

SLOVENSKÁ AGENTÚRA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA implementuje

**národný projekt „Informačný program o nepriaznivých
dôsledkoch zmeny klímy a možnostiach proaktívnej adaptácie -
Akčný plán nariadenie dôsledkov sucha a nedostatku vody
H2ODNOTA JE VODA“**



Hlavným cieľom národného projektu je prostredníctvom mixu mediálnych aktivít/nástrojov (napr. TV spoty, rádio spoty, online články, kampaní na sociálnych sieťach a iných netradičných foriem komunikácie) poskytnúť širokej verejnosti informácie o nepriaznivých dôsledkoch sucha a nedostatku vody a možnostiach proaktívnej adaptácie na zmenu klímy prostredníctvom realizácie rôznych opatrení uvedených v Akčnom pláne na riešenie dôsledkov sucha a nedostatku vody. H2ODNOTA je VODA.

Cieľ národného projektu má byť teda dvojaký v prvom rade **upozorniť na nepriaznivé dôsledky sucha** a nedostatku vody ktoré sa týkajú každého z nás bez rozdielov a následne **predstaviť efektívne spôsoby** ako tieto nepriaznivé dôsledky zmierniť alebo úplne odstrániť.



Projekt pozostáva z informačných aktivít :

1. Marketingová kampaň (Kampaň - sociálne siete, Kampaň - webová stránka, Kampaň – webové portály a Média monitoring)
2. Prieskum verejnej mienky
3. Vysielací čas (rozhlas, TV, audiovizuálne a vizuálne mediálne služby).

Marketingová kampaň pre projekt H20DNOTA JE VODA

Posolstvo kampane

Hlavným posolstvom kampane je upozornenie na veľmi aktuálny problém sucha a nedostatku vody v prírode a poukázanie na riešenia, ktoré môže jednotlivec, obec, mesto, alebo spoločenstvo ľudí urobiť pre riešenie tohto problému.



Cieľ kampane

- A) Informovať cieľové skupiny o problematike klimatických zmien s priamym zameraním sa na sucho a vodné toky
- B) Informovať o akčnom pláne H2ODNOTA JE VODA a opatreniach, ktoré tento akčný plán zahŕňa
- C) Ponúknuť rôzne možnosti riešení na zmiernenie nepriaznivých dôsledkov zmeny klímy a následkov sucha
- D) Motivovať cieľovú skupinu na zapojenie sa do výziev, programov a aktivít.
- E) Vyzvať verejnosť, aby tlačila na svoje zastupiteľstvá, starostov, primátorov, developerov na zavádzanie daných opatrení
- F) Propagácia vodozádržných opatrení

Nižšie uvádzame doteraz pripravené **výstupy z marketingovej kampane za rok 2018:**



Sucho ohrozuje celú planétu jeho dôsledky zažívame už dnes



Búrky



Rýchle povodne



Vysychanie riek a jazier



Veľké poľnohospodárske škody

Príklady vodozadržných opatrení



Príklady vodozadržných opatrení

Jedným z najefektívnejších spôsobov ako zmierniť dopady sucha na náš každodenný život je práve efektívne využívanie vodozadržných opatrení



Dažďové záhrady



Zberné jazierka



Vegetačné steny



Zelené strechy



Umelo vytvorené mokrade



Povrchové nádrže



Podzemné nádrže



Náhrada a výmena
nepriepustných povrchov



Daľšie užitočné informácie o kampani
môžeš nájsť tu:



Facebook
Sleduj kampan'



YouTube
Videa



#nebudvsuchu
Zapoj sa

Projekt je financovaný z Kohézneho fondu Európskej únie





OPERAČNÝ PROGRAM KVALITA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA

facebook

E-mail alebo telefón

Heslo

Príhlásiť sa

Zabudli ste údaje na prístup k účtu?



PROTI SUCHU

Proti suchu
@protisuchu

Domov

Príspevky

Recenzie

Videá

Fotky

Informácie

Komunita

Informácie a reklamy

Vytvoriť stránku



www.protisuchu.sk

Páči sa mi to · Zdieľať · Poslať správu · ...

Poslať správu



Proti suchu

26. júna 2018 ·

Pred suchom sa nedá večne utekať. Môžeme sa ale pripraviť a spoločne tak prispieť k tomu, aby nebola naša krajina horúca.

Kliknite na www.protisuchu.sk a dozvite sa viac!



