



**Włączamy!**  
**ZERO WASTE**

Iceland   
Liechtenstein  
Norway **Active  
citizens fund**

# PORADNIK

## ROBIMY EVENTY!



**Poradnik dla młodzieży**

Poradnik przygotowany przez:

**Stowarzyszenie CREO**

**Poznań 2023**



**Autorki:** Joanna Bauerfeind, Maria Pawlak, Michalina Voss

**Publikacja przygotowana w ramach projektu realizowanego przez:**

Stowarzyszenie Centrum Rozwoju (LIDER)  
Edukacji Obywatelskiej CREO  
ul. Kochanowskiego 8A/2  
60-845 Poznań  
[www.centrumcreo.pl](http://www.centrumcreo.pl)



Stowarzyszenie Metropolia Poznań  
ul. Kościelna 37  
60-537 Poznań  
[www.metropoliapoznan.pl](http://www.metropoliapoznan.pl)  
[www.konsultacje.metropoliapoznan.pl/eko](http://www.konsultacje.metropoliapoznan.pl/eko)



Norsensus Mediaforum (NORWEGIA)  
Rådhusgata 20  
0151 Oslo  
[www.norsensus.no](http://www.norsensus.no)



Društvo Ekologi Brez Meja (SŁOWENIA)  
Trubarjeva 50  
1000 Ljubljana  
[www.ebm.si](http://www.ebm.si)



## Spis treści

Wstęp.....	4
1. Dlaczego eventy Zero Waste? .....	5
2. Jak planować – myślenie projektowe .....	7
3. Rodzaje eventów i wskazówki organizacyjne .....	12
4. EKO kampanie i akcje społeczne - dobre praktyki .....	17
5. Jak zostać zero waste na co dzień?.....	22
Literatura i linki: .....	29

Zero Waste to koncepcja, która dąży do minimalizacji ilości generowanych odpadów poprzez ograniczanie zużycia surowców, maksymalne wykorzystanie i przetwarzanie odpadów oraz promowanie zrównoważonych praktyk konsumenckich. Według raportu Światowej Organizacji Zdrowia z 2018 roku, światowa produkcja odpadów wyniosła około 2,01 miliarda ton. Przyjęcie podejścia Zero Waste może znacznie zmniejszyć tę liczbę. Statystyki dotyczące recyklingu różnią się w zależności od regionu i kraju, ale ogólnie rzecz biorąc, większość krajów nadal ma duży potencjał do poprawy wskaźników recyklingu. Istnieje wiele przykładów sukcesów w realizacji Zero Waste na poziomie lokalnym. Na przykład miasto San Francisco w Kalifornii osiągnęło wskaźnik odzysku odpadów na poziomie 80% w 2012 roku, a miasto Kamikatsu w Japonii zobowiązało się do osiągnięcia Zero Waste do 2020 roku.

Jedną z wielu dobrych praktyk stosowanych w Zero Waste są np. eventy stanowiące ważną część ruchu ekologicznego. Organizowanie tego typu wydarzeń to nie tylko doskonała okazja do zaprezentowania praktycznych rozwiązań, ale także szansa na stworzenie mobilizującego środowiska, które będzie inspirować do podejmowania działań proekologicznych.

## 1. Dlaczego eventy Zero Waste?

Eventy Zero Waste są to inicjatywy, które dążą do minimalizacji ilości generowanych odpadów i maksymalnego wykorzystania zasobów naturalnych. Ideologia Zero Waste, która w dosłownym tłumaczeniu oznacza „zero marnotrawstwa”, opiera się na czterech kluczowych założeniach. Należą do nich:

### MINIMALIZACJA ODPADÓW



Głównym celem ideologii Zero Waste jest dążenie do minimalizacji ilości produkowanych odpadów poprzez unikanie ich generowania. W praktyce oznacza to zmniejszenie zużycia, ponowne wykorzystanie, a także odzyskiwanie i recykling materiałów.

### HIERARCHIA ODPADÓW



Koncepcja hierarchii odpadów zakłada, że w pierwszej kolejności należy skupić się na zapobieganiu odpadów poprzez minimalizację, a w kolejnym kroku na ponownym wykorzystaniu, recyklingu i odzysku energetycznym.

### CYKL ZAMKNIĘTY



W założeniach Zero Waste dąży się do stworzenia tzw. „cyklu zamkniętego”, w którym odpady przekształcane są w surowce wtórne i wykorzystywane do produkcji produktów nowych. Dzięki temu minimalizuje się potrzebę wydobywania nowych surowców czerpanych z przyrody.

## ODPOWIEDZIALNOŚĆ PRODUCENTA



Producenci powinni być odpowiedzialni za całkowity cykl życia swoich produktów, od projektu po utylizację. Przyjmuje się, że powinni projektować tak produkty, aby były trwałe, łatwe do naprawy, a ich składniki można było łatwo odzyskać i wykorzystać ponownie.

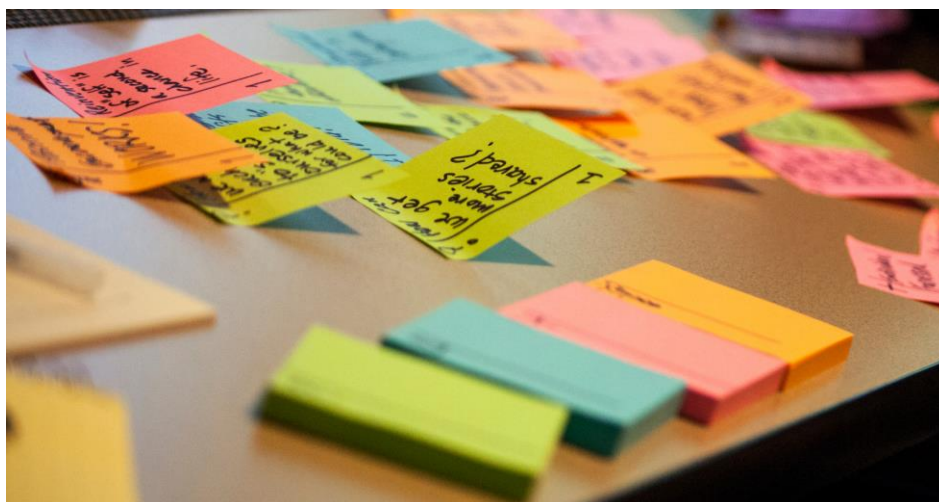
Eventy Zero Waste promują powyższe wartości i idee, dlatego organizowanie ich jest tak ważne. Przyczyniają się do zmniejszenia ilości odpadów, zwiększają świadomość ekologiczną oraz inspirują do podejmowania działań na rzecz ochrony środowiska. Promowanie idei Zero Waste może przyczynić się do długoterminowych zmian w społeczeństwie i prowadzić do bardziej zróżnicowanego stylu życia.

## 2. Jak planować – myślenie projektowe

Inicjatywy prospołeczne i eventy warto rozpatrywać w kategoriach PROJEKTÓW. Między ideą, wartościami i pomysłami a realnym działaniem powinno nastąpić kilka niezbędnych procesów, by jak najlepiej móc urzeczywistnić i zaplanować to, na czym nam zależy. Inicjatywy proekologiczne nie stanowią tutaj wyjątku!

Myślenie projektowe stanowi podstawę profesjonalnego planowania i wdrażania działań. Może być stosowane w wielu różnych obszarach życia – podczas edukacji, w życiu prywatnym, a także przy aktywnościach zawodowych czy prospołecznych. Pomaga nam wiele rzeczy uzasadnić, przewidzieć i zaplanować. Jego użyteczność tkwi w prostocie – składa się ono z 10 kroków, które pozwalają na szczegółowe, ale jednocześnie konkretne opracowanie pomysłu i przekucie go w działanie!

Dobre przygotowanie to podstawa, zarówno w przypadku długofalowych inicjatyw, jak i jednorazowych, krótkich akcji. Przemyślenie kluczowych kwestii może otworzyć nowe możliwości i poszerzyć perspektywę, zarówno jeśli chodzi o zasoby, okazje do wykorzystania i dodatkowe korzyści, jak i nieokreślone wcześniej przeszkody, deficyty i sprzeczności. Myślenie projektowe potrafi też przypomnieć nam o rzeczach pozornie banalnych, o których zdarza się nam zapominać (jak podział obowiązków, talenty poszczególnych zaangażowanych osób, przekazywanie konkretnych wartości swoim działaniem, założenie realnych ram czasowych itp.)



## 10 KROKÓW MYŚLENIA PROJEKTOWEGO

1. **POMYSŁ:** Określcie obszar tematyczny eventu (np. oszczędzanie wody i światła, promowanie ubrań z drugiej ręki, świadome zakupy). Nadajcie tytuł inicjatywie – najlepiej, kiedy jest krótki, chwytliwy i związany z przekazywaną ideą.

2. **UZASADNIENIE:** Uzasadnijcie potrzebę działania tak, by mogła przekonać dyrekcję, rodziców, uczniów/uczennice, grono pedagogiczne, ale też sponsorów i media, oraz inne interesujące Was podmioty (być może do inicjatywy trzeba będzie przekonać lokalne władze, organizacje, zaproszonych gości?). Określcie problem/y, na które chcecie „odpowiedzieć” (np. brak funduszy na coś ważnego, niska świadomość społeczna o zmianach klimatu, niewłaściwa segregacja odpadów w okolicy itp.). Stwórzcie rzetelną diagnozę problemów, na które będzie odpowiadała inicjatywa - szukajcie wiarygodnych źródeł i potwierdzonych informacji, które odpowiedzą na pytanie „dlaczego akurat tym należy się zająć?”, ale też „jaką istotną zmianę może wywołać Wasza propozycja?”.

3. **CELE:** Określcie cele eventu, które powinny być zgodne z zasadą S.M.A.R.T. (akronim od ang. smart: Simple/proste, Measurable/mierzalne, Achievable/osiągalne, Relevant/istotne, Timely defined/osiągalne w czasie). Określenie jasnych celów zwiększa szanse na powodzenie akcji. Często kumulujemy wiele pomysłów, i nawet kiedy wszystkie są dobre, to jeśli wcielamy je w życie bez namysłu, może zmniejszać to ich skuteczność, a co za tym idzie: motywację do działania, prawdopodobieństwo ich kontynuacji czy potencjalne zainteresowanie odbiorców.



