

Kampanja
POZOR(!)NI ZA OKOLJE
2016/17



Osebna izkaznica projekta

September 2016

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 pravnega ločevanja odpadkov že v letu 2010 solidno urejen, doma pa so sodelavci svoje družinske člane le stežka pripravili do pravnega 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 pglavitne 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, potrjujejo dejstva, da kampanja **v šolskem letu 2016/17** poteka že sedmo 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 **16.000 dijakov** in **61 partnerskih organizacij**, med slednjimi **33 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.
- **Nagrada:**
 - Energetska nagrada 2016 v kategoriji »Promocijski projekt URE/OVE«, ki jo je v okviru konference 18. Dnevi energetikov podelil časnik Finance.

Šolsko leto 2016/2017

- Več kot **16.000 dijakov** in **63 partnerskih organizacij**, med slednjimi **33 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 se **krepi kot nacionalno gibanje** za zmanjšanje ogljičnega odtisa.
- **Nadgradnja projekta s podpornikom:**
 - V sedmem letu se projektu pridružuje **Boštjan Gorenc – Pižama, ki postaja glas kampanje**. Na zabaven, komičen in poučen način nagovarja dijake, mentorje in partnerje ter skupaj z njimi zmanjšuje ogljični odtis.

AKTIVNOSTI KAMPANJE V ŠOLSLEM LETU 2016/17

Partnerji se ob pridružitvi h kampanji zavežejo k sodelovanju v načrtovanih dejavnostih. te so zasnovane tako, da pritegnejo pozornost dijakov in jih spodbudijo k razmisleku, kako lahko sami pripomorejo k ohranjanju okolja. Kampanja pod krovno temo zmanjševanja ogljičnega odtisa zajema tekmovalne in netekmovalne aktivnosti. Vse aktivnosti kampanje skupaj z dogodki, raziskavo o odnosu dijakov do okolja ter osveščanjem deležnikov o pomembnosti zniževanja ogljičnega odtisa ter ob pomoči znanega slovenskega stand-up komika, prevajalca in pisatelja Boštjana Gorenca – Pižame, ki kampanji daje kreativen glas, prispevajo dodano vrednost sodelujočim šolam, partnerskim organizacijam in družbi Goodyear.

NETEKMOVALNI DEL

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 se tako v svoji sedmi izvedbi krepi kot nacionalno gibanje za zmanjševanje ogljičnega odtisa. Šole najprej opredelijo okoljske aktivnosti v spletnem **EKO**načrtu, ki je kompas delovanja posamezne šole za celo šolsko leto. Zelene aktivnosti nato skozi šolsko leto predstavljajo v **EKO**kotičku, novice pa pošiljajo za objavo na profilu kampanje na **Facebooku**, najdejo jih v **e-obvestilniku**, zasijejo pa tudi **pod medijskimi žarometi**. Celoletne aktivnosti šole predstavijo v lastnem poglavju **EKO**zbornika, ki predstavlja skupek najboljših praks dijakov s sodelujočih šol.

TEKMOVALNI DEL

Tudi v letošnjem šolskem letu kampanja spodbuja tekmovalni duh. Najprej šole izberejo poljuben **EKO**izziv. Nato se poglobijo v izbrano tematiko zmanjševanja ogljičnega odtisa in poiščejo rešitve. Pri tem lahko sodelujejo s partnerskimi organizacijami. Šole v okviru informativnih dnevov za srednje šole februarja 2017 izvedejo **EKO**bum predstavitev in z njo obiskovalcem predstavijo okoljsko držo šole skozi njeno partnerstvo v kampanji Pozor(!)ni za okolje. Dijaki nato posnamejo kratek **EKO**film, kjer predstavijo svojo rešitev za izbran **EKO**izziv in prikažejo dogajanje na **EKO**bum predstavitvi. **EKO**film je edini ocenjevani del kampanje. Del točk prispeva **EKO**misija v sestavi partnerskih organizacij, del točk pa si v tekmi za zmago lahko šole zagotovijo same. Pri tem morajo dijaki spodbujati glasovanje za svoj **EKO**film med svojimi podporniki. Zmagovalka kampanje postane tista šola, ki skupno zbere najvišje število točk, razglasitev najboljše šole pa poteka na zaključnem dogodku v sredini maja 2017. Družba Goodyear Dunlop Sava Tires bo najboljše šole v tekmovalnem delu kampanje nagradila.

