

Client	WWF	Temat	Ratujmy Bałtyk Godzina dla Bałtyku
Data	Listopad 2020	Projekt	Godzina dla Ziemi WWF

<p>1. O WWF</p>	<p>WWF to międzynarodowa, renomowana organizacja społeczna zajmująca się ochroną przyrody. Od blisko 60 lat chronimy przyrodę na całym świecie. Naszą misją jest powstrzymanie degradacji środowiska naturalnego naszej planety i kształtowanie przyszłości, w której ludzie będą żyli w harmonii z przyrodą.</p> <p>Od 2001 roku WWF chroni przyrodę w Polsce. Prowadzimy działania na rzecz ochrony nie tylko największych polskich drapieżników - wilka, rysia i niedźwiedzia oraz ssaków bałtyckich - foki i morświna, ale też miejsc ich występowania. Poprzez edukację, prowadzenie dialogu z biznesem, decydentami, samorządami i różnymi grupami interesariuszy, promujemy zrównoważone rybołówstwo i rolnictwo oraz działamy na rzecz powstrzymania zmiany klimatu. Walczymy z nielegalnym handlem ginącymi gatunkami roślin i zwierząt. Staramy się o to, aby morza i rzeki były pełne życia.</p> <p>Wszystkie działania WWF, choć pozornie skoncentrowane wyłącznie na świecie roślin i zwierząt, mają na celu zapewnienie przyszłości, w której człowiek żyje w harmonii z przyrodą. Bezpieczeństwo i dobrobyt ludzi na planecie uzależnione są bezpośrednio od kondycji środowiska naturalnego.</p> <p>Więcej informacji na www.wwf.pl.</p>
<p>2. Filozofia i wartości WWF</p>	<p>We are : <i>Knowledgeable, Optimistic, Determined, Engaging</i></p> <p>Nie ocalimy wszystkiego, co byśmy pragnęli. Ale uratujemy o wiele więcej niż mogłoby ocaleć, gdybyśmy w ogóle nie podjęli naszych starań.</p> <p>Sir Peter Scott, jeden z założycieli WWF</p>

<p>3. O akcji Godzina dla Ziemi WWF</p>	<p>Godzina dla Ziemi WWF to największa ekologiczna akcja na świecie, której symbolem jest wspólne gaszenie światła w geście ochrony naszej planety.</p> <p>W 2021 roku będzie to już 14. edycja akcji, która jednoczy miliony ludzi na całym świecie. W zeszłym roku wśród osób zaangażowanych w to niezwykle wydarzenie znaleźli się mieszkańcy ponad 190 państw świata na 7 kontynentach. W przeciągu kilku miesięcy, #earthhour2020 wyświetlił się niemal 5 miliardów razy!</p> <p>Od kilku lat w Polsce, akcja poświęcona jest różnym wymagającym pomocy tematom środowiskowym. W zeszłym roku Polacy wspólnie gasili symbolicznie światło chcąc zaprotestować przeciwko budowie tam na rzekach.</p> <p>W roku 2021 finałowa akcja odbędzie się w dniu 27 marca o godz. 20.30 czasu lokalnego. Działania komunikacyjne i cała kampania będą trwały od dwóch do czterech tygodni w marcu – długość kampanii do rozważenia biorąc pod uwagę sytuację związaną z pandemią.</p>
<p>4. Key message, claim</p>	<p>RATUJMY BAŁTYK:</p> <p>Zdrowy Bałtyk to też zdrowi Polacy. Nasza kondycja zależy od kondycji Morza Bałtyckiego – dlatego tak ważne jest, abyśmy wszyscy wiedzieli jaki mamy wpływ na środowisko Morza Bałtyckiego i co możemy zrobić, aby wspólnie uzdrowić Bałtyk.</p> <p>Ekosystem Morza Bałtyckiego jest nadmiernie eksploatowany - wpływają na to m. in. brak zrównoważonego rybołówstwa, zanieczyszczenie (zarówno plastikiem: sieci widma jak i substancjami odżywczymi: rolnictwo), brak odpowiedniego zarządzania morskimi obszarami chronionymi.</p> <p>Dlaczego? (RTB):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Morze Bałtyckie to źródło pożywienia i utrzymania dla wielu osób (rybołówstwo, turystyka, sport). 2. Wielu z nas nie wyobraża sobie lata i wakacji bez urlopu nad Bałtykiem. Jeśli chcemy mieć taką możliwość w przyszłości – musimy już teraz odpowiedzialnie zacząć korzystać z zasobów Bałtyku. 3. Nasze zdrowie i dobra kondycja zależą od dobrej kondycji Morza Bałtyckiego.