**S (specific) - konkretny:** im więcej szczegółów (co? kiedy? jak? dlaczego? dla kogo?), tym lepiej!



**M (measurable) - mierzalny:** co chcemy osiągnąć promocją **ORAZ** jak sprawdzimy czy się nam udało?



**A (achievable) - osiągalny:** cele muszą być określone odpowiednio do potrzeb, ale też możliwości i zasobów.



**R (relevant) - istotny:** jaki obszar wymaga zmiany lub działania w Twojej organizacji?



**T (timebound) - określony w czasie:** kiedy mają pojawić się poszczególne elementy oraz efekt końcowy?



4. ZASOBY: Zastanówcie się, kim i czym dysponujecie w kontekście realizacji nakreślonych celów. Co jest Wam potrzebne, by móc te cele zrealizować, i jednocześnie to posiadacie? Pomyślcie o przedmiotach, sprzętach, rekwizytach, ale też o sobie, swoich talentach, doświadczeniach, możliwościach i znajomościach!

5. GRUPA DOCELOWA: Stwórzcie listę wszystkich odbiorców eventu – zarówno gości (kto ma przyjść, jak ich zachęcić, co byłoby atrakcyjne dla nich?), jak i beneficjentów (jakie korzyści mogą osiągnąć dzięki Waszemu projektowi oraz dlaczego może on je w ogóle zainteresować?). Czasem to będą dwie odmienne grupy, a czasem będą się przenikać. Mogą to być osoby (np. użytkownicy parku, mieszkańcy gminy), ale też organizacje czy instytucje. Pamiętajcie o precyzji (np. 400 mieszkańców osiedla, 200 uczniów szkoły, zwierzęta zamieszkujące park, jedna proekologiczna organizacja pozarządowa itp.)



6. DZIAŁANIA: Można powiedzieć, że lista działań jest podstawowym elementem planowania. Czasami jednak zmienia się ona w JEDYNY element planowania, podczas gdy dopiero dzięki uwzględnieniu wyżej wspomnianych pięciu punktów, możemy określić działania jako zasadne, dopasowane i spójne. W tym kroku możemy wskazać kilka uniwersalnych działań związanych z inicjatywami prospołecznymi i eventami:

- **ZARZĄDZANIE** (ustalcie grupę zadaniową, podzielcie się obowiązkami, wyznaczcie osobę odpowiedzialną za konkretne działania, sposób komunikacji, ustalcie zasady współpracy i kontaktu z partnerami, zastanówcie się, jakie materiały lub dokumenty będą potrzebne).
- **REKRUTACJA** (ustalcie potrzeby osobowe i zaplanujcie rekrutację – określcie, kogo konkretnie potrzebujecie i na jakie stanowiska/do jakich zadań. Weźcie pod uwagę możliwość zaangażowania partnerów i osób spoza szkoły).
- **PROMOCJA** (przemyślcie, jak rozpropagować inicjatywę - zarówno w szkole, jak i w środowisku lokalnym. Jak atrakcyjnie ją przedstawić i zdobyć uczestników i uczestniczki, kogo na nią zaprosić).
- **PRZYGOTOWANIE EVENTU** (wykorzystajcie posiadane zasoby, ustalcie program przygotowań, zweryfikujcie ponownie czy macie wszystko, co Wam potrzebne. Nie zapomnijcie o promocji i dokumentowaniu swoich działań).
- **REALIZACJA EVENTU** (Ustalcie szczegółowo program działań wyznaczając do poszczególnych zadań konkretne osoby, określcie role partnera i zasobów, upewnijcie się, czy uwzględniliście wszystkie postawione sobie cele i... do dzieła!).
- **PODSUMOWANIE:** Podsumujcie działania projektowe po ich zakończeniu, spróbujcie określić co powiodło się zgodnie z planem, a co ewentualnie nie. Jest to dobry moment na wnioski na przyszłość. Pamiętajcie o podziękowaniu wszystkim uczestnikom i potencjalnych formalnościach, do których się zobowiązaliście.

7. **HARMONOGRAM:** Umieśćcie w harmonogramie wszystkie zaplanowane działania - jeśli tego nie zrobicie, możecie nie zdążyć z realizacją inicjatywy na czas lub zorientować się w trakcie, że aktywności nie są ze sobą dobrze zgrane. Zastanówcie się, ile czasu będziecie potrzebować na zrealizowanie każdego zadania i na kiedy powinno być ono gotowe – możecie wskazać tu konkretne daty lub przedziały czasowe. Twórzcie harmonogram w oparciu o kalendarz szkolny tak, by zadania nie kolidowały z innymi wydarzeniami czy dniami wolnymi/feriami. Uwzględnijcie też plany i możliwości czasowe zaangażowanych w działania organizacyjne osób.

8. BUDŻET: Dokładnie zaplanujcie budżet całego wydarzenia uwzględniając Wasze możliwości – czy Wasz budżet może wzmocnić sponsor, partner, Rada Rodziców lub zewnętrzne dofinansowanie? Pamiętajcie, że każda pozycja budżetowa jest policzalna (wyceńcie potrzebny sprzęt, wyposażenie, koszt pracy i usług, koszt materiałów). Dokładnie zaplanujcie i uzasadnijcie wszystkie wydatki (pamiętajcie, żeby były to ceny realne - warto zrobić rozeznanie).