NAJBOLJ OKOLJSKO OSVEŠČENI DIJAKI SO **EKO**inje

Pred začetkom tekmovanja sodelujoče šole med svojimi dijaki izberejo predstavnike projekta na šoli, ki smo jih poimenovali **EKO**inje. Šole oziroma dijaki šol lahko svoje **EKO**inje interno na šoli poimenujejo poljubno (**EKO**prijatelji, **EKO**bojevniki, **EKO**ambasadorji...). Ključna vloga **EKO**inij je, da so ambasadorji kampanje Pozor(!)ni za okolje in odgovornega ravnanja z okoljem. **EKO**inje 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 30 partnerskih organizacij: poleg pobudnice kampanje, družbe Goodyear Dunlop Sava Tires, kampanjo podpirajo Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, Ministrstvo za okolje in prostor, Mestna občina Kranj, Občina Škofja Loka, Občina Radovljica, Občina Jesenice, Dinos d.o., 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., Mestna občina Slovenj Gradec, Zavod TIP & TAP storitve, razvoj in izobraževanja so. p. in Gumbin, ekološke rešitve, d.o.o.

Ogljični odtis v okviru kampanje Pozor(!)ni za okolje bodo letos dijaki zmanjševali na 33 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, Šolski center Slovenj Gradec – Srednja šola Slovenj Gradec in Muta, Šolski center Slovenj Gradec – Gimnazija Slovenj Gradec, Gimnazija Bežigrad, Gimnazija Ledina, Grm Novo mesto – Center biotehnike in turizma, Gimnazija Franca Miklošiča Ljutomer, Gimnazija Moste, Šolski center Nova Gorica – Biotehniška šola, BIC Ljubljana: Živilska šola, Srednja ekonomska šola Ljubljana, 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, Gimnazija in srednja šola Rudolfa Maistra Kamnik, Biotehniška šola Maribor, Gimnazija Jurija Vege Idrija, Srednja gozdarska in lesarska šola Postojna ter Srednja vzgojiteljska šola in gimnazija Ljubljana.

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

Goodyear Dunlop Sava Tires d.o.o. je eden vodilnih proizvajalcev pnevmatik v jugovzhodni Evropi in je že od leta 1998 del mednarodne korporacije Goodyear. V družbi Goodyear Dunlop Sava Tires, ki jo odlikuje certifikat Družini prijazno podjetje in ki je v letu 2016 že četrto zapored pridobila neodvisni certifikat Top Employer, je zaposlenih okoli 1.400 sodelavcev.

Goodyear Dunlop Sava Tires proizvaja oziroma trži pnevmatike za osebna, poltovorna in tovorna vozila, pnevmatike za industrijske in gradbene stroje, motopnevmatike in avtozračnice. Prodajni splet sestavljajo pnevmatike petih blagovnih znamk: Goodyear, Dunlop, Sava, Fulda in Debica. Naše pnevmatike prinašajo varnost in udobje voznikom na cestah po vsem svetu, saj več kot 90 odstotkov pnevmatik prodamo v evropske in druge države prek prodajne mreže koncerna Goodyear. Za več informacij o naših pnevmatikah obiščite spletne strani www.goodyear.si, www.dunlop.si, www.fulda.si, www.sava-tires.com.

Družba Goodyear Dunlop Sava Tires je pri svojem poslovanju 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.

O KORPORACIJI GOODYEAR

Goodyear je eden izmed največjih proizvajalcev pnevmatik na svetu. Zaposluje približno 66 tisoč ljudi. Izdelke proizvaja v 49 obratih, ki so v 22 državah po svetu. V njegovih dveh centrih za inovacije v Akronu v ZDA in v Colmar-Bergu v Luksemburgu si prizadevajo za razvoj najnaprednejših izdelkov in storitev, ki postavljajo standarde glede tehnologij in zmogljivosti v industriji. Za več informacij o korporaciji Goodyear in njenih izdelkih obiščite spletno stran www.goodyear.com.