

Kampanja
POZOR(!)NI ZA OKOLJE
2015/2016



Osebna izkaznica projekta

September 2015

O KAMPANJI POZOR(!)NI ZA OKOLJE

Kampanja Pozor(!)ni za okolje se je uradno pričela 1. junija 2010. Takrat je na pobudo družbe Goodyear Dunlop Sava Tires 13 partnerskih organizacij z Gorenjske podpisalo zavezo o osveščanju mladih o pravilnem ravnanju z okoljem. Partnerji v kampanji so skupaj zasnovali vrsto različnih aktivnosti, ki so bile sprva osredotočene na pravilno ločeno zbiranje odpadkov. Po štirih letih se je kampanja vsebinsko razširila na krovno vsebino, tj. na zmanjševanje ogljičnega odtisa, ki združuje vse doslej obravnavane teme v kampanji. Ideja o kampanji se je sicer porodila med sodelavci družbe Goodyear Dunlop Sava Tires, saj je bil v podjetju sistem pravilnega ločevanja odpadkov že v letu 2010 solidno urejen, doma pa so sodelavci svoje družinske člane le stežka pripravili do pravilnega ločevanja.

V družbi so pred pričetkom kampanje raziskali področje osveščanja mladih o okoljevarstvenih temah v Sloveniji. Ugotovili so, da na tem področju sicer poteka kar nekaj aktivnosti, nihče pa ni posebne pozornosti namenjal dijakom. Razlog morda leži v dejstvu, da dijaki veljajo za precej zahtevno ciljno skupino. Imajo namreč že dodobra izoblikovana mnenja in navade, ki jih je relativno težko spremeniti. Družbi Goodyear Dunlop Sava Tires je to predstavljalo le še večji izziv, zato so za **ciljno skupino kampanje** izbrali **srednješolce**. Kot pogloblitve cilje kampanje Pozor(!)ni za okolje so določili:

- osveščanje mladih in širše skupnosti o odgovornem odnosu do okolja,
- opozarjanje na nepravilnosti pri vsakdanjem odnosu do naravnega okolja ter
- spodbujanje k dobrim praksam in razmisleku, kako lahko sami pripomorejo k varovanju okolja.

Pri doseganju zastavljenih ciljev v kampanji imajo ključno vlogo tudi **partnerji** projekta. Ti prek predavanj srednješolcem na zanimiv način približajo različne vidike okoljevarstva. Vse od ločevanja odpadkov pa do zmanjševanja ogljičnega odtisa – teme, ki jo nosilci kampanje vpeljujejo kot krovno temo v nadaljnjih štirih letih projekta. Partnerji na ravni vlade, lokalne samouprave, komunalnih podjetij ter izobraževalnih, zdravstvenih, strokovnih in nevladnih organizacij sodelujejo tudi pri snovanju aktivnosti v kampanji.

Da družba Goodyear Dunlop Sava Tires s kampanjo na ustrezen način nagovarja ciljno skupino in skupaj s partnerji stremi k uresničljivim ciljem, potrjuje dejstva, da kampanja **v šolskem letu 2015/16** poteka že šesto leto zapored in da je zanimanje za kampanjo med partnerji iz leta v leto večje. Poleg pomembnih števil in mejnikov ter tudi nagrad, je največja potrditev za družbo dejstvo, da kampanja pozitivno vpliva na odnos mladih do okolja, saj so ti pri osveščanju o okoljski problematiki vedno bolj proaktivni. To je pokazala anketa o odnosu dijakov do okolja, ki jo vsako leto med sodelujočimi dijaki izvaja Fakulteta za organizacijske vede Univerze v Mariboru, sicer tudi partnerica kampanje. Rezultati ankete so dostopni na spletni strani http://www.pozornizaokolje.si/o_projektu/raziskava.

KAMPANJA SKOZI LETA

Šolsko leto 2010/2011:

- Več kot **5.000 dijakov** in **13 partnerskih organizacij**.
- Kampanja poteka na območjih Kranja in Škofje Loke.
- **Osrednja tema:**
 - ločevanje odpadkov.

Šolsko leto 2011/2012:

- Več kot **6.000 dijakov** in **22 partnerskih organizacij**.
- Kampanja zajame še področji Radovljice in Jesenic.
- **Osrednja tema:**
 - ločevanje odpadkov.
- **Nagrada:**
 - Prizma za odličnost v komuniciranju, ki jo na nacionalni ravni podeljuje Slovensko društvo za odnose z javnostmi.

