

Studiu de caz

CUM SĂ COMUNICĂM PUBLICULUI
MODALITĂȚILE DE PREVENIRE ȘI REDUCERE
A CANTITĂȚII DE DEȘEURI?



CONȚINUT

- Introducere
- Obiective
- Soluții
- Promovare
- Foaia de parcurs
- Tematici și provocări
- Rezultate
- Beneficii
- Campania

INTRODUCERE

Noi am realizat că:

Publicul și profesorii din școli percep reciclarea ca fiind cea mai bună soluție pentru problema deșeurilor. Pentru mulți, a se comporta în mod conștient înseamnă a separa deșeurile. În acest fel, soluția se limitează doar la cunoștințe și abilități legate doar de etapele finale ale vieții produsului.

În cadrul activităților educaționale de mediu, se lucrează foarte puțin cu publicul.

Materialele educaționale despre deșeurii sunt depășite. Programele implementate în școli nu au impactul dorit.

De multe ori nu se știe unde ajung publicațiile – sunt depozitate în sertare, uitate pe rafturi, sau poate aruncate, sunt ele oare utile, aduc vreun beneficiu?

Nu se folosește potențialul educațional al lucrărilor artistice trimise la concursurile de artă și de fotografie care se organizează.

Pe de altă parte, trebuie implementate politicile naționale de gestionare a deșeurilor, precum programele naționale de gestionare a deșeurilor și legislația privind deșeurile.

Obiective

Ținând cont de aspectele menționate mai sus, propunem următoarele obiective:

redirecționarea atenției de la reciclarea deșeurilor la prevenirea generării acestora

aplicarea unor instrumente mai atractive

implicarea școlilor, dar și a publicului general, inclusiv a familiilor cu copii

modificarea abordării dezvoltării și promovării materialelor educaționale

realizarea unei schimbări pozitive și obținerea unui feedback măsurabil

stabilirea unei colaborări și a unei comunicări regulate cu grupurile țintă

Forța motrice a fost și este efortul de a crește calitatea și eficacitatea educației pentru mediu.



Soluții



Logotip și metodologie

A fost pregătită publicația „Păcălim deșeurile”. Informații actuale despre prevenirea generării deșeurilor se oferă într-un stil popular-educativ și cu grafică modernă.

10 tematici în 10 luni

Conținutul publicației a fost distribuit pe etape, menținându-se contactul cu grupurile țintă. În fiecare lună se lansa câte un subiect.

Lună	Tematică
Septembrie	Sistem versus individualitate
Octombrie	Infățișarea
November	Cu mâna în salți
Decembrie	Darceky a holului
Januar	Waste no all waste
Februar	Păși ușori către
Marec	Pășii și gârlă
April	Prezentul respons
Mai	Vizitarea a holului
Iunie	Rea a dar

Rezultate măsurabile

- 1 Prețuțai si o lufe valcovitez, tzv. Spongievoj tekvice, z internetu.
 - 2 Nájdi kamenný obchod vo svojom okolí a jednu si zakúp (ak je obc široký ponuku).
 - 3 Zapoj ľufu do umývania riadu vo vašej domácnosti či v škole. Vysk využitia, prípadne iné environmentálne vhodné varianty kuchynských
- Odfod svoju ľufu priamo v akcii a pošli nám fotku. Napíš krátku skúsenosti.
- Zapoj sa do výzvy

S-a propus un format de campanie de informare cu 10 provocări practice, pe care oricine le poate face (1 tematică = 1 provocare = 1 lună), care pot aduce schimbări pozitive măsurabile. Cei mai activi au fost premiați.

Mijloace moderne de comunicare

S-a creat o pagină web dinamică, cu posibilitatea de a fi accesată de pe telefonul mobil. Participanții au postat provocările sale direct pe pagina web (poză+mesaj scurt).



Feedback

S-a pregătit pagina „Profesor în acțiune”. Lunar, profesorilor li s-a distribuit idei de activități similare provocărilor. În schimb, li s-a solicitat să completeze așa-numitul „formular eco” (feedback) cu privire la activitățile realizate, au fost recunoscuți cei mai activi profesori, iar publicația a fost actualizată în baza feedback-ului primit.



Foaia de parcurs

**FEBRUARIE -
APRILIE**

crearea textelor pentru publicare după o metodologie unificată (10 subiecte cu următoarea structură - Nevoia de a cunoaște. Căutarea informațiilor. Provocarea. Idei de activități pentru grădiniță, școala primară, gimnaziu, liceu)

MAI - IUNIE

comentarea, redactarea textului, corectarea erorilor și a gramaticii

IULIE - AUGUST

editarea grafică, programarea și editarea textului web

**SEPTEMBRIE -
IUNIE**

anunțarea și evaluarea provocărilor, distribuirea activităților educaționale către profesori, comunicarea cu participanții, promovarea campaniei (comunicate de presă, videoclipuri, interviuri, articole, rețele sociale) și oferirea premiilor lunare