9. REZULTATY: Dokładnie zdefiniujcie, jakie rezultaty chcecie osiągnąć (mogą być one jakościowe np. 20 uczniów zwiększyło wiedzę na temat ekologii i idei ZERO WASTE, jak i ilościowe np. przeprowadzenie 10 zajęć/ zorganizowanie 1 spaceru połączonego ze zbieraniem odpadów). Pamiętajcie, że każdy rezultat powinien być mierzalny (by potem móc określić, czy go osiągnięto), określony w czasie i możliwy do monitorowania na bieżąco.

10. ZAKOŃCZENIE: Pomyślcie o stworzeniu podsumowania eventu - np. w formie raportu lub bilansu zaplanowanych i zrealizowanych działań. Czy wszystko się udało? Pamiętajcie o omówieniu słabych i mocnych stron inicjatywy. Warto też podsumować działania w formie promocji i opublikować w mediach szkolnych i lokalnych.

### 3. Rodzaje eventów i wskazówki organizacyjne

Eventy są organizowanymi wydarzeniami mającymi na celu zgromadzenie ludzi w celu wspólnego przeżycia określonej sytuacji, celebracji, prezentacji lub doświadczenia. Organizacja eventów jest dynamicznym i kreatywnym obszarem działalności, który wymaga umiejętności zarządzania projektem, komunikacji, negocjacji, współpracy zespołowej i dbałości o szczegóły. Celem eventów jest zapewnienie niezapomnianego doświadczenia dla uczestników, które spełnia ich oczekiwania i cele wydarzenia. Mogą mieć różne formy i rozmiary, od małych spotkań lokalnych po ogromne imprezy międzynarodowe. Do rodzajów eventów zaliczamy:

#### EVENTY BIZNESOWE

Eventy tego rodzaju to specjalne spotkania, konferencje, targi lub imprezy organizowane w celu promowania działań gospodarczych, wymiany informacji, nawiązywania kontaktów biznesowych i budowania relacji między różnymi firmami lub przedsiębiorstwami. Mają one na celu stworzenie platformy, na której przedstawiciele różnych branż mogą spotykać się, dzielić się wiedzą, prezentować swoje produkty lub usługi oraz nawiązywać nowe partnerstwa i współpracę. Wydarzenia biznesowe mogą mieć różną formę, w tym:

- **KONFERENCJE** – spotkania ludzi w celu omówienia ważnych zagadnień, wymiany doświadczeń czy prowadzenia dyskusji.
- **SZKOLENIA** – zorganizowane działania, mające na celu podnoszenie kwalifikacji zawodowych i umiejętności.
- **TARGI** – wydarzenia, gromadzące kupców oraz sprzedawców w celu zakupu i sprzedaży wystawianych produktów.
- **JUBILEUSZ** – ważna rocznica danego wydarzenia.

## EVENTY CHARYTATYWNE

Wydarzenia organizowane w celu zbierania funduszy na cele dobroczynne. Eventy charytatywne mają na celu zwiększenie świadomości społecznej na temat określonej sprawy lub problemu społecznego, a także mobilizację społeczności do zaangażowania się w pomoc. Tego rodzaju wydarzenia przyjmują następujące formy:

- **BALE CHARYTATYWNE** – wydarzenia taneczne, z których zebrane fundusze przeznaczone są na cele dobroczynne.
- **KONCERTY** – impreza masowa mająca na celu zbiór środków na określony cel charytatywny.
- **KIERMASZE** – wydarzenia mające na celu sprzedaż atrakcyjnych przedmiotów, a środki z ich sprzedaży są przekazywane na dobroczynne cele.

## EVENTY MOTYWACYJNE

Eventy polegające na motywowaniu swoich pracowników do podniesienia efektywności swojej pracy i jeszcze większej produktywności. Do tej kategorii zaliczamy następujące wydarzenia:

- **TEAM BUILDING** – wydarzenie służące budowaniu relacji oraz poprawy komunikacji w zespole.
- **WARSZTATY ROZWOJU OSOBISTEGO** – interaktywne warsztaty, pomagające uczestnikom w rozwoju umiejętności interdyscyplinarnych, zarządzania czasem, radzenia sobie ze stresem i budowania pewności siebie.

## EVENTY SPECJALNE

Uroczystości okolicznościowe przebiegające w sposób spontaniczny lub akcyjny. Taki rodzaj eventów ma na celu przyciągnąć uwagę oraz zainteresowanie uczestników. Charakterystyczną cechą wydarzeń specjalnych jest ich unikalność i nieszablonowość. Wydarzenia specjalne mogą mieć różne skale i zakres, od małych, kameralnych spotkań po duże imprezy o zasięgu międzynarodowym. Zaliczamy do nich:

- **HAPPENINGI** – nietypowe wydarzenie, które przyciąga uwagę i zaskakuje ludzi. Może być to np. spontaniczna akcja lub zabawa.
- **FLASH MOB** – spontaniczne zgromadzenie ludzi w określonym miejscu i czasie, aby zrealizować zaplanowaną akcję lub performance.
- **SPONTANICZNE ZBIÓRKI** – zbiórki nieplanowane, tworzone w chwili powstania potrzeby działań dobroczynnych.