Šolsko leto 2012/2013:

- Več kot **10.000 dijakov**, **36 partnerskih organizacij**.
- **Širitev na nacionalno raven.**
- Kampanji se je pridružilo tudi **Ministrstvo za kmetijstvo in okolje**.
- **Teme:**
 - ločevanje odpadkov,
 - zmanjševanje količine odpadkov,
 - recikliranje in ponovna uporaba odpadkov.
- **Nagrade:**
 - Zlato pero za odličnost v komuniciranju na svetovni ravni, ki jo podeljuje mednarodno združenje poslovnih komunikatorjev IABC.
 - Mednarodna regionalna nagrada za odličnost v komuniciranju EMEerald, ki v tržnem svetu predstavlja najvišje standarde komuniciranja na področju regije EMENA.
 - Uvrstitev med finaliste za Evropsko nagrado družbeno odgovornih podjetniških praks v Sloveniji med velikimi podjetji.

Šolsko leto 2013/2014:

- Več kot **12.000 dijakov** in **44 partnerskih organizacij**.
 - Podpora Ministrstva za kmetijstvo in okolje¹.
- **Teme:**
 - **Nadgradnja tem ravnanja z odpadki s temami zmanjševanja porabe naravnih virov.**

¹ Ministrstvo se v šolskem letu 2014/15 z oblikovanjem nove vlade razdeli v dve ministrstvi: Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano ter Ministrstvo za okolje in prostor.

Šolsko leto 2014/2015

- Več kot **15.000 dijakov** in **60 partnerskih organizacij**, med slednjimi **32 srednjih šol**
 - podpora **Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano**,
 - podpora **Ministrstva za okolje in prostor**.
- **Nadgradnja koncepta kampanje** za naslednja štiri leta:
 - osrednja tema je **zmanjševanje ogljičnega odtisa**, ki združuje vse v minulih letih obravnavane vidike okoljevarstva v zaokroženo celoto.
- **Nagrada:**
 - Nagrada za najboljšo poslovno prakso »Best of the best Practice 2014«, ki jo podeljuje Ameriška gospodarska zbornica v Sloveniji.

Šolsko leto 2015/2016

- Več kot **15.000 dijakov** in **62 partnerskih organizacij**, med slednjimi **34 srednjih šol**
 - podpora **Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano**,
 - podpora **Ministrstva za okolje in prostor**.
- **Tema:**
 - osrednja tema je **zmanjševanje ogljičnega odtisa**, saj združuje raznolike vidike okoljevarstva. Tema je vodilo kampanje, ki **prerašča v nacionalno gibanje dijakov** za zmanjšanje ogljičnega odtisa.

AKTIVNOSTI KAMPANJE

Partnerji se ob pridružitvi h kampanji zavežejo k sodelovanju v načrtovanih dejavnostih, zasnovanih tako, da pritegnejo pozornost dijakov in jih spodbudijo k razmisleku, kako lahko sami pripomorejo k ohranjanju okolja.

Osrednjo aktivnost v kampanji predstavlja **tekmovanje** med sodelujočimi srednjimi šolami, spremljajo pa ga še številne **dodatne aktivnosti**. Poleg dogodkov, raziskave o odnosu dijakov do okolja ter osveščanja deležnikov o pomembnosti zniževanja ogljičnega odtisa **dodano vrednost predstavlja izvajanje EKOnačrta**. Namen celoletnih okoljskih aktivnosti je priprava EKOUčbenika, zbornika najboljših praks, ki bodo navdih za odgovornejše okoljsko ravnanje dijakom in srednjim šolam, medijem, lokalni skupnosti, predstavnikom šolstva in ne nazadnje vsakemu posamezniku.

TEKMOVANJE

Tudi v letošnjem šolskem letu je osrednja aktivnost kampanje izvedba tekmovanja, ki se navezuje na **osrednjo temo: zmanjševanje ogljičnega odtisa**. Šole tekmujejo **v pripravi filma v okviru EKObum predstavitev**.