**5. Skąd temat
Godziny dla Ziemi
WWF w 2021 roku?**

**Problem, kontekst,
otoczenie
zewnętrzne**

Morze Bałtyckie to nasz wielki skarb. Dzieli się z nami swoimi bogatymi zasobami, daje nam tlen, którym oddychamy, przyczynia się do regulacji klimatu. Zachód Słońca nad morzem to niewątpliwie jeden z najpiękniejszych widoków w Polsce.

A jak my, ludzie odwdzięczamy się naszemu morzu?

Przez nas Bałtyk choruje. Rewanżujemy się powiększającymi się martwymi strefami całkowicie pozbawionymi tlenu (które tworzą się w efekcie eutrofizacji i spływu substancji odżywczych, pochodzących głównie z rolnictwa), do granic wytrzymałości poławiamy stada bałtyckich ryb i wyrzucamy do morza coraz większe ilości plastiku, jednocześnie opóźniając wprowadzenie rozwiązań mających na celu ochronę najwrażliwszych rejonów Bałtyku.

Największe wyzwania z jakimi mierzy się obecnie nasz Bałtyk i jednocześnie obszary tematyczne, które chcemy poruszyć podczas Godziny dla Ziemi WWF dla Bałtyku to:

Brak zrównoważonego rybołówstwa

Nowoczesna flota rybacka daje nam możliwość poławiania ogromnych ilości ryb, a limity połowowe ustalane są często na zbyt wysokim poziomie, wbrew jasnym rekomendacjom naukowców. Przełowienie zagraża stabilności populacji bałtyckich ryb i może prowadzić do znacznych spadków ich liczebności. Już teraz obserwujemy skutki niedostosowania w poprzednich latach limitów połowowych do wytrzymałości ekosystemów Morza Bałtyckiego - są to m.in. obowiązujący całkowity zakaz kierunkowych połowów na wschodnim stadzie bałtyckiego dorsza, a także stan zagrożonego stada śledzia w Bałtyku Zachodnim. Choć większość bałtyckich limitów połowowych na 2021 r. ustanowionych jest zgodnie z doradztwem naukowym to nadal cel Wspólnej Polityki Rybołówstwa - zakończenie przełowienia wszystkich europejskich stad ryb najpóźniej do 2020 roku nie został osiągnięty.

Sieci widma

Zagubione narzędzia połowowe, tzw. sieci widma, są najbardziej śmiertelnością formą morskich odpadów plastikowych. Jest to problem globalny - występuje wszędzie tam, gdzie jest aktywne rybołówstwo. Szacuje się, że w wyniku sztormów, kolizji, lub zaczepienia się o zalegające pod wodą wraki, bałtyccy rybacy gubią od 5 000 do 10 000 sztuk sieci rocznie. W polskiej części Bałtyku, takich sieci może zalegać nawet kilkaset ton.

Zagubione sieci nadal robią to, do czego zostały zaprojektowane - łowią. Ich zdolność połowowa utrzymuje się na poziomie 20% przez pierwsze trzy miesiące od zagubienia. Zaplątane w sieci widma ryby, ssaki i ptaki morskie często umierają.

Martwe strefy – eutrofizacja

Do Morza Bałtyckiego wpływają ogromne ilości składników odżywczych, zwłaszcza azotu i fosforu. Prowadzi to do eutrofizacji, czyli przeżyźnienia morza. Zbyt duże ilości związków azotu i fosforu w wodzie tworzą idealne warunki do zakwitów glonów i sinic. Obumierające glony opadają na dno zbiornika, gdzie ulegają rozkładowi. Do procesu tego zużywany jest tlen zgromadzony w przydennych warstwach wody. Gdy brakuje tlenu, wzrasta ilość bakterii beztlenowych, które kontynuują rozkład, a jednocześnie produkują szkodliwy dla organizmów morskich, siarkowodór. W ten sposób powstają obszary o obniżonej ilości tlenu lub całkowite pustynie tlenowe (martwe strefy), w których zamiera wszelkie życie. Powierzchnia martwych stref w Bałtyku wzrosła 10-krotnie w ciągu ostatnich 120 lat i zajmuje około 17% powierzchni morza.

Niefunkcjonalne morskie obszary chronione

Większość polskich morskich obszarów chronionych nie ma przyjętych planów zadań ochronnych. Czyli te „obszary chronione” funkcjonują głównie na papierze. Stąd nasz postulat, aby tworzenie planów zadań ochronnych (PZO) było procesem inkluzywnym, włączającym od samego początku lokalną społeczność, której dany obszar ochrony dotyczy. Brak przyjęcia i realizacji PZO na morskich obszarach N2000 skutkuje niewystarczającą ochroną tych obszarów.

Dlatego w 2021 roku Godzina Dla Ziemi WWF poświęcona będzie Morzu Bałtyckiemu.

Naszym celem jest zbudowanie wśród Polaków świadomości o tym, że wszyscy musimy troszczyć się o Bałtyk, chcemy zjednoczyć ludzi w walce o przetrwanie Morza Bałtyckiego.

<p>6. Cele kampanii</p>	<p>Cele główne:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zbudowanie wśród Polaków świadomości o problemach z jakimi mierzy się Bałtyk, o tym, że wspólnie musimy zatroszczyć się o nasze morze, że jesteśmy odpowiedzialni za jego stan. 2. Zebranie maksymalnej liczby (min. 50 tys.) podpisów pod petycją. Przekierowanie odbiorców komunikatów na stronę petycji. Zjednoczenie Polaków w walce o zdrowe Morze Bałtyckie. 3. Wywołanie fali zaangażowania społecznego, które ma wyrzucić presję na politykach i instytucjach odpowiadających za stan Morza Bałtyckiego w Polsce poprzez podpisanie petycji i inne formy zaangażowania ludzi (zaangażowanie w social mediach, a także w inne formy np. na eventach - jeśli oczywiście będzie taka możliwość biorąc pod uwagę pandemię: mogą być to eventy online) 4. Spowodowanie, żeby ludzie poznali problemy Bałtyku: przełowienie, martwe strefy, sieci widma, a także, aby te problemy dotarły do szerokiej grupy odbiorców, były znanymi pojęciami i trafiły do narracji dotyczącej Morza Bałtyckiego w Polsce (także w mediach). 5. Spowodowanie, żeby decydenci pod wpływem presji społecznej, uświadomili sobie, że potrzebne są pilne działania na rzecz ochrony Morza Bałtyckiego – istnieje prawodawstwo, rekomendacje i dobre praktyki, które wystarczy wprowadzić w życie. <p>Cele pośrednie:</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Wywołanie efektu refleksji i zaniepokojenia stanem Morza Bałtyckiego - nieodpowiednim zarządzaniem Bałtyku, ale też nieodpowiednim korzystaniem z jego zasobów. Jednoznaczne zademonstrowanie zaangażowania WWF Polska w działania mające na celu ochronę Morza Bałtyckiego – pokazanie działań jakie od lat WWF Polska prowadzi na rzecz ochrony Bałtyku. 7. Umocnienie pozycji WWF Polska jako organizacji zajmującej się ochroną Morza Bałtyckiego.
<p>7. Czas trwania kampanii</p>	<p>Kampania trwa miesiąc. Rozpoczyna się 1 marca, a kończy 27 marca 2021, kiedy to o godz. 20.30 gasną światła w całej Polsce w geście solidarności z ideą ochrony naszej planety.</p> <p>WYZWANIE KAMPANII W ROKU 2021 – biorąc pod uwagę pandemię i szybkie zmiany tematów w mediach do rozważenia skrócenie kampanii do dwóch tygodni (prośba o rekomendację agencji).</p>

