

**KAMPAANIA
EDUKACYJNA**



**DOBRE
CELE**



DOBRE
CELE

CO TO ZNACZY ZNAĆ CELE?





KAMPANIA 17 CELÓW
2021: AMBITNE DZIAŁANIA



BNP PARIBAS



Znajomość Celów Zrównoważonego Rozwoju przez polskich konsumentów WYNIKI BADANIA

[LINK](#)

Inicjator



Patron Honorowy



Ministerstwo
Rozwoju

Partnerzy



WUOL
We create chemistry



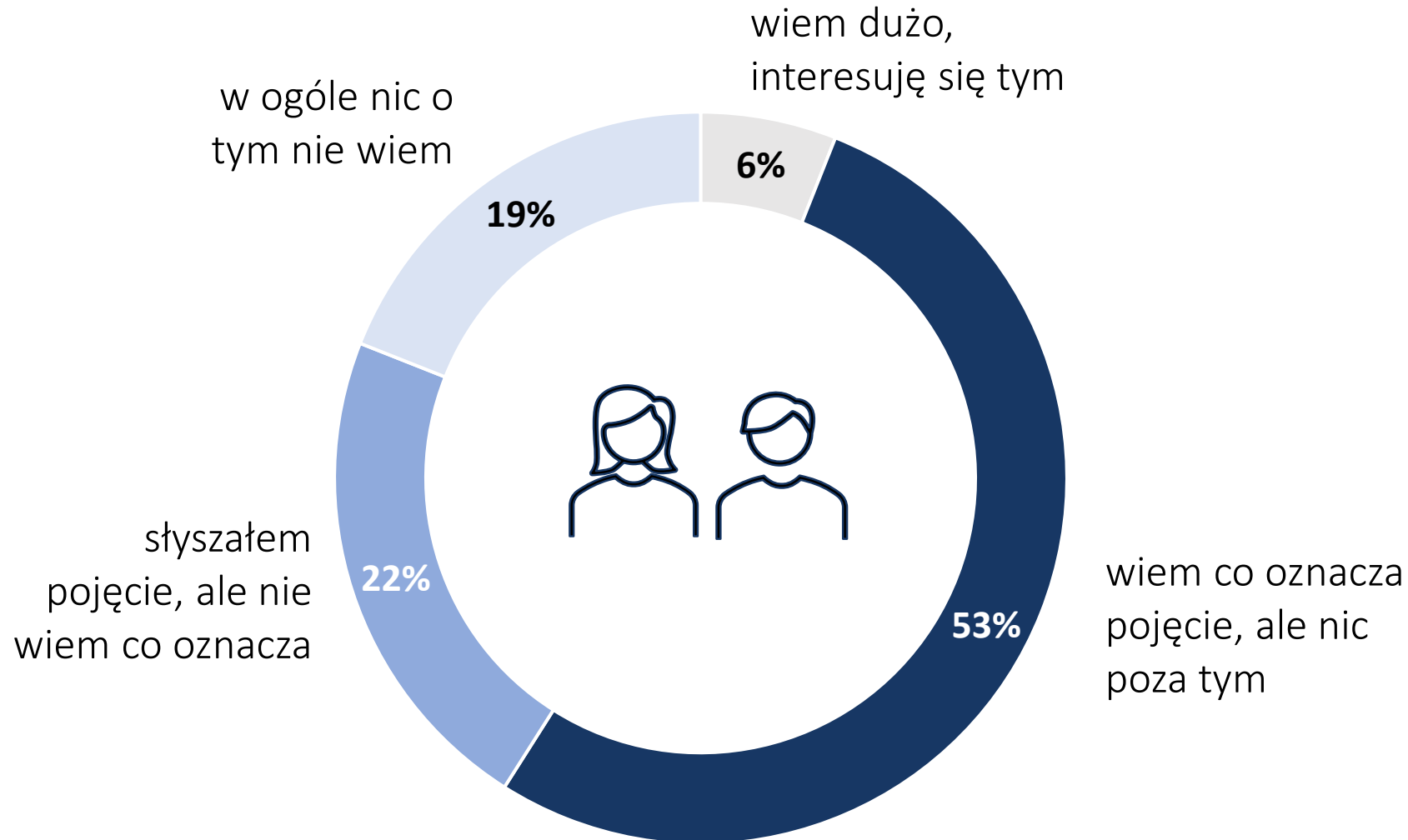
BNP PARIBAS



Partnerzy Merytoryczni



CZY POLACY ZNAJĄ CELE?



CO ZACHĘCA POLAKÓW DO DZIAŁANIA?

Konkretna WIEDZA jakie działania mogę podjąć

36%

Dodatkowe ZACHĘTY FINANSOWE
(np. refundacje instalacji paneli słonecznych)

28%

Działania, przykład innych

16%

Dostępność informacji ze strony firm
(np. na opakowaniach produktów, w reklamach)

10%

Inne

1%

Nic by mnie nie zachęciło

9%



Pomóż zwalczyć
ubóstwo



Jedź lepiej



Dbaj o zdrowie



Ucz siebie i innych



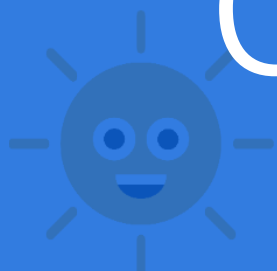
Dąż do
równouprawnienia



Oszczędzaj wodę

Celuj w jutro. Już dziś!

www.dobrecele.pl



Korzystaj z energii
odnawialnej



Wspieraj godną pracę



Stawiaj na innowacje



Traktuj wszystkich
sprawiedliwie



Dbaj o swoje otoczenie



Kupuj z głową



Działaj na rzecz klimatu



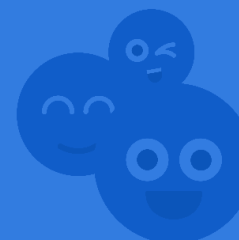
Dbaj o rzeki i Bałtyk



Kochaj naturę



Przestrzegaj prawa



Działaj z innymi



12. KUPUJ Z GŁOWĄ

DLACZEGO TO JEST WAŻNE?

Konsumpcja jest głównym filarem wzrostu gospodarczego w Polsce. Jednocześnie produkcja każdej rzeczy wiąże się z uszczuplaniem zasobów naturalnych naszej planety, zużyciem wody i energii, emisją gazów cieplarnianych (nie tylko w trakcie transportu) oraz zanieczyszczeniem odpadami, które powstają w tym procesie. W rezultacie nadmierna konsumpcja powoduje degradację środowiska i zagraża zarówno nam, jak i przyszłym pokoleniom.



CZAS NA
TWÓJ RUCH!

CO MUSI SIĘ ZMIENIĆ?

Aby zmienić model gospodarki (w którym nabywanie dóbr napędza dynamikę produkcji i sprzedaży) i zatrzymać nadmierną eksploatację środowiska, oprócz zaangażowania rządów i firm, potrzebujemy konsumentów – a więc nas wszystkich. Dokonując codziennych wyborów, np. w czasie zakupów, podejmijmy świadomą decyzję o ograniczeniu konsumpcji i zapobieganiu marnotrawstwu. W miarę możliwości kupujemy rzeczy używane i dawamy drugie życie tym, z których już nie korzystamy, np. dzięki sklepom charytatywnym. Tylko zmiana naszego zachowania może spowodować przejście na bardziej zrównoważone i społecznie odpowiedzialne sposoby produkcji i dostarczania usług.

Sprawdź się!

TAK NIE

- Czy przed pójściem do sklepu sprawdzasz zawartość lodówki i sporządzