



Pomorska Agencja
Rozwoju Regionalnego

Diagnoza działań edukacyjnych i potrzeb
komunikacyjnych gmin woj. pomorskiego
w zakresie GOZ i gospodarki odpadami

ZAŁOŻENIA SKUTECZNEJ KAMPANII EDUKACYJNEJ



Dofinansowane przez
Unię Europejską



WOJEWÓDZTWO
POMORSKIE



Dofinansowano ze środków
NARODOWEGO FUNDUSZU
OCHRONY ŚRODOWISKA
i GOSPODARKI WODNEJ

Projekt: Wdrożenie Planu Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego (PGOWP) uwzględniającego hierarchię sposobów postępowania z odpadami komunalnymi oraz zasady gospodarki cyrkularnej (GOZ) realizowany jest przy dofinansowaniu z programu LIFE Unii Europejskiej oraz ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej LIFE23-IPE-PL-LIFE Pom GOZilla.PL

Gminy komunikują, ale największym wyzwaniem jest przejście od informacji do działania.

3 poziomy diagnozy:

- ➔ Gminy prowadzą działania edukacyjne, ale często są one rozproszone i incydentalne.
- ➔ Problemy w gospodarce odpadami wynikają głównie z zachowań mieszkańców.
- ➔ Skuteczna kampania musi skracać drogę od „wiem” do „robię”.



Zakres badania i punkt wyjścia

Analiza obejmowała:

- typ gminy i skalę systemu,
- główne problemy w gospodarce odpadami,
- działania edukacyjne i informacyjne,
- grupy docelowe,
- bariery i potrzeby,
- działania dotyczące gospodarki o obiegu zamkniętym.



123 GMINY = 100% GMIN WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO

POMORSKIE GMINY SĄ BARDZO RÓŻNE

Struktura badanych gmin:

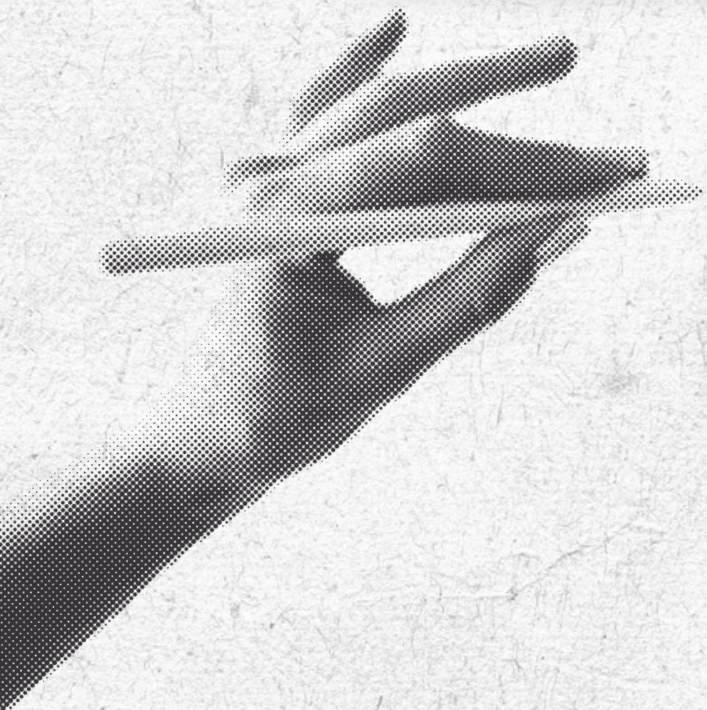
→ 78 gmin wiejskich

→ 24 gminy miejskie

→ 21 gmin miejsko-wiejskich

Wniosek:

Nie da się zaprojektować jednej skutecznej komunikacji dla wszystkich gmin w taki sam sposób.



Diagnoza problemów: to nie tylko infrastruktura

- najczęstsze problemy w selektywnym zbieraniu odpadów:

- niskie zaangażowanie mieszkańców,
- brak świadomości ekologicznej,
- niska jakość segregacji,
- zanieczyszczenia frakcji,
- wysokie koszty.