**Organizacja eventów wymaga elastyczności, kreatywności i zaangażowania.**

**Kluczem do udanego eventu jest uwzględnienie poniższych wskazówek:**

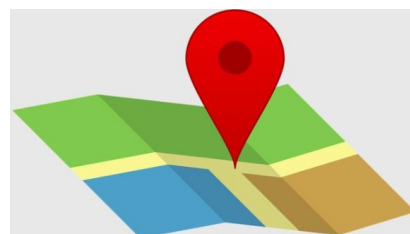


### OKREŚL CEL WYDARZENIA

Wyraźne zdefiniowanie celu to podstawa. Jasne określenie celu umożliwia koncentrację na odpowiednich działaniach.

### WYBIERZ LOKALIZACJĘ

Odpowiednia lokalizacja to klucz do sukcesu! W zależności od rodzaju eventu dobierz odpowiednie miejsce wyposażone w niezbędne udogodnienia.



## DOSTOSUJ PROGRAM

Opracuj harmonogram uwzględniający wystąpienia, przerwy i czas na inne aktywności. Zapewnij równowagę między elementami edukacyjnymi, rozrywkowymi i interaktywnymi.



## ZADBAJ O LOGISTYKĘ

Przygotuj się na różne scenariusze. Skoordynuj zespoły odpowiedzialne za poszczególne zadania. Upewnij się, że wszelkie niezbędne materiały, sprzęt czy zaopatrzenie są dostępne w odpowiednim czasie i miejscu.



## ZAPEWNIJ ATRAKCJE

Oprócz merytorycznej części wydarzenia, pomyśl o atrakcjach dodatkowych, które angażować będą uczestników. Zadbaj o to, by każdy znalazł coś dla siebie.



## MONITORUJ I ZBIERAJ OPINIE

Zbieraj opinie od uczestników. Mogą one być przydatne do oceny sukcesu wydarzenia i identyfikacji obszarów, które można ulepszyć.



## A WASZ SZKOLNY EVENT? ZORGANIZUJcie KIERMASZ ZERO WASTE!

Kiermasz zero waste może być świetną okazją do promocji idei ograniczania odpadów, ale też do nabycia kompetencji i umiejętności w obszarze organizowania eventów! Bazując na powyższych wskazówkach oraz na punktach myślenia projektowego, spróbujcie zaplanować i przemyśleć, jak mógłby wyglądać w Waszej szkole. Kto może Wam pomóc, czego potrzebujecie, kiedy i gdzie mógłby się odbyć... są to kwestie, które warto omówić na forum! Ideą kiermaszu mogłaby być zbiórka na jakiś cel (może zakup regału do bookcrossingu, zbiorników do segregacji śmieci lub roślin do szkolnego ogródka), ale ducha zero waste najbardziej oddałaby forma wymiany między uczestnikami na zasadzie „oddaj to, co nadaje się do użytku, ale już tego nie potrzebujesz; weź to, czego będziesz używać”. Kiermasz może być tematyczny (skupiony wokół ubrań, książek, zabawek i gier planszowych) lub różnorodny (pozwalający na wystawianie wszystkiego na raz).

Co może uświetnić szkolny kiermasz?

- Zaproście wystawców z zewnątrz
- Zaproście społeczność lokalną
- Zorganizujcie podczas kiermaszu wystawę (np. rękodzieła wykonanego z odpadów)
- Zaproponujcie prelekcję edukacyjną (np. o tym jak ponownie wykorzystać przedmioty w nieoczywisty sposób)

Na pewno sami również wpadniecie na ciekawe pomysły dopasowane do Waszej konkretnej grupy i szkoły. Powodzenia!



## 4. EKO kampanie i akcje społeczne - dobre praktyki

### Czas na garść inspiracji.

Każda inna, wszystkie ważne. Przed Tobą kilka ciekawych kampanii społecznych/akcji społecznych, których głównym celem jest zwrócenie uwagi na ważny problem dotyczący środowiska. Która najbardziej trafia do Ciebie?

#### → TU PIJESZ BEZ SŁOMKI

Plastikowe słomki to prawdziwe wyzwanie dla środowiska. Większość z nich trafia do oceanów powodując zanieczyszczenie środowiska i zranienia żyjących w wodzie zwierząt. W 2017 roku Greenpeace Canada rozpoczęło akcję „Don't suck the life from the oceans” („Nie wysysaj życia z oceanów”).

W Polsce mieliśmy swoją rodzimą akcję „Tu pijesz bez słomki”. Fundacja Lonely Whale wraz z Noizz.pl nakłaniała właścicieli restauracji do rezygnacji z używania zbędnego plastiku. Akcja odbiła się szerokim echem w social mediach, a w promowanie zaangażowało się wiele polskich gwiazd. Duże i małe gastronomie promowały picie bez słomek oznaczając swoje posty hasztagiem #tupijeszbezslomki #suckingsucks/#StopSucking



## → Z WŁASNYM KUBKIEM

Czy wiesz, że większość papierowych jednorazowych kubków, w których podawana jest kawa w restauracjach, czy kawiarniach, pokrywanych jest od środka warstwą plastiku? Proces ten sprawia, że naczynia nie przeciekają.