Projekt je financovaný z Kohézneho fondu
Európskej únie.



www.protisuchu.sk

Kampaň je spolufinancovaná z Kohézneho fondu v rámci Operačného programu Kvalita životného prostredia

Hľadať v príspevkoch na tejto stránke

Príspevky návštevníkov



Rasto RS

17. augusta 2018, 12:14

Prosim Vas. Objavili ste ameriku!!! Opytajte sa pana Stefana Vala..... Zobrazit viac

1 Páči sa mi to

Páči sa mi to · Komentovať · Zdieľať



Zorb XyZed

4. augusta 2018, 9:05

... prechadzam mestom a je vidiet, ze niektore stromy melu z posledne... Zobrazit viac

Páči sa mi to

Páči sa mi to · Komentovať · Zdieľať

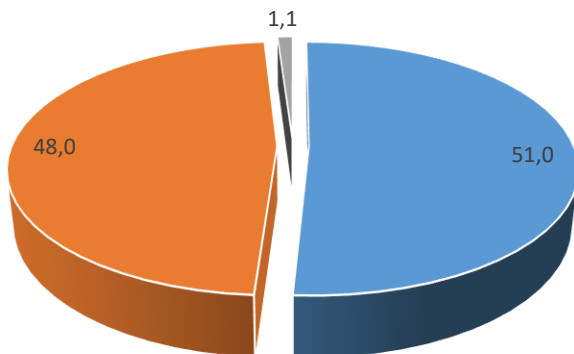


Prieskum verejnej mienky

Prieskum verejnej mienky je zameraný na zistenie úrovne znalosti a povedomia o problematike sucha pre špecifické ciele v pôsobnosti SAŽP na Slovensku. Prieskum verejnej mienky prebehol formou štruktúrovaného dotazníka. Výber respondentov bol náhodný a zahŕňa verejnosť (najmä 18+).

Vplyv sucha na život obyvateľov Slovenska (údaje v %)

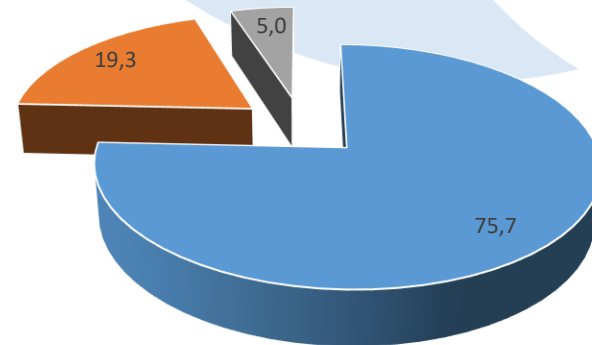
Vplyv sucha na život obyvateľov Slovenska
(údaje v %)



■ Áno ■ Nie ■ Neviem / nechcem odpovedať

Vnímanie sucha ako problému u obyvateľov Slovenska (údaje v %)

Vnímanie problému sucha obyvateľmi Slovenska
(údaje v %)



■ Áno ■ Nie ■ Neviem / nechcem odpovedať



Osobný príspevok obyvateľov ku zmierneniu negatívnych následkov sucha na Slovensku

Na celospoločenskej úrovni sú prijímané viaceré opatrenia, ktoré majú pomáhať zmierňovať dosahy klimatickej zmeny na našom území.

Úspešnosť týchto opatrení však v mnohom závisí od toho, či a v akej miere sa na týchto aktivitách podieľajú a podporujú ich aj sami obyvatelia. V prieskume sme sa preto zamerali aj na otázku, **čo konkrétne respondenti robia alebo plánujú robiť pre to, aby sa zmiernili negatívne následky sucha** na Slovensku



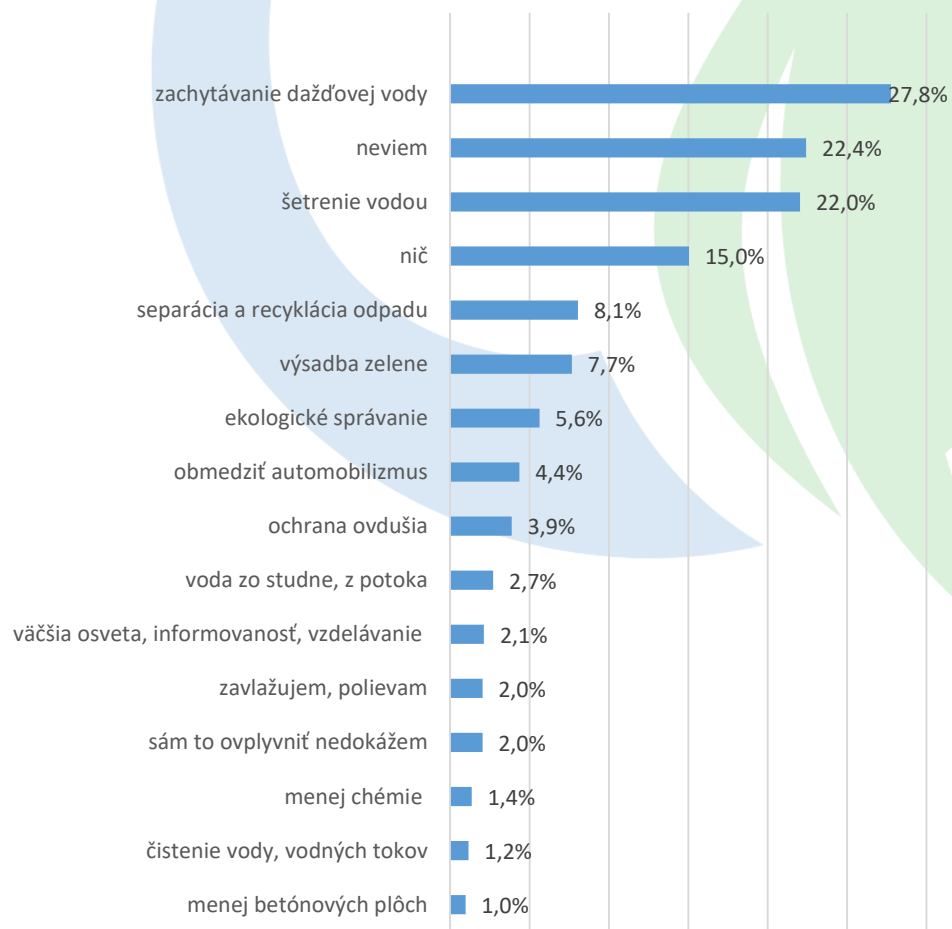
OPERAČNÝ PROGRAM KVALITA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA

Otázka bola formulovaná ako otvorená a respondenti mohli uvádzať aj viaceré odpovede.

Viac ako jedna štvrtina respondentov nevedela na otázku o vlastnej aktivite v tomto smere odpovedať (22,4%).

Prehľad spontánnych odpovedí respondentov na túto otázku obsahuje nasledujúci graf .

Osobný príspevok obyvateľov ku zmierneniu negatívnych následkov sucha na Slovensku
(údaje v %)

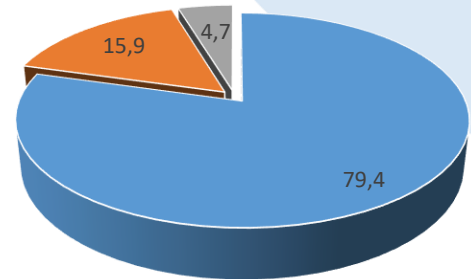




Prieskum bol zameraný na zistenie úrovne **znalosti a povedomia verejnosti o problematike sucha** pre špecifické ciele Slovenskej agentúry životného prostredia na Slovensku, v rámci programového obdobia 2014-2020 pred spustením informačnej kampane. Prieskum bol vykonaný na vzorke 1 030 obyvateľoch.

Ochota obyvateľov Slovenska zapojiť sa do aktivity zameranej na predchádzanie následkov sucha (údaje v %)

Zapojenie sa do aktivity predchádzania následkov sucha
(údaje v %)



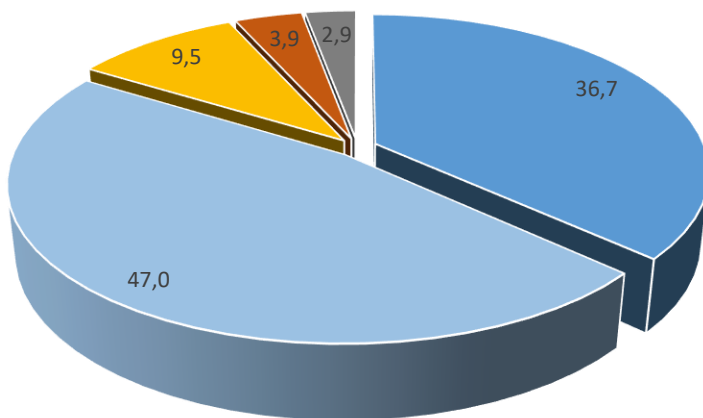
■ Áno ■ Nie ■ Neviem / nechcem odpovedať

Na základe výsledkov prieskumu sme sa pokúsili identifikovať regionálne diferencie resp. iné rozdiely v týchto znalostiach a aktivitách a zistiť informačné a praktické potreby vo vzťahu k problematike sucha. Na základe získaných údajov možno konštatovať tieto a nasledujúce závery.