Wniosek:

**Największy problem dotyczy zachowań mieszkańców,
a nie samego istnienia pojemników.**

Co gminy robią dziś w edukacji?

- Najczęstsze formy działań:

- ulotki i broszury,
- strona www / BIP,
- Facebook,
- edukacja w szkołach,
- plakaty,
- spotkania z mieszkańcami.



Wniosek:

Działania są obecne, ale dominują formy informacyjne, niekoniecznie angażujące.

Luka: edukacja często jest incydentalna

Problem nie polega tylko na tym, czy gmina coś robi.
Problem polega na tym, jak często, jak konkretnie i do kogo mówi.

- ➔ 1-3 aktualizacje rocznie na stronie / BIP,
- ➔ pojedyncze spotkania z mieszkańcami,
- ➔ niska frekwencja,
- ➔ działania szkolne częstsze niż działania dla dorosłych,
- ➔ mało warsztatów i działań praktycznych,
- ➔ słabe wykorzystanie kanałów dla młodszych grup.



OD WIEDZY DO SPRAWCZOŚCI

Wiedza odpowiada na pytanie:

„Co i dlaczego warto robić?”

Działanie odpowiada na pytanie:

„Jak to zrobić tu i teraz?”



Największa luka:

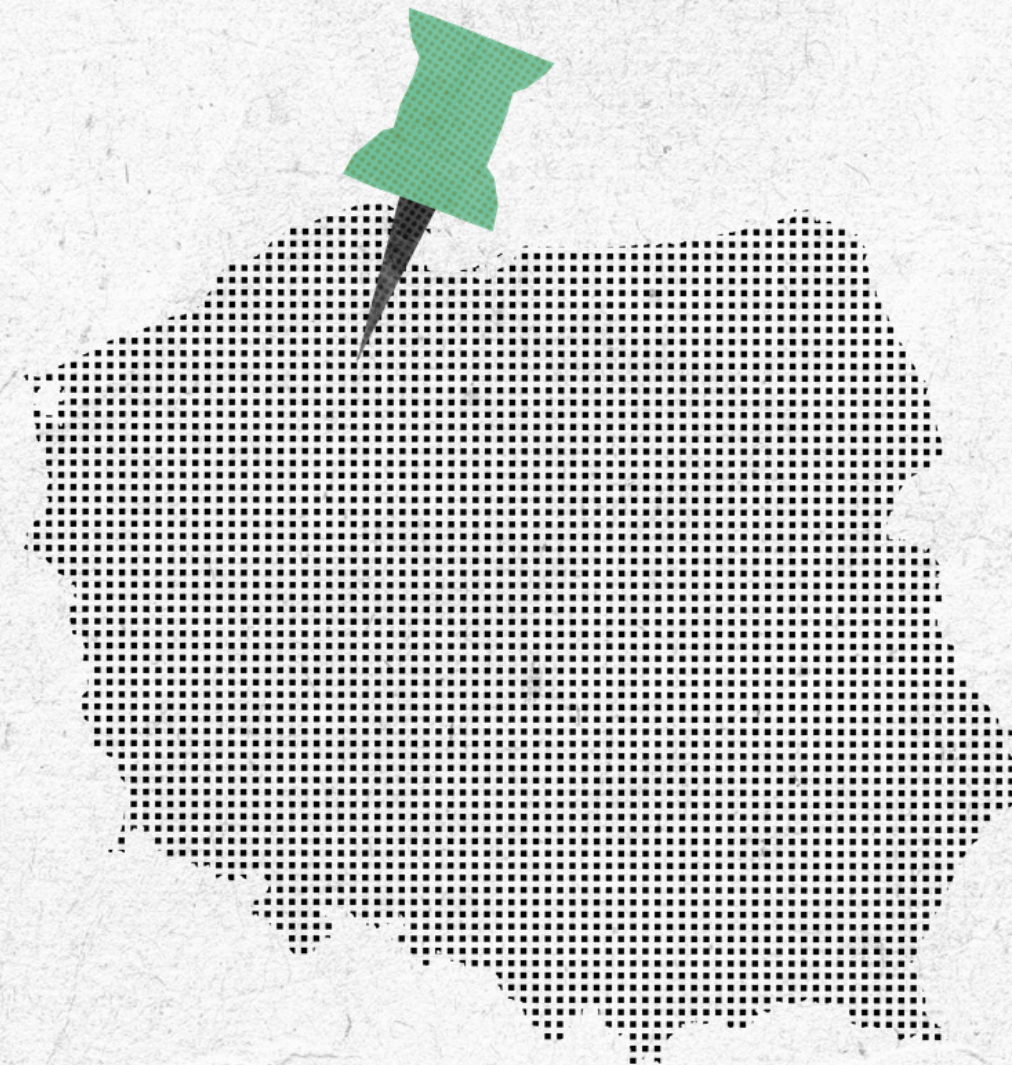
Mieszkaniec często wie, że „trzeba działać ekologicznie”, ale nie wie, co konkretnie zrobić, jaki to ma sens i czy jego działanie ma znaczenie.



