska”, konkursu grantowego, konkursu „Ekologiczny Pierwszy Dzień Wiosny”, sieci monitoringu;
 - ❖ 127 informacji na regionalnych antenach radiowych, zainicjowanych przez uczestników Programu;
 - ❖ na stronach internetowych Polskiego Radia był także zamieszczony banner promujący selektywną zbiórkę i odsyłający do serwisu recykling.pl;
 - ❖ współpraca także z **Radiem dla Ciebie, Radiem ESKA, radiem TOK FM, Radiem PLUS, Radiem Vox, Radiem Warszawa**.
- Dziękujemy wszystkim stacjom radiowym za pomoc!



Na konferencjach gościli m.in. J.E. Ambasador Australii Ian Forsyth i Marek Sierocki



Prasa

- ❖ zapoznano dziennikarzy ze źródłami informacji udostępnianymi przez Fundację Nasza Ziemia w serwisach naszaziemia.pl, recykling.pl, ekoedukacja.pl, serwis konkursów grantowego i „Ekologiczny Pierwszy Dzień Wiosny” oraz Społecznej Sieci Monitoringu Środowiska;
- ❖ zarchiwizowano i udostępniono dziennikarzom materiały z przeprowadzonych konferencji i wydarzeń (serwis naszaziemia.pl i recykling.pl);
- ❖ dla dobrej promocji i obsługi Programu zorganizowano 6 konferencji prasowych i 3 happeningi (uczestniczyło razem: 87 dziennikarzy i 24 różne media). W konferencjach prasowych wzięli udział m.in. J.E. Ambasador Australii Ian Forsyth, Andrzej Pągowski i Marek Sierocki;
- ❖ w serwisach naszaziemia.pl i recykling.pl zamieszczone były bieżące informacje o realizacji Programu i o sprawach związanych z gospodarką odpadami i edukacją w tym zakresie; do dziennikarzy wysyłane były także biuletyny informacyjne;
- ❖ dziennikarze z wyprzedzeniem otrzymali pocztą elektroniczną informacje o działaniach realizowanych w Programie, a także podsumowania zrealizowanych działań i materiały do publikacji;
- ❖ wywołano ponad 350 informacji i relacji na temat gospodarki odpadami i II edycji Programu;
- ❖ przez całą II edycję współpracowały z nami: miesięcznik **Recykling**, magazyn **Gmina** i miesięcznik **Zielona Liga**.



Kampania plakatowa i outdoorowa

Plakat

- ❖ 80.000 egz. w formacie B1, promujący selektywną zbiórkę i zawierający informacje o Programie, rozprowadzony bezpłatnie w całej Polsce;
 - ❖ plakat wydrukowano na papierze ekologicznym;
 - ❖ wykorzystywany był przez uczestników przez cały okres II edycji;
 - ❖ wersja elektroniczna do pobrania ze stron internetowych recykling.pl i naszaziemia.pl.
- ❖ Śląsk, Trójmiasto, Kraków, Łódź, Wrocław, Szczecin, Poznań;
 - ❖ czas trwania: od grudnia 2005 do czerwca 2006;
 - ❖ z danych **Clear Channel Poland**, właściciela nośników, wynika, że na prezentowane plakaty Polacy spojrzeli ponad 600.000.000 razy!
 - ❖ grafika na plakat i outdoor przygotowana przez renomowanego plakacistę **Andrzeja Pągowskiego** specjalnie dla kampanii i udostępniona za darmo. Dziękujemy!

Outdoor

- ❖ 1.400 billboardów i citylightów (plakatów wielkoformatowych) przede wszystkim w największych aglomeracjach: Warszawa, Górn

Kampania outdoorowa zrealizowana została dzięki pomocy **Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej**, **Vattenfall Poland** oraz **Clear Channel Poland**.

Serdecznie dziękujemy!