Niestety... Oddzielenie warstwy polietylenu od tektury jest trudne i czasochłonne. Powoduje to, że kubki nie są recyklingowane i zalegają na wysypiskach.

Na ten problem zwrócili uwagę twórcy kampanii społecznej **#zwłasnymkubkiem**. Jej celem było zwiększanie świadomości w zakresie wpływu jednorazowych opakowań na środowisko.

Z jednej strony twórcy kampanii zachęcają do korzystania z kubków wielorazowych przy zakupie napoju na wynos. Z drugiej strony przekonują właścicieli kawiarni, że dołączenie do miejsc przyjaznych akcji wspiera środowisko i jest korzystne wizerunkowo. Wielokrotnie restauratorzy obniżają cenę za kawę kupowaną do własnego kubka.

## #Z WŁASNYM KUBKIEM



**A, czy Ty masz już własny kubek?**

Akcja realizowana jest przez Polskie Stowarzyszenie Zero Waste.

## → KLOPSIKI

Kojarzycie klopsiki z IKEI? Kto ich nie zna ;)

Twórcy kampanii społecznej **Swedish Seedballs** (Szwedzkie bomby kwietne) wykorzystali dużą popularność ich słynnego dania. Aby podnieść świadomość na temat różnorodności biologicznej i braku dzikich siedlisk dla zagrożonych owadów stworzyli .... **klopsiki dla pszczół**.



Były to wspomniane bomby kwietne, które stanowią ręcznie robione kule złożone z nasion dzikich roślin miododajnych, kompostu oraz gliny. Wystarczy dodać wodę, by wyrosła z nich kolorowa łąka kwietna stanowiąca bazę pokarmową dla zapylaczy

Podstawą kampanii była zastosowana gra słów: ang. seedballs – bomby kwietne oraz ang. meatballs – klopsiki, a także podobieństwo wizualne między nimi. Kampania społeczna realizowana była w Danii na zlecenie IKEA oraz WWF.



Film promujący kampanię można obejrzeć tutaj: [WWF & IKEA Denmark Swedish Seedballs](#).

## → KWIETNE BOMBARDOWANIE

Kolejna świetna kampania ekologiczna wykorzystująca bomby kwietne, tym razem na naszym rodzimym podwórku. Kwietne bombardowanie to projekt Stowarzyszenia Lokalni w gminie Suchy Las. Na terenie gminy rozdano 1000 zestawów do samodzielnego wykonania bomb kwietnych, w którym znalazła się ziemia, glina, mieszanka rodzimych nasion (chabrów, maków, rumianku, pszczelnika, nostryka, nagietka i arcydzięgla) i instrukcja.

Organizatorzy określali akcję mianem „partyzantki ekologicznej”, podkreślając, że nawet w trudniej dostępnych miejscach jak rowy, nieużytki, pobocza, łatwo jest taką kwietną bombę po prostu rzucić.



**Kwietne bombardowanie zaktywizowało mieszkańców i okazało się dużym sukcesem!**

## → LISTY DLA ZIEMI

Kampania społeczna Listy dla Ziemi do edukacyjna akcja zainicjowana przez Fundację Ekologiczną ARKA w 2013 roku. W jej trakcie osoby młode zachęcają dorosłych do działań proekologicznych i większą troskę o naszą planetę. W jaki sposób? Pisząc do nich listy!



Akcja Listy dla Ziemi na stałe wpisała się w kalendarz wydarzeń aktywizując corocznie dzieci i młodzież z kilku tysięcy przedszkoli i szkół

## → GODZINA DLA ZIEMI

Godzina dla Ziemi (ang. Earth Hour) to światowa akcja zapoczątkowana w 2007 roku w Sydney. Ma na celu zwrócenie uwagi na zmiany klimatu i uwrażliwienie na problem nadmiernego zużycia energii.

### **Jak zasygnalizować swoje poparcie?**

Bardzo symbolicznym gestem! W ostatnią sobotę marca na jedną godzinę dać Ziemi „odpocząć” i po prostu wyłączyć światło.

Jest to jedna z największych globalnych inicjatyw na rzecz ochrony środowiska przyrodniczego. Organizatorzy akcji podkreślają, że samo zgaszenie światła w domu, czy biurze nie wystarczy. Jednakże do działania jako wyraz jedności i nadziei ma sprowokować do przemyśleń, zapoczątkować dyskusję, skłonić do działania.



## 5. Jak zostać zero waste na co dzień?

Trzeba po prostu zacząć. Pomoże Ci w tym znajomość zasady 8 kroków, których zastosowanie jest kluczowe dla zredukowania liczby odpadów.

### krok 1 RETHINK

#### **KROK 1. RETHINK, czyli przemyśl swoją relację ze środowiskiem**

W kroku zwanym RETHINK najważniejszym działaniem jest zmiana sposobu myślenia i traktowanie człowieka i przyrody jak jedną zależną od siebie całość. Każdy z nas ma wpływ na to jak będzie wyglądać nasza planeta za kilka, kilkanaście lat.

