



Las Państwowe

Świadomi Zagrożenia

Spółeczna kampania informacyjno-edukacyjna



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Instrumentu Finansowego LIFE+ oraz Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

www.swiadomizagrozenia.pl



Dwa projekty – jedna kampania „Świadomi zagrożenia”

Projekt I

„Ogień w lesie a przyroda – podniesienie świadomości mieszkańców terenów wiejskich w zakresie zapobiegania pożarom lasów”

Projekt II

„Ogień w lesie a przyroda II – drugi etap kampanii informującej społeczeństwo o zagrożeniu pożarowym w lasach”

Kampania pod nazwą: „Świadomi zagrożenia”

Zasięg kampanii

Województwo	Regionalna Dyrekcja Lasów Państwowych	Projekt / etap
mazowieckie	Warszawa i Radom	I
kujawsko – pomorskie	Toruń	I
warmińsko – mazurskie	Olsztyn	I
podlaskie	Białystok	I
śląskie	Katowice	II
świętokrzyskie	Radom	II
małopolskie	Kraków	II
podkarpackie	Krosno	II
lubelskie	Lublin	II
łódzkie	Łódź	II

Okres realizacji

Projekt I

1.01.2010r. – 31.12.2012 r.

Projekt II

1.10.2010r. – 31.03.2013 r.



Finansowanie

Źródło	Udział %	€	PLN
LIFE +	47	1 639 732	ok. 6 887 000
NFOŚiGW	43	1 500 373	ok. 6 302 000
Środki własne LP	10	347 653	ok. 1 460 000
Razem	100	3 487 758	ok. 14 649 000



www.swiadomizagrozenia.pl

Dlaczego kampania?

Dane	2008	2009
Liczba pożarów ogółem [szt.]	8510	7429
- w tym w Lasach Państwowych	3306 (39%)	3429 (43%)
Powierzchnia pożarów w LP [ha]	663,1	970,1
Przeciętna powierzchnia pożaru [ha]	0,20	0,28

**9 na 10 pożarów
powodują ludzie**



Dlaczego kampania?

- W roku 2010 na terenie objętym kampanią, **główną przyczyną powstawania pożarów były podpalenia – blisko 52% pożarów!!!**
- W roku 2009 na terenie będącym w zarządzie PGL Lasy Państwowe **podpalenia były przyczyną 46% - 1578 pożarów o łącznej powierzchni 513 ha.**





Cele kampanii

- wzrost świadomości Polaków w zakresie odpowiedzialnego zachowania się w lesie i jego otoczeniu, aby nie spowodować pożaru lasu.
- zmniejszenie o 30% w 2012r. liczby podpaleń i pożarów powodowanych nieostrożnością dorosłych i dzieci w stosunku do średniej z lat 2005-09
- cele główne będą realizowane poprzez:
 - podniesienie poziomu wiedzy nt. zapobiegania pożarom lasów
 - zwiększenie świadomości zagrożeń zw. z pożarami lasów, w tym zmniejszania poziomu różnorodności biologicznej
 - zmiana nawyków i stereotypów dotyczących zachowania się na obszarach leśnych lub w ich otoczeniu



Cele komunikacji

- zbudować świadomość problemów zw. z pożarami lasów (przyczyny i skutki)
- promować właściwe sposoby postępowania
- budować społeczną odpowiedzialność dbania o polskie lasy

Do kogo kierowana jest kampania ?

- mieszkańcy terenów sąsiadujących z kompleksami leśnymi (rolnicy, strażacy, nauczyciele gimnazjalni, księża)



- osoby aktywnie spędzające czas w lesie
- dzieci i młodzież

Działania informacyjno – promocyjne

KAMPANIA MEDIALNA W TELEWIZJI, RADIU I PRASIE REGIONALNEJ

- produkcja i emisja spotów telewizyjnych (5*30 sek. łącznie 1800 emisji)
- produkcja i emisja spotów radiowych (5*30 sek. łącznie 6400 emisji)
- publikacja artykułów i reklam prasowych o tematyce ppoż. w dziennikach regionalnych
- strona internetowa





Działania informacyjno – promocyjne

- produkcja filmów edukacyjnych (2*26 minut) adresowanych do:
 - społeczności lokalnych
 - turystów
- produkcja filmu dokumentalnego (1* 56minut) dystrybuowanego w:
 - Polsce
 - krajach Unii Europejskiej
- bezpłatna dystrybucja 100 000 płyt DVD m.in. do szkół i ośrodków edukacyjnych

Działania informacyjno – promocyjne

- przygotowanie i druk plakatów i reklam,
- opracowanie i druk folderów, ulotek, broszur,
- inne - czapki, koszulki, plany lekcji, zakładki do książek, kalendarze, ołówki, plany lekcji, roll-upy, banery itp.) **razem około 290 000 szt.**
- udział koordynatorów regionalnych w imprezach lokalnych