Andrzej Pągowski i Mira Stanisławska-Meysztowicz prezentują plakat II edycji Programu

Internet

- ❖ cel: udostępnienie i jak najszersze upowszechnienie wiedzy o recyklingu;
- ❖ informacje zgromadzone i udostępnione na ogólnodostępnych serwisach recykling.pl, ekoedukacja.pl i naszaziemia.pl: o sposobach zagospodarowania poszczególnych rodzajów odpadów, materiały edukacyjne, dział odpowiedzi na zapytania dotyczące różnych aspektów gospodarki odpadami (od zapytań o specyfikacje i oznaczenia poszczególnych odpadów po prośby o poradę, jak założyć firmę gospodarującą odpadami) oraz serwis informacyjny z aktualnościami dotyczącymi gospodarki odpadami i zarządzaniem środowiskiem;
- ❖ kampania bannerowa zrealizowana na serwisach uczestników Koalicji Edukacji Ekologicznej (boosa.pl, ekoedukacja.pl, ekopunkt.pl, koba.com.pl, naszaziemia.pl, reba.pl, recykling.pl, rekopol.pl, psr.pl) oraz w co najmniej 12 innych serwisach: **Zielona Brama**, **LasyPolskie.pl**, miesięcznika **Recykling**, magazynu **Gmina** (Fundacja Promocji Gmin Polskich), miesięcznika i **Fundacji Zielonej Ligi**, **Fundacji Ekologicznej ARKA**, **Polskiej Zielonej Sieci**, **Serwisie Samorządowym PAP**, **odpady.net.pl**, **gartija.pl**, a także **Polskiego Radia**. Serdecznie dziękuje

my portalowi **Onet.pl**, który udostępnił nieodpłatnie 1.000.000 wyświetleń banera. Łącznie banner zobaczyło ponad 3.000.000 internautów.

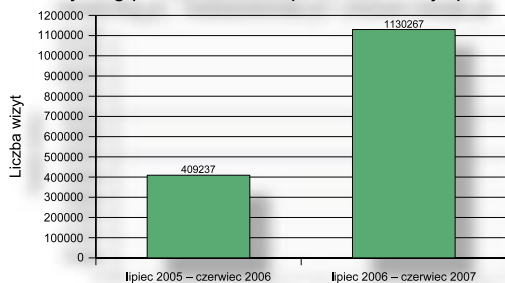


onet.pl

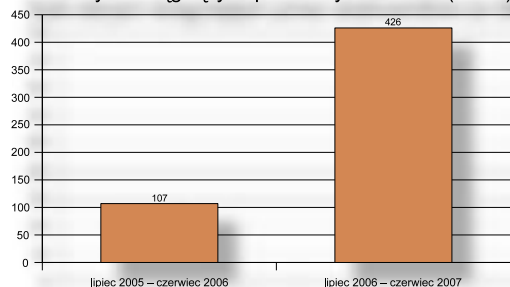
Efekt kampanii:

- ❖ z internetowych zasobów informacji w serwisach recykling.pl, naszaziemia.pl i ekoedukacja.pl skorzystano ponad 1.130.000 razy, w trakcie których przeglądnięto prawie 7.000.000 stron, pobierając z nich ponad 426 GB danych!
- ❖ recykling.pl od listopada 2005 – najpopularniejsza strona internetowa na temat recyklingu według wyszukiwarki Google;
- ❖ 3.000.000 internautów zobaczyło banner promujący selektywną zbiórkę odpadów, z odsyłaczem do serwisu recykling.pl;
- ❖ 1.000.000 odbiorców poczty elektronicznej otrzymało e-mailing na temat selektywnej zbiórki odpadów i II edycji Programu.

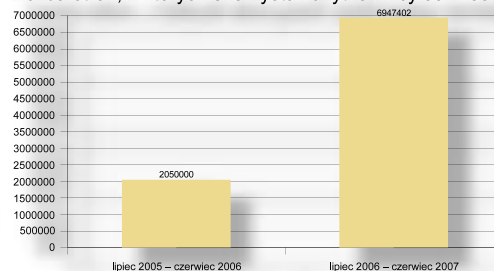
Oglądalność serwisów recykling.pl, naszaziemia.pl i ekoedukacja.pl



Ilość danych ściągniętych przez użytkowników (w GB)



Liczba stron, z których skorzystali użytkownicy serwisów



Badania opinii publicznej

Na starcie II edycji (jesień 2006) i na jej zakończenie (lato 2007) przeprowadzone zostały uliczne badania opinii publicznej w zakresie gotowości do prowadzenia selektywnej zbiórki odpadów. Kontynuowane były także badania ankietowe w serwisach recykling.pl i naszazemia.pl.