Do kogo mówimy? Nie ma jednego „mieszkańca”

- kluczowe grupy odbiorców:

- dzieci i młodzież,
- młodzi dorośli,
- dorośli mieszkańcy,
- seniorzy,
- osoby z niepełnosprawnościami,
- przedsiębiorcy,
- turyści.



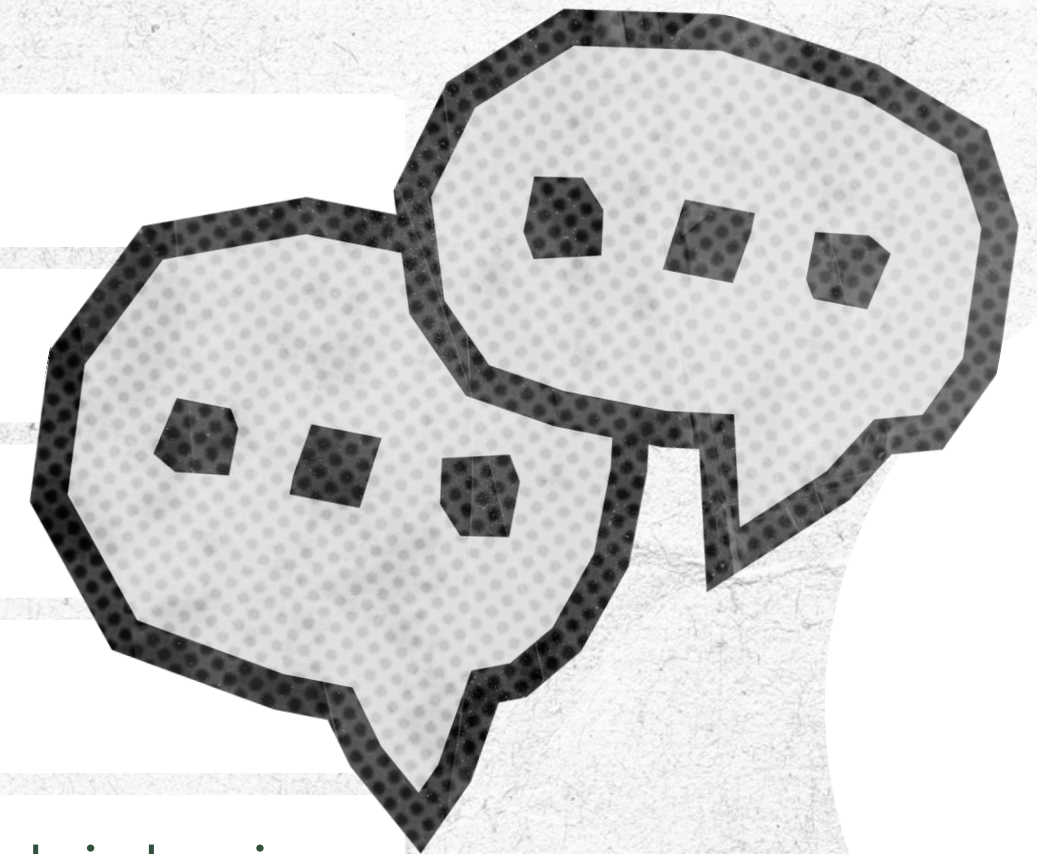
Wniosek:

Każda grupa ma inne bariery, motywacje i momenty kontaktu z komunikatem.