Działania edukacyjne

- przeprowadzenie konkursów
 - organizacja konkursu dla młodzieży gimnazjalnej (8 edycji regionalnych)
 - dla zwycięskich szkół przewidziano atrakcyjne nagrody (udział w „zielonej szkole”, multimedialne zestawy edukacyjne)
- przygotowanie pakietów edukacyjnych
 - dla nauczycieli – 1600 kompletów
 - dla przedstawicieli OSP – 600 kompletów
 - dla księży – 1000 kompl. materiałów merytorycznych
- przeprowadzenie szkoleń dla:
 - 800 nauczycieli gimnazjalnych
 - 480 przedstawicieli OSP





Las Państwowe

Kreacja kampanii



**świadomi
zagrożenia**



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Instrumentu Finansowego LIFE+ oraz Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

www.swiadomizagrozenia.pl



Konstrukcja komunikatów

GRUPA DOCELOWA	ADRESOWANY PROBLEM	GŁÓWNY PRZEKAZ MERYTORYCZNY KAMPANII
wszystkie grupy docelowe kampanii	racjonalizacja niewłaściwych zachowań	nie wchodź do lasu w czasie zakazu, wszystko może spowodować pożar
dzieci i młodzież oraz ich rodzice	celowe podpalenia i zabawa z ogniem	zabawa z ogniem jest tragiczna w skutkach i niekontrolowana
rolnicy i mieszkańcy terenów wiejskich	niefrasobliwe wypalanie traw i ściernisk	wypalanie traw nic nie daje, może zniszczyć zarówno las, jak i glebę
turyści, w tym rodzice z dziećmi	ryzykowne zachowania zw. z ogniem w lesie	bezpiecznie z ogniem, min. 100 m od lasu, tylko w miejscach wyznaczonych
wszystkie grupy docelowe kampanii	brak reakcji lub brak poczucia zagrożenia	widzisz pożar – alarmuj, aby uniknąć lub zapobiec tragedii



Koncept kreatywny

Zobacz, poczuj i zrozum, jak niewyobrażalną tragedią jest pożar lasu. Nigdy nie wymażesz tego z pamięci. Nie wystarczy żal i skrucha, bo nawet **łza nie ugasi pożaru.**

Jeśli jesteś świadkiem, ofiarą lub sprawcą pożaru lasu, będziesz musiał żyć ze wspomnieniem tego dramatu.

Ten obraz pozostanie w Tobie na zawsze.

Tylko Ty możesz temu zapobiec.



Kluczowe elementy przekazu

- **Łza nie ugasi pożaru**
- **Co roku w Polsce lasy płoną 10 tysięcy razy**
- **9 na 10 pożarów lasów powodują ludzie. Tylko Ty możesz temu zapobiec**

Bohaterowie – Ona i On



Para studentów. Weszli do lasu mimo zakazu, a rzucony przez nich niedopałek papierosa spowodował tragiczny w skutkach pożar.

Bohaterowie - Chłopiec



Nastoletni chłopiec, który bawiąc się ogniem razem z kolegami spowodował pożar lasu. Bezsensowna zabawa wymknęła się spod kontroli.

Bohaterowie - Rolnik



Rolnik jak zwykle wypalał trawę na wiosnę. Nigdy nic złego się nie działo. Tym razem wystarczył podmuch wiatru, by ogień pochłoniął także pobliski las.

Bohaterowie - Dziewczynka



Dla siedmioletniej dziewczynki niewinna wycieczka do lasu z rodzicami stała się tragicznym wspomnieniem. Przyczyną było ognisko, które rozpałił tata.

Bohaterowie - Leśnik



Leśnik prezentuje dramatyczną skalę problemu, jakim każdego roku są pożary lasów. Apeluje, by nikt z nas nie był obojętny na zagrożenia dla lasów.



Najbliższe plany

- start kampanii w mediach 15.VI.2011r. TV / radio
- emisja / publikacji w prasie: do 15.IX.2011, 19.04 - 30.06.2012r.
- konferencja inauguracyjna II projektu 21.VI.2011r. – Kraków
- produkcja filmów - zdjęcia filmowe do X'2011r.
- udział koordynatorów regionalnych w imprezach lokalnych
- szkolenia dla nauczycieli i przedstawicieli OSP: jesień 2011r. – wiosna 2012 r.
- konkursy dla młodzieży gimnazjalnej – rok szkolny 2011/2012



Współpraca w projekcie

- kreacja kampanii i realizacja spotów TV i radiowych

mojotribe  **LOS MEJORES**

- zakup czasu w mediach i działania wspierające kampanię

MAŁEK MEDIA

- film dokumentalny – Żubrowa 10 Jan Walencik
- filmy edukacyjne - Wytwórnia Telewizyjno – Filmowa Alfa sp. z o.o



Las Państwowy

Dziękuję za uwagę

Łukasz Przybyłek
Kierownik Zespołu Obsługi Programu LIFE+
Menedżer projektu

Dyrekcja Generalna Lasów Państwowych
ul. Bitwy Warszawskiej 1920 r. nr 3
02-362 Warszawa
lukasz.przybylek@lasy.gov.pl
tel. +48 22 58 98 310,
tel. kom. +48 605 517 540

Fot. Krzysztof Komar, „ALFA” Sp. z o.o.,
Fot. Jacek Zadura
Ryc. Los Mejores, Mojotribe



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Instrumentu Finansowego LIFE+ oraz Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

www.swiadomizagrozenia.pl