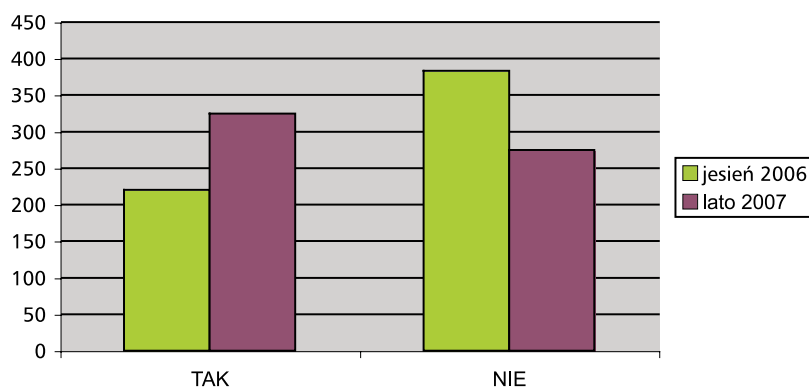
Uliczne badania ankietowe

W badaniach wzięło udział 600 osób w pierwszym badaniu i 603 osoby w drugim. Oba badania przeprowadzone były na Dworcu Centralnym w Warszawie, aby uzyskać odpowiedzi dotyczące nie tylko Warszawy.

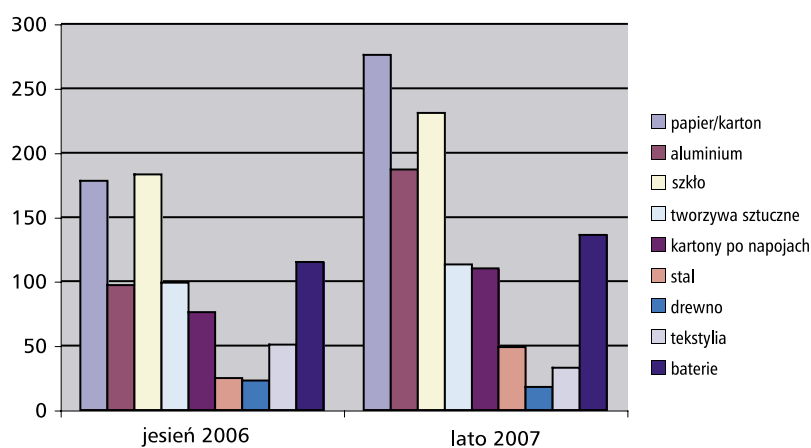
Segregowanie odpadów zadeklarowało 36,5% ankietowanych jesienią 2006 roku i 54% ankietowanych latem 2007 roku. Odpady segregują najchętniej ludzie młodzi (26–30 lat), a najmniej chętnie osoby z przedziału wiekowego 46–50 lat. Częściej odpady segregują kobiety niż męż-

czyźni. Największy odsetek wśród segregujących stanowią osoby z wykształceniem średnim. Najczęściej wskazywane powody niesegregowania odpadów to brak czasu, brak potrzeby i brak chęci. Z kolei jako najsukuteczniejsze ich zdaniem zachęty do segregowania odpadów, respondenci wskazywali (1) wysokie kary za brak segregacji, (2) lepszy dostęp do pojemników/worków, (3) przykład rodziny/przyjaciół i (4) programy informacyjne w mediach. Publikacje w mediach są także najbardziej zauważalnymi przez ankietowanych działaniami informacyjno-edukacyjnymi. Najwięcej ankietowanych uznało selektywną zbiórkę odpadów za (1) konieczność/potrzebę, (2) modę i (3) obowiązek usankcjonowany prawem. Jednocześnie ponad 60% respondentów nadal nie wie, że już obowiązuje prawny obowiązek segregowania odpadów. Większość ankietowanych jest także ciągle przeciwna wprowadzeniu opłat w celu rozwijania systemowej zbiórki selektywnej.