Potrzeby komunikacyjne gmin i mieszkańców

-czego potrzebuje skuteczna komunikacja GOZ?

- ➔ 1. **Prostoty** - mniej wyjątków, więcej jasnych instrukcji.
- ➔ 2. **Lokalności** - przykłady z regionu, nie ogólne hasła.
- ➔ 3. **Użyteczności** - komunikat ma pomagać w decyzji.
- ➔ 4. **Zaufania** - pokazanie, co dzieje się z odpadami dalej.
- ➔ 5. **Sprawczości** - mieszkaniec musi widzieć sens swojego działania.
- ➔ 6. **Braku moralizowania** - mniej „musisz”, więcej „tak będzie łatwiej”.



CASE STUDIES: CO DZIAŁA W PRAKTYCE?

Wyróżniające się gminy pokazują, że skuteczność nie wynika z jednego narzędzia, ale z połączenia edukacji, organizacji i lokalnych korzyści.

Kończątkowy:

GOZ jako system, nie pojedyncza akcja.

- ok. 65% poziomu recyklingu,
- ok. 27,1% „czystego” recyklingu surowców,
- ok. 84% gospodarstw z kompostownikami,
- inwestycja w PSZOK za ok. 4,3 mln zł,
- egzekwowanie jakości usług od firm odbierających odpady.

Dlaczego to ważne?

Gmina łączy edukację, infrastrukturę, kompostowanie u źródła i kontrolę wykonawców.



CASE STUDIES: CO DZIAŁA W PRAKTYCE?

Wyróżniające się gminy pokazują, że skuteczność nie wynika z jednego narzędzia, ale z połączenia edukacji, organizacji i lokalnych korzyści.

Dziemiany:

Przykład praktycznego GOZ.

- ok. 58,07% poziomu recyklingu,
- nadwyżka w systemie,
- rozwój PSZOK z dofinansowaniem,
- zeroemisyjny pojazd do obsługi systemu,
- działania ograniczające marnowanie: ponowne użycie, lokalne zasoby, współpraca z Bankiem Żywności,
- przykłady reuse: m.in. regał / miejsce na znicze do ponownego użycia.

Dlaczego to ważne?

Dziemiany pokazują, że GOZ to nie tylko segregacja, ale ograniczanie marnowania i ponowne wykorzystanie zasobów.



CASE STUDIES: CO DZIAŁA W PRAKTYCE?

Wyróżniające się gminy pokazują, że skuteczność nie wynika z jednego narzędzia, ale z połączenia edukacji, organizacji i lokalnych korzyści.

Somonino:

Edukacja w miejscu błędu.

- ok. 52,44% poziomu recyklingu,
- bardzo niski poziom odpadów na mieszkańca,
- 0 dzikich wysypisk,
- jadłodzielnie,
- kontenery fundacyjne DAR na odzież,
- system „żółtych i czerwonych kartek” na pojemnikach,
- upomnienia i korekta zachowań zamiast natychmiastowych kar finansowych.

Dlaczego to ważne?

Somonino pokazuje, że edukacja może być informacją zwrotną: konkretną, widoczną i podaną dokładnie wtedy, kiedy mieszkaniec popełnia błąd.



CASE STUDIES: CO DZIAŁA W PRAKTYCE?

Wyróżniające się gminy pokazują, że skuteczność nie wynika z jednego narzędzia, ale z połączenia edukacji, organizacji i lokalnych korzyści.

Prabuty:

Warsztaty i konkursy jako narzędzie systemu.

- ok. 57,78% poziomu recyklingu,
- ok. 17,6% „czystego” recyklingu surowców,
- niski poziom składowania,
- 0 dzikich wysypisk,
- działania edukacyjne: warsztaty, konkursy, aktywności angażujące mieszkańców,
- połączenie edukacji z wynikiem odpadowym.