Czy nowy produkt jest Ci faktycznie potrzebny? Dlaczego chcesz dokonać tego zakupu? **RETHINK**

### krok 2 REFUSE

#### **KROK 2. REFUSE, czyli ODMAWIAJ**

Mówienie NIE nie zawsze jest prostą sprawą. Dlaczego? Wymaga zaangażowania, zanegowania czegoś, co postrzegane jest jako norma. Ponadto wdrożenie tej zasady niejednokrotnie wymaga sporego refleksu! Może jednak warto podnieść rękawicę i dzięki temu ograniczyć ilość śmieci? Zgodnie z zasadą REFUSE powinniśmy unikać produktów, których opakowania mogą być problematyczne, czy to przy ponownym użyciu lub przy późniejszym ich przetworzeniu.

## Jak stosować zasadę REFUSE w praktyce?

- Podziękuj sprzedawcy za plastikową siatkę.
- Unikaj zbierania ulotek. Odmów przyjęcia i po prostu poszukaj potrzebnych informacji w internecie.
- Kupując kolorowy napój uprzedź sprzedawcę, by nie dodawał do niego plastikowej słomki.



## krok 3 REDUCE

### KROK 3. REDUCE, czyli REDUKUJ

W myśl tej zasady redukujemy konsumpcję rzeczy zbędnych.

Kupowanie produktów na zapas oraz kolekcjonowanie zbędnych rzeczy jest dużym problemem, szczególnie w krajach wysokorozwiniętych. Poprzez tego typu zachowania marnuje się żywność i generuje bardzo dużą ilość odpadów, np. plastik. A gdyby tak wprowadzić w życie minimalizm?

### Jak stosować zasadę REDUCE w praktyce?

- Zabierz na zakupy własną wielorazową torbę na zakupy.
- Zamień wodę butelkową na wodę z kranu. Na rynku dostępne są, np. butelki wielokrotnego użytku z filtrem węglowym, czy termobutelki. Warto przetestować!
- Notatki? Jeśli to możliwe ogranicz kserowanie do minimum. Świetnie sprawdzają się zapiski w formie cyfrowej.
- Kawa na wynos do swojego kubka? Co ciekawe, niektóre kawiarnie sprzedają taką kawę w obniżonej cenie!

# krok 4 REUSE

## KROK 4. REUSE, czyli UŻYJ PONOWNIE

4 krok na jaki zdobywamy się postępując zgodnie z zasadą 8R to REUSE. Reguła ta zakłada, że nie każda zużyta rzecz nadaje się do wyrzucenia. Być może znajdziesz dla niej nowe zastosowanie? Ten krok wymaga sporej dawki kreatywności!

### Jak stosować zasadę REUSE w praktyce?

- Sprzedaj lub oddaj potrzebującym ubrania, których już nie założysz. Podobnie z meblami, zabawkami naszego rodzeństwa, książkami, czy innym sprzętem. Być może w Twojej okolicy funkcjonują tzw. giveboxy, w których można zostawić określone produkty? Lub miejsca jak poznańska Podzielnia, w której można nie tylko zostawić dane towary, ale i bezpłatnie zabrać rzeczy, które przyniósł ktoś inny. Świetnym pomysłem są również spotkania towarzyskie, na których wymieniamy się ubraniami. Do dzieła!
- Zbieraj nakrętki i dzięki temu zasil ważne cele charytatywne! Nakrętki zbudowane są z tworzywa sztucznego nazywanego czystym polimerem (polietylenem). Właściwości tego surowca sprawiają, że możliwe jest zastosowanie go w przeróżnych przemysłach.
- Zadrukowane jednostronnie kartki wykorzystaj na notatki lub potnij kartki na tzw. fiszki. To doskonałe miejsce na zapisanie ważnej wiadomości.
- A może masz zdolności kreatywne związane z przerabianiem ubrać? Torba nerka ze skrawków starej jeansowej kurtki może stanowić bardzo oryginalny dodatek.



## krok 5 REHOME

### **KROK 5. REHOME, czyli znajdź nowy dom!**

Zasada REHOME jest rozwinięciem zasady Reuse (użyj ponownie). Jej podstawowym założeniem jest danie drugiego życia przedmiotom, których już nie potrzebujemy. Dla kogoś mogą stanowić prawdziwy skarb! Obecnie istnieje sporo portali, na których możemy przekazać swoje rzeczy, np. OLX, czy Uwaga, śmieciarka jedzie. Znajdźmy przedmiotom nowy dom!

## krok 6 REPAIR

### **KROK 6. REPAIR, czyli naprawiaj!**

Zasada REPAIR wskazuje na problem bezrefleksyjnego wyrzucania przedmiotów, czy uszkodzonych sprzętów. Dzięki ich naprawie możemy nie tylko sporo zaoszczędzić, ale przede wszystkim zadbać o ochronę zasobów i nasze środowisko.

Naprawa butów u szewca? Skorzystanie z serwisu napraw RTV, usług zegarmistrza, czy ... punktu naprawy parasoli? To możliwe!

## krok 7 RECYCLE

### **KROK 7. RECYCLE, czyli RECYKLING**

Dzięki możliwościom jakie daje nam RECYKLING jesteśmy w stanie odzyskać cenne materiały z przedmiotów, które mogły by zostać uznane za śmieci. W dużym stopniu zmniejsza to ilość odpadów, które znajdują się na wysypiskach. W Polsce segregacja śmieci jest obowiązkowa. Warto jednak zastanowić się, czy realizujemy to prawidłowo. To niezwykle ważne, bo dzięki recyklingowi możemy przetworzyć i odzyskać cenne surowce.