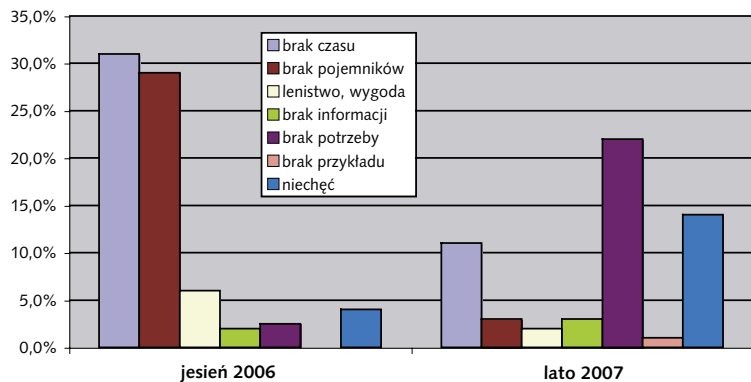
Czy segregujesz odpady?



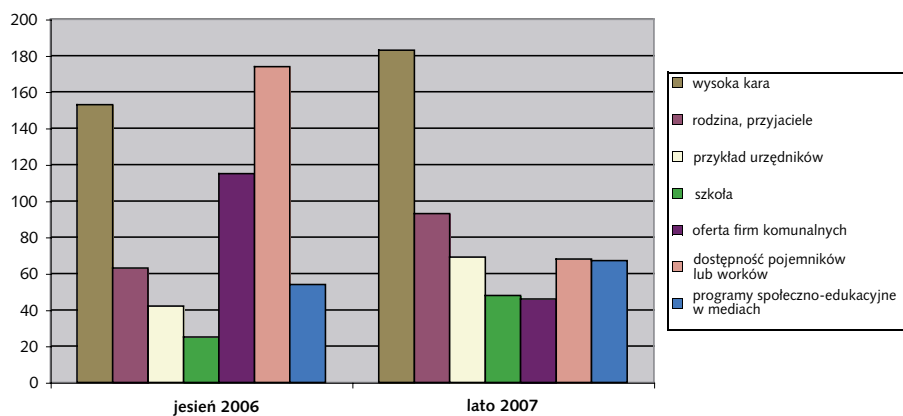
Najczęściej segregowane odpady



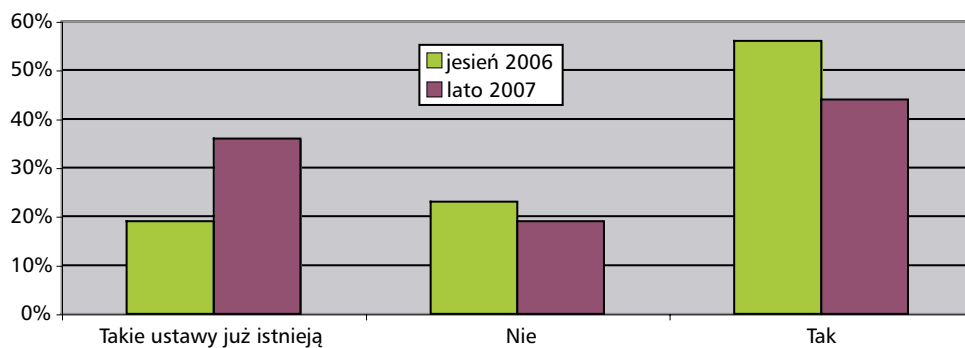
Dlaczego nie segregujesz odpadów?
(odpowiedzi respondentów, którzy nie segregują odpadów)