Potreba zavedenia problematiky sucha do školských osnov na základných a stredných školách (údaje v %)

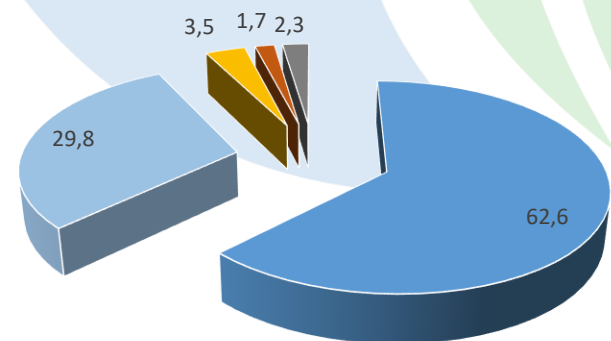
Potreba zavedenia problematiky sucha do školských osnov (údaje v %)



- Áno, je veľmi potrebné
- Áno, je to pomerne potrebné
- Nie, nie je to veľmi potrebné
- Nie, nie je to vôbec potrebné
- Neviem / nechcem odpovedať

Názory obyvateľov Slovenska na výskyt extrémnych klimatických javov v budúcnosti (údaje v %)

Názory na výskyt extrémnych klimatických javov v budúcnosti (údaje v %)