IULIE - AUGUST

distribuirea chestionarelor către participanți, evaluarea campaniei, pregătirea unei noi runde

Subiecte și provocări

anul 2022/2023



1

Individual sau parte din sistem

Schimbă buretele - înlocuiți buretele obișnuit cu unul din lufă

Deșuri comestibile 2

Gustați imperfecțiunea - alegeți fructele sau legumele care au forme neobișnuite



3 Ce este în coș?

Surpriză fără capac - vizitați magazinele fără ambalaje



Cadouri cu valoare 4

Experiența unui cadou - cadou fără ambalaj, o nouă experiență



5 Moda nu mai este în „vogă”

Ce se ascunde în garderoba mea - sortează-ți garderoba și dă hainele pe care nu le porți unor organizații de caritate, schimb, prieteni și familie etc.



Deșeu prea prețios 6

Luați o carte, nu un telefon mobil - petreceți timp în compania unor titluri interesante cu tematici de mediu



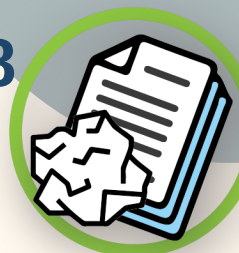
7 Veselește-te cu planeta

Arată-ți sticla - fă poze cu sticla ta eco și distribuie-le



Spunem nu șervețelilor de hîrtie! 8

Batista retro - înlocuiți șervețelele din hîrtie cu cele textile



9 În contact cu pielea

Prinde curaj - încearcă versiunea prietenoasă a unui produs cosmetic



Refuză pentru totdeauna 10

Punga din textil - confecționează propria pungă de textil și folosește-o în loc de cea de unică folosință



Promovare

Pentru a cuprinde o audiență mai mare și a răspândi informații despre campanie, s-au folosit următoarele strategii de comunicare obișnuite, dar și noi:

COMUNICATE DE PRESĂ

Comunicatul de presă a fost expediat presei la începutul fiecărei luni pentru a marca dezvăluirea unei noi provocări. Astfel, diverse medii de difuzare au cerut un interviu.

REVISTE DE MEDIU

A fost lansată colaborarea cu editura de reviste pentru copii, s-a creat o rubrică cu activități și provocări lunare, fiind oferite premii corespondenților.

RADIOUL

A fost încheiat un acord cu un post de radio. În fiecare lună, se difuza un interviu pregătit referitor la o nouă provocare și un subiect de campanie. Pe pagina de FB a radioului în fiecare lună avea loc un concurs pentru ascultători și se ofereau premii câștigătorilor.



PARTENERI

Au fost abordate organizații specializate și experți pe anumite subiecte ale campaniei. Au fost semnate cu ei un acorduri de cooperare, care au inclus: promovarea campaniei prin rețelele lor de socializare și canalele lor de comunicare, livrarea unui scurt videoclip la provocarea dată și premii pentru participanții la campanie.

CANALE YOUTUBE

A fost folosit canalul de YouTube deja existent, pe care au fost publicate toate videoclipurile realizate în timpul campaniei.



Rezultatele

Opiniile participanților la campanie:

„Campania a fost fantastică. Ea răspunde la problemele societății..”

Silvia S., Școala primară, Spojová 14, Banská Bystrica

„Pe lângă faptul că copiii au fost învățați să se comporte responsabil față de planeta noastră prin activități, eu, profesoara, de asemenea am trecut printr-o mare schimbare. Sunt mai interesată de impactul activității mele și locurile unde aş putea fi mai responsabilă..
Vă mulțumesc că ați oferit această experiență... rezultatul acesteia este foarte semnificativ pentru mine.”

Jana K., Școala Primară, Partizánske

„Activitățile se desfășoară la un nivel excelent. Profesorul depune o muncă minimă de pregătire. Am făcut totul pas cu pas, copiilor le-a plăcut cu adevărat.”

Jana K., Școala Primară, Partizánske

- **Provocări - 830 de postări și 8944 de participanți**
- **Profesor în Acțiune – 433 de formulare eco și aproape 10.000 de elevi ai grădinițelor, școlilor primare și gimnaziale implicați.**

„Idea de a crea provocări și campania „Profesor în acțiune” este de top și complet actuală.”

Lenka F., Școală privată, treapta gimnazială, Dolný Kubín

„Vă mulțumim pentru marele proiect și activitățile care ne-au distrat pe tot parcursul anului școlar.”

Michaela H., Școala primară, Rejdová

Beneficii

atractivitate

eficiență

costuri reduse

cooperare

feedback

rezultate măsurabile

experiențe noi

O nouă campanie



După doi ani de succes al campaniei „Păcălim deșeurile”, atenția noastră este concentrată pe un alt subiect strategic - Schimbările Climatice. În anul școlar 2023/2024 continuăm campania „Cimatizează-te”.

un nou început

www.ewobox.sk/sazp/klimatyzuj-sa