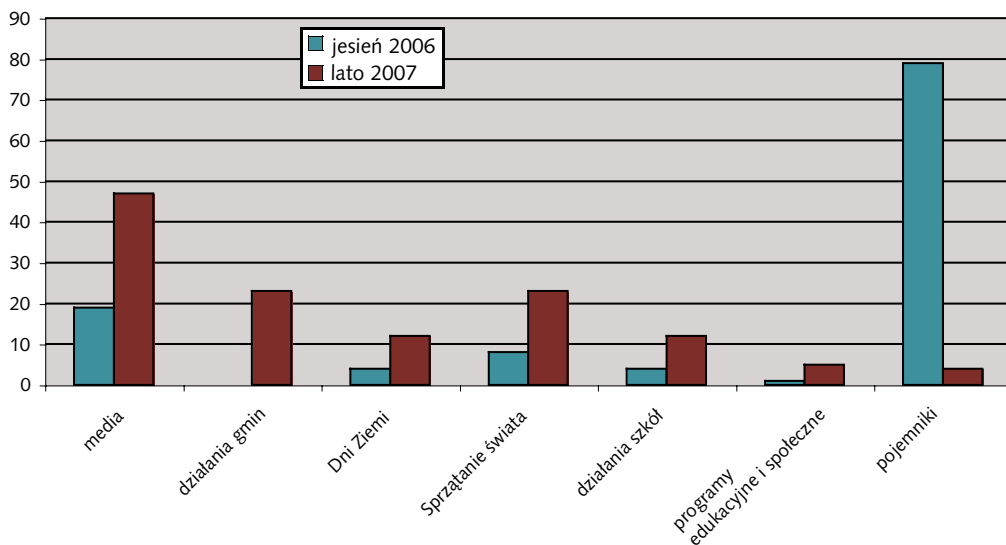
Co Twoim zdaniem: byłoby skuteczną zachętą do segregowania odpadów?
(własne wskazania respondentów)



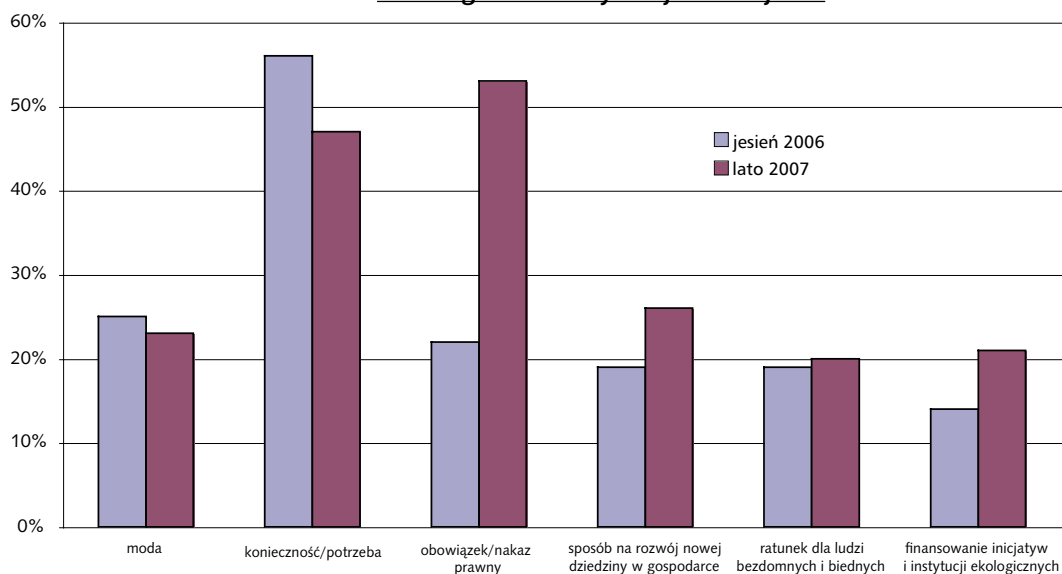
Czy powinien być wprowadzony ustawowy obowiązek segregacji?