EKObum predstavitev: edini ocenjevani del kampanje

1. Šole v okviru informativnih dni **12. in 13. februarja 2016** kot del promocije šole devetošolcem izvedejo EKObum predstavitev. Cilj je bodočim dijakom predstaviti **okoljsko držo šole skozi njeno partnerstvo v kampanji Pozor(!)ni za okolje**. Šole lahko EKObum predstavitev izvedejo na kakršenkoli način, osrednji prostor dogajanja pa je EKOkotiček. Bolj kot so pri izvedbi aktivnosti inovativne in kreativne, več točk pri ocenjevanju dosežejo. Pomembno je, da z organizacijo EKObum predstavitev bodoče dijake **osveščajo o pomembnosti zniževanja ogljičnega odtisa**.
2. Šole strnejo svoje okoljske aktivnosti in predstavitev le-teh devetošolcem na EKObum predstavitvi v kratek film (30–60 sekund), ki je označen z logotipom kampanje ter ga lahko oddajo **od torka, 1. marca, do ponedeljka, 21. marca 2015**.
3. Vsi prispeli filmi, pripravljene v skladu z navodili (dolžina in ustrezna tematika), so objavljeni na spletnem metu Pozor(!)ni za okolje, kjer lahko obiskovalci spletnega mesta **od torka, 29. marca 2015, do ponedeljka, 18. aprila 2015 do polnoči** z všečkanjem glasujejo za najboljši film po svojem izboru. Hkrati filmčke po posebnem ocenjevalnem obrazcu oceni tudi strokovna žirija (EKomisija). V ocenjevanju najboljših prispevkov glasovi obiskovalcev predstavljajo 30 %, strokovne žirije pa 70 % ocene. Zmagovalka kampanje postane tista šola, ki za film skupno zbere najvišje število točk.

Rezultati uspešnosti šol v pripravi filma so znani že po zaključku ocenjevanja oz. najkasneje do **10. maja 2015**. Razglasitev zmagovalne šole izmed treh finalistov poteka na zaključnem dogodku kampanje. Šole, ki so se uvrstile v finale pa si lahko nagrado izberejo same: družba Goodyear Dunlop Sava Tires najboljšim ob koncu tekmovanja ponudi nabor možnih nagrad, šole pa poljubno izberejo sebi najljubšo.

DODATNE AKTIVNOSTI

Okoljska odgovornost je vse bolj usidrana v glavah dijakov, zato ti na vsakodnevni ravni proaktivno opozarjajo na problematiko ogljičnega odtisa. Kampanja Pozor(!)ni za okolje v svoji šesti izvedbi tako prerašča v **gibanje dijakov za zmanjševanje ogljičnega odtisa**. V množici aktivnosti kampanje Pozor(!)ni za okolje – raziskava FOV, dogodki s partnerji, komunikacijske aktivnosti – izstopa priprava poglavja za **EKOučbenik v okviru EKOnačrta**.

EKOnačrt: osrednja osrednja proaktivna netekmovalna aktivnost

1. Šole so **petka, 23. oktobra 2015**, izpolnijo **spletni vprašalnik**, s katerim opredelijo, katere okoljske odgovorne aktivnosti bodo izvajale tekom šolskega leta. Vprašalnik služi kot vodilo šolam, kako bodo med letom zmanjševale ogljični odtis.
2. EKomisija pregleda načrte in pripravi pregled stanja načrtovanih okoljskih aktivnosti na sodelujočih slovenskih srednjih šolah.

3. Šole skozi vse leto izvajajo aktivnosti, utrinke v obliki kratkih videoposnetkov ali fotografij pa proaktivno pošljejo v objavo na Facebook strani kampanje. Poudarek je predvsem na aktivnostih, s katerimi lahko dijaki sami pripomorejo k zmanjšanju, denimo ugašanje luči, manjša poraba vode in manjša uporaba plastenk, oziroma s katerimi osveščajo in spodbudijo k zmanjšanju druge, na primer predstavitev vrtčevskim otrokom.
4. Najbolj zanimive aktivnosti s slikovnim materialom (grafi, fotografijami, skicami, ...) šole predstavijo na dveh straneh, ki postanega **eno poglavje EKOUčbenika**, zbornika najboljših praks sodelujočih šol. Besedilo s pripadajočim materialom šole **oddajo do ponedeljka, 18. aprila 2016**.

Slovesna predstavitev EKOUčbenika poteka na zaključnem srečanju. Poleg tega je dogodek namenjen uradni razglasitvi rezultatov in najboljše šole v kampanji 2015/2016, pregledu dosežkov kampanje v preteklem šolskem letu in predvsem druženju med sodelujočimi partnerji.

NAJBOLJ OKOLJSKO OSVEŠČENI DIJAKI SO EKOninje

Pred začetkom tekmovanja sodelujoče šole med svojimi dijaki izberejo predstavnike projekta na šoli, ki smo jih poimenovali **EKOninje**. Šole oziroma dijaki šol lahko svoje EKOninje interno na šoli poimenujejo poljubno (EKOprijatelji, EKObojevniki, EKOambasadorji...). Ključna vloga EKOninj je, da so ambasadorji kampanje Pozor(!)ni za okolje in odgovornega ravnanja do okolja. EKOninje so skupaj z mentorji nosilci gibanja za zmanjšanje ogljičnega odtisa na posamezni šoli, sodelujejo pri pripravi aktivnosti in njihovem izvajanju ter spodbujajo sovrstnike k odgovornemu ravnanju z okoljem.