Dlaczego to ważne?

Prabuty pokazują, że edukacja działa najlepiej wtedy, gdy jest praktyczna, angażująca i powiązana z realnym systemem gospodarowania odpadami.



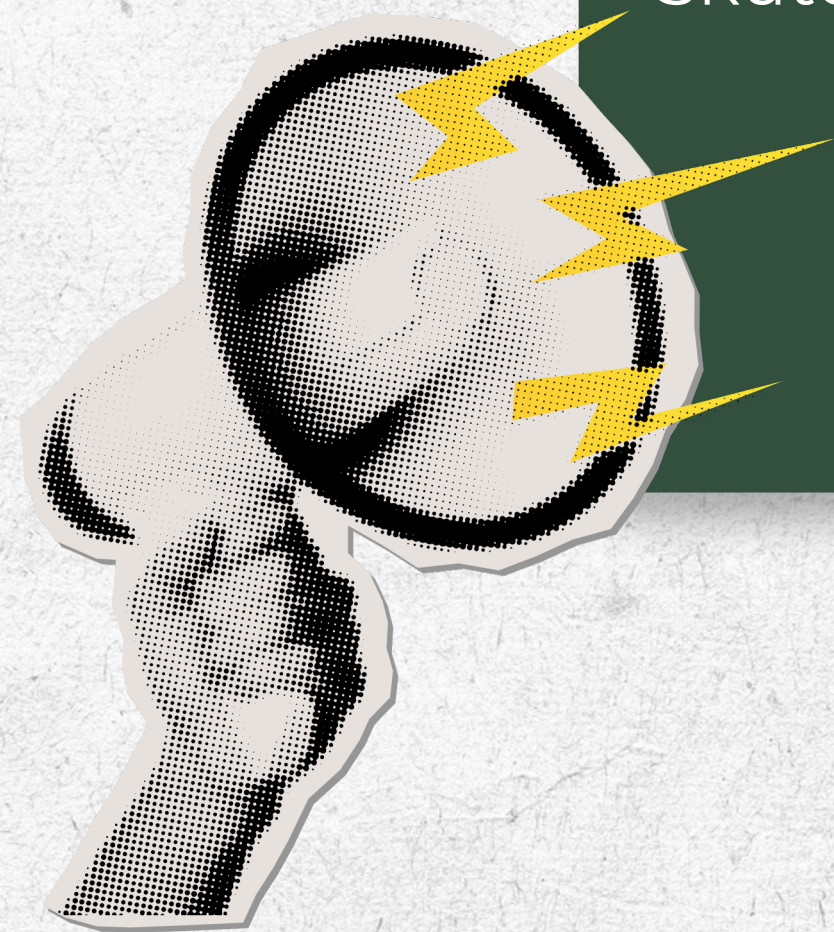
CO ODRÓŻNIA SKUTECZNĄ KAMPANIĘ OD ZWYKŁEJ INFORMACJI?

Zwykła informacja mówi:

"Segreguj odpady"

Skuteczna kampania pokazuje:

*"Co zrobić z tym konkretnym odpadem
w tej konkretnej sytuacji i dlaczego to ma sens:"*



Skuteczna kampania GOZ powinna być:

Problem nie polega tylko na tym, czy gmina coś robi.
Problem polega na tym, jak często, jak konkretnie i do kogo mówi.

- ➔ praktyczna, nie definicyjna,
- ➔ segmentowana, nie masowa,
- ➔ lokalna, nie abstrakcyjna,
- ➔ prosta, nie przeładowana,
- ➔ pozytywna, nie zawstydzająca,
- ➔ stała, nie jednorazowa,
- ➔ mierzalna, nie tylko wizerunkowa.



NAJWIĘKSZY POTENCJAŁ NIE LEŻY W KOLEJNEJ ULOTCE.

Leży w komunikacji, która pomaga mieszkańcowi zrobić właściwą rzecz bez zastanawiania się.

**Od informacji → do decyzji.
Od obowiązku → do nawyku.
Od zmęczenia → do sprawczości.**