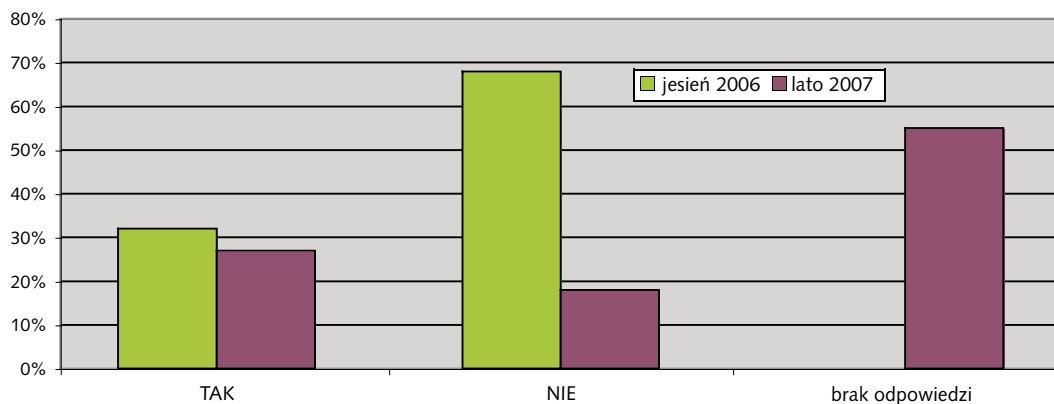
Jakie dostrzegasz działania informacyjne i promujące selektywną zbiórkę odpadów?



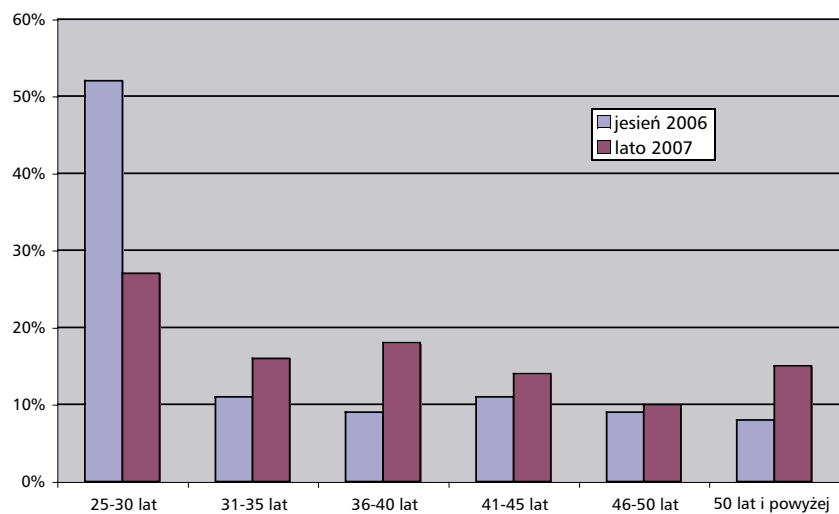
Postrzeganie selektywnej zbiórki jako:



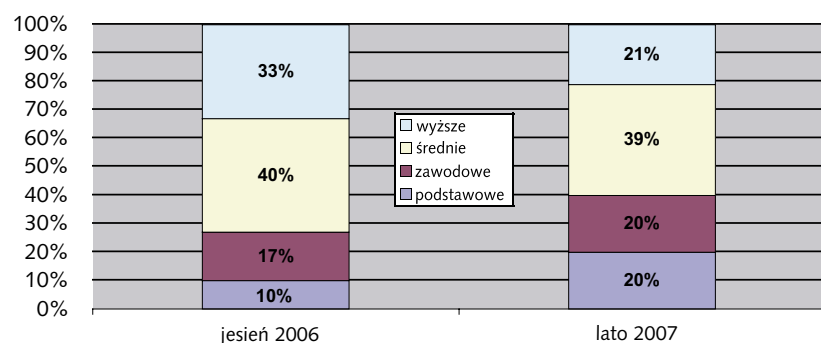
Czy zgodziłbyś się na wprowadzenie opłaty w celu rozwoju systemu selektywnej zbiórki odpadów?



Wiek segregujących



Wykształcenie segregujących



Badania ankietowe prowadzone były także na www.naszaziemia.pl i www.recykling.pl. Zachęcamy do zapoznania się z ich wynikami.