Choć zasada RECYCLE jest krokiem ważnym to potraktujmy go mimo wszystko jako etap wieńczący poprzednie zasady. Stosujemy RECYKLING tylko w przypadku, gdy nie znajdziemy innego zastosowania dla zużytego przez nas produktu.

### Jak stosować zasadę RECYCLE w praktyce?

- Opakowania wrzucaj do pojemników do tego przeznaczonych.
- W razie potrzeby oddziel poszczególne części danego opakowania, np. zakrętkę od słoika wrzucimy do pojemnika na metal, a już sam słoik do pojemnika na szkło.
- Pamiętaj o dokładnym zgnieceniu pudełka, czy plastikowej butelki przed wyrzuceniem. Być może w Twojej okolicy funkcjonuje tzw. butelkomat? W tego typu urządzeniach można umieścić

wszystkie butelki typu PET i aluminiowe puszki. Co ciekawe, w niektórych butelkomatach można odebrać, np. zniżki na zakupy, czy bilety wstępu, np. na pływalnie, czy do kina.



### Ciekawostka:

18 marca odbywa się Światowy Dzień Recyklingu, którego obchody przypominają nam jak ważną kwestią jest właściwa organizacja obiegu materiałów, które mogą być przetwarzane i wielokrotnie wykorzystywane.

# krok 8 ROT

## **KROK 8. ROT, czyli KOMPOSTUJ**

Odpady BIO są ważne! Zasada 8 - ROT związana jest z kompostowaniem, czyli opiera się na przetwarzaniu w naturalny nawóz tych odpadów, które podlegają naturalnemu procesowi rozkładu.

Segregowanie odpadów zielonych do naszego własnego domowego kompostownika pozwala na pozyskanie, np. ziemi do kwiatów w ogródku. Pozostałości BIO wrzucone do właściwego kosza trafią z kolei do miejskiej kompostowni i z pewnością powrócą do środowiska w przyjaznej dla niego formie.

### **Odpady BIO, czyli jakie?**

Do kompostownika wrzucaj odpady ogrodowe i kuchenne w większości pochodzenia roślinnego, np.:

- resztki warzyw i owoców,
- kwiaty cięte i doniczkowe,
- opadłe owoce, trociny, liście,
- fusy po kawie i herbacie
- skorupki jajek,
- stary chleb.



## A czego nie wyrzucać do kompostownika z kuchennych odpadów?

- Materiałów nieorganicznych, np. plastiku, szkła, metalu, piasku, zadrukowanego papieru, farb i lakierów,
- resztek mięsa, wędlin i kości,
- produktów marynowanych (w occie lub soli),
- lekarstw,
- tkanin,
- chorych roślin (ze szkodnikami).

## A teraz uwaga...



Kroków, które możemy realizować, by stawać się **Less Waste**, czyli generować mniejszą ilość śmieci, jest o wiele, wiele więcej.

I każdy z nas może przyczynić się do tego, żeby zadbać o środowisko w większym lub mniejszym stopniu. **Tylko od nas zależy jak dużą cegiełkę postanowimy dać od siebie.**

## Literatura i linki:

### Literatura:

- Majcher S, Wykorzystuję, nie marnuję. 52 wyzwania Zero Waste.

### Linki:

- <https://www.teraz-srodowisko.pl/aktualnosci/miedzynarodowy-dzien-zero-waste-zmarnowana-zywnosc-13226.html>
- <https://zero-waste.pl/czym-jest-zero-waste/>
- <https://eventomi.pl/najpopularniejsze-rodzaje-eventow/?fbclid=IwAR3weUXWYyWnna4QsMPH61tEKnlYJw6PqV70bdDYWSWBJuEsJnOXyrCYgSY>
- [www.wlaczoszczedzenie.pl](http://www.wlaczoszczedzenie.pl)
- [www.zerowaste.pl](http://www.zerowaste.pl)
- [www.noizz.pl](http://www.noizz.pl)
- <https://kampaniespoleczne.pl/to-ja-zabilam-foke-szara-swoja-slomka/>
- <https://zero-waste.pl/z-wlasnym-kubkiem/>
- <https://www.portalsamorzadowy.pl/ochrona-srodowiska/partyzantka-ekologiczna-czyli-kwietne-bombardowanie-gminy-suchy-las,279272.html>
- <https://fundacjaarka.pl/>
- <https://przemysl.pl/>
- <https://www.earthhour.org/>

Broszura przygotowana w ramach projektu  
„Włączamy ZERO WASTE”



Realizatorzy projektu:



IceLand   
Liechtenstein  
Norway **Active  
citizens fund**

Projekt finansowany przez Islandię,  
Lichtenstein i Norwegię z Funduszy EOG  
i Funduszy Norweskich w ramach Programu  
Aktywni Obywatele – Fundusz Regionalny

[www.konsultacje.metropoliapoznan.pl/eko](http://www.konsultacje.metropoliapoznan.pl/eko)