- Určite áno
- Skôr áno
- Skôr nie
- Určite nie
- Neviem / nechcem odpovedať

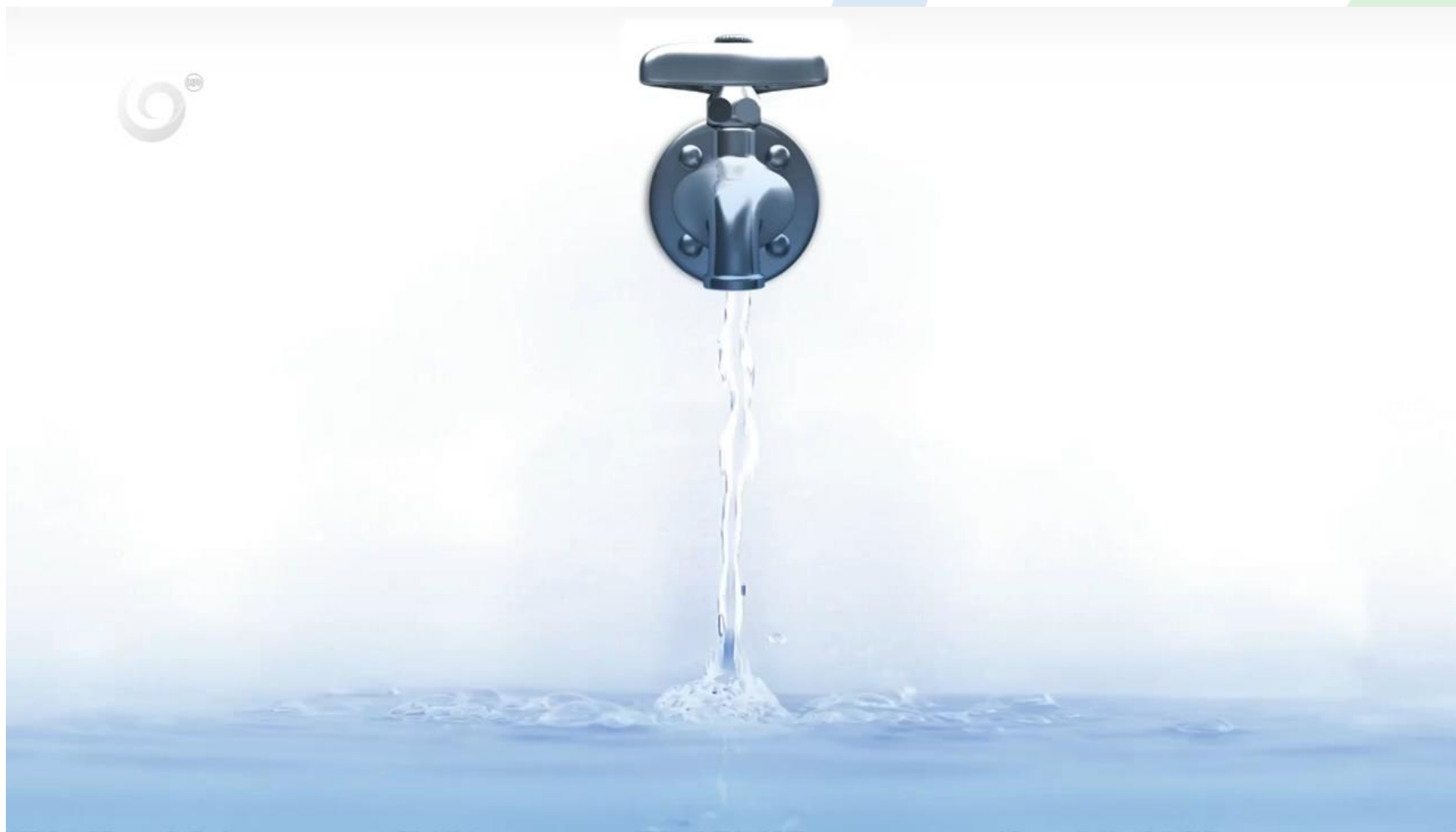


Audiovizuálne a vizuálne služby

- poskytnutie vysielacieho času vo vysielaní televíznej programovej služby vysielajúcej na území celej SR za účelom odvysielania spotov a relácií,
- vysielacieho času pre spotovú kampaň H2ODNOTA JE VODA,
- vysielania mediálnych vstupov vysielaných rozhlasovou programovou službou vybraného rádia ,
- vysielania mediálnych vstupov zverejňovaných prostredníctvom audiovizuálnej mediálnej služby v zmysle zákona o vysielaní a retransmisii,
- mediálneho priestoru v TV/rozhlase, on-line priestor na webe, mediálny priestor v dopravných prostriedkoch, mediálny priestor v kinách, indoor mediálny priestor v obchodných centrách - LCD obrazovky
- outdoor mediálny priestor, vysielacieho času pre účely mediálnej kampane na verejnom televíznom prezenčnom okruhu v prostriedkoch hromadnej dopravy, formou spotov na LCD paneloch umiestnených v interiéroch dopravných prostriedkov



OPERAČNÝ PROGRAM
KVALITA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA
TV spot





OPERAČNÝ PROGRAM
KVALITA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA
Rozhlasový spot



Tým že problematika klimatických zmien, sucha a vodných zdrojov je tak širokospektrálna a týka sa nás všetkých boli zvolené práve tieto komunikačné nástroje pre čo najefektívnejší zásah celého spektra obyvateľstva a cieľovej skupiny.



Tieto aktivity projektu boli navrhnuté tak aby sa dopĺňali a nepôsobili rušivo alebo konfliktne. Očakávané výsledky :

- 1. Informačných charakter** – Informovať cieľové skupiny o problematike klimatických zmien s priamym zameraním sa na suchu a vodné toky.
- 2. Vzdelanostný charakter** - Vzdelávať cieľové skupiny o možnostiach a opatreniach na zamedzenie skľučujúcich dôsledkov klimatických zmien a sucha na náš každodenný život a prostredie v ktorom žijeme.
- 3. Aktivizačný charakter**– ponúknuť rôzne možnosti riešení na zamedzenie nepriaznivých dôsledkov zmeny klímy a sucha. Motivovať cieľovú skupinu na zapojenie sa do výziev, programov a aktivít.



Národný projekt si kladie za cieľ predostrieť problematiku dôsledkov sucha a nedostatku vody, obsiahnutú v Akčnom pláne H₂O:

- mediálnou informačnou kampaňou všetkým občanom SR
- subjektom verejnej správy a subjektom súkromného sektora a zároveň upriamiť ich pozornosť na tento fenomén odkazmi na informačné zdroje, kde budú jednoducho formulované preventívne opatrenia vychádzajúce z Akčného plánu H₂O a dostupné možnosti pre ich riešenie.

Realizáciou komplexu informačných aktivít vo forme národného projektu sa prispeje k systémovému riešeniu problematiky efektívnej informovanosti o kvalite životného prostredia, zlepšovaniu povedomia, ako aj tvorby nástrojov informovania, poradenstva a podpory výmeny informácií medzi zainteresovanými skupinami, s cieľom zjednotenia a zefektívnenia komunikácie v oblasti životného prostredia.



OPERAČNÝ PROGRAM
KVALITA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA

Ďakujem za pozornosť

RNDr. Richard Müller, PhD.

generálny riaditeľ SAŽP

richard.muller@sazp.sk

www.sazp.sk

www.facebook.com/SAZPBB

www.twitter.com/SvkEnviroAgency

www.instagram.com/slovakenvironmentagency