PARTNERJI KAMPANJE

Kampanjo Pozor(!)ni za okolje v letošnjem šolskem letu podpira 28 partnerskih organizacij: poleg pobudnika kampanje, podjetja Goodyear Dunlop Sava Tires, kampanjo podpira Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, Ministrstvo za okolje in prostor, Mestna občina Kranj, Občina Škofja Loka, Občina Radovljica, Občina Jesenice, Dinos d.d., društvo Ekologi brez meja, Fakulteta za organizacijske vede Univerze v Mariboru, Komunala Kranj d.o.o., JEKO-IN d.o.o., Komunala Radovljica d.o.o., Loška komunala d.d., Nacionalni laboratorij za zdravje, okolje in hrano Kranj, Komunala Brežice d.o.o., Zeos d.o.o., Slopak d.o.o., Center Republike Slovenije za poklicno izobraževanje, Komunala Trbovlje d.o.o., Snaga Javno podjetje d.o.o, Zavod za gozdove Republike Slovenije, Komunala Novo mesto d.o.o., Elektro Maribor d.d., SNAGA d.o.o., Komunalno podjetje Ormož d.o.o., Komunalno podjetje Velenje, d.o.o. in Mestna občina Slovenj Gradec.

Ogljični odtis v okviru kampanje Pozor(!)ni za okolje bodo letos dijaki zmanjševali na 34 srednjih šolah: Gimnazija Kranj, Gimnazija Škofja Loka, Šolski center Škofja Loka (Srednja šola za lesarstvo in Srednja šola za strojništvo), Šolski center Kranj (Strokovna gimnazija ter Srednja šola za elektrotehniko in računalništvo), Gimnazija Franceta Prešerna Kranj, Ekonomska gimnazija in srednja šola Radovljica, Srednja gostinska in turistična šola Radovljica, Gimnazija Jesenice, Srednja šola Jesenice, Gimnazija in ekonomska srednja šola Trbovlje, Gimnazija Ormož, Šolski center Slovenj Gradec – Srednja šola Slovenj Gradec in Muta, Gimnazija Bežigrad, Gimnazija Ledina, Grm Novo mesto – Center biotehnike in turizma, Gimnazija Franca Miklošiča Ljutomer, Gimnazija Moste, Srednja gradbena šola in gimnazija Maribor, Šolski center Nova Gorica – Biotehniška šola, Srednja prometna šola Maribor, BIC Ljubljana: Živilska šola, Srednja ekonomska šola Ljubljana, Prva gimnazija Maribor, Šolski center Velenje – Elektro računalniška šola, Gimnazija Celje – Center, Srednja šola tehniških strok Šiška, Šolski center Ptuj – Ekonomska šola, Tehniški šolski center Maribor, Šolski center Celje – Srednja šola za kemijo, elektrotehniko in računalništvo, Šolski center Celje – Srednja šola za gradbeništvo in varovanje okolja, Gimnazija in srednja šola Kočevje, Srednja prometna šola Maribor in Škofijska gimnazija Antona Martina Slomška.

VEČ O KAMPANJI

Več o kampanji in njenem letošnjem pričetku si lahko ogledate:

- v [videu](#),
- na spletni strani <http://www.pozornizaokolje.si/> in
- na Facebook strani kampanje <http://www.facebook.com/pozorni.za.okolje>.

O DRUŽBI GOODYEAR DUNLOP SAVA TIRES

Družba Goodyear Dunlop Sava Tires je že vse od začetka svojega poslovanja v letu 1998 zavezana k ohranjanju okolja, varstvu in zdravju sodelavcev, kupcev in skupnosti. Kampanja Pozor(!)ni za okolje je zastavljena v skladu s prizadevanji in uspehi družbe na področju varovanja okolja, saj sta skrb in zmanjševanje vplivov na okolje enakopravno vključena v poslovno strategijo podjetja in v celoten cikel izdelkov – od razvoja pnevmatik do njihove trajne in okolju prijazne odstranitve. Prizadevanja družbe za varovanje okolja se kažejo v konkretnih rezultatih na področju ravnanja z odpadki, topili, vodo, energijo, hrupom in zrakom.

Več informacij o družbi Goodyear Dunlop Sava Tires najdete na spletni strani: <http://www.sava-tires.si/>.