<p>8. Grupa docelowa</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bardzo szeroka opinia publiczna, ze szczególnym uwzględnieniem ludzi z dużych i średnich miast w wieku 20-40 lat. 2. Media 3. Decydenci – twórcy prawa, liderzy opinii, politycy (także samorządy lokalne) 4. Świat biznesu 5. Grupy, od których możemy otrzymać wsparcie np. sportowcy, żeglarze, podróżnicy
<p>9. Ton kampanii</p>	<p>Angażujący, emocjonalny, jednoczący we wspólnym działaniu, wyrazisty, wiarygodny. Patriotyczny.</p> <p>Poparty konkretnymi danymi.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Emocjonalny i angażujący, silnie przebijający się przez inne komunikaty. 2. Zachęcający do podzielenia się treścią z inną osobą, do dialogu na temat konieczności dbania o Morze Bałtyckie. 3. Łączący naszych odbiorców emocjonalnie z problemem, poprzez zbudowanie świadomości, że Morze Bałtyckie to nasz ‘skarab’ i nasze wspólne dobro narodowe. Wszyscy powinniśmy troszczyć się o Bałtyk i reagować, gdy jest zagrożony. 4. Wzbudzający zaniepokojenie, działaniami szkodzącymi przyrodzie. 5. Przekaz musi być wiarygodny i klarowny, aby trafił zarówno do osób, które spotkały się z naszymi poprzednimi kampaniami, jak i do zupełnie nowych odbiorców.

<p>10. Zadania dla agencji</p>	<p>Zaproponowanie strategii działania, narzędzi komunikacyjnych oraz docelowo realizacja działań zmierzających do spełnienia wszystkich celów akcji w jednej spójnej kampanii:</p> <p>Opcja podstawowa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - strategia kampanii - idea kreatywna - KV - claim kampanii <p>W ramach dostępnego budżetu do zrealizowania również wybrane z poniższych działań (prośba o poszczególne wyceny poniższych zadań):</p> <ul style="list-style-type: none"> - scenariusz spotu TV -30 sek oraz jego realizacja - stworzenie landing page akcji łączy wszystkie jej cele i narzędzia, a także uwzględnienia możliwości zawarcia na stronie petycji - pomysł na działania w internecie - stworzenie materiałów graficznych i video do działań offline i online - inne formy bezpośredniego edukowania i zaangażowania Polaków w akcję - działania media relations - propozycja eventów terenowych lub online (zależnie od ograniczeń związanych z pandemią) - współpraca ze znanymi osobami i/lub influencerami <p>Istnieje możliwość podziału zadań, między agencją, a fundacją, tam, gdzie z uwagi na zasoby (wiedza, kontakty, podwykonawcy) będzie to bardziej optymalne kosztowo lub czasowo. Do części działań może być zaangażowany oddzielny podwykonawca.</p>
<p>11. Wyzwanie</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. „Przebicie się” z komunikatem, że Morze Bałtyckie jest zagrożone i walczy z wieloma chorobami, których my jesteśmy powodem. 2. Zaangażowanie społeczeństwa do wsparcia działań Fundacji WWF Polska na rzecz ochrony Morza Bałtyckiego, ale też do zmiany własnych działań, które mogą być dla Bałtyku szkodliwe. 3. Komunikacja w czasach pandemii – wycucie równowagi: bezpośrednie zagrożenie życia vs. zagrożenia związane z degradacją środowiska. <p>Dniem kulminacyjnym kampanii jest 27 marca i powinien być on szczególnie zaakcentowany.</p>

12. Harmonogram /ostateczne terminy	Start kampanii: 1 marca 2021 Kampania trwać będzie przez cały marzec z kulminacją w dniu Godziny dla Ziemi WWF (27 marca 2021 o godz. 20.30) – możliwe jest skrócenie kampanii do dwóch tygodni zależnie od sytuacji związanej z pandemią.
13. Koszty/limity budżetowe	Budżet: 50 tysięcy brutto (poprosimy o kosztorys uwzględniający ceny brutto). Do ustalenia: zakres działań jaki jest w tym budżecie i w tym harmonogramie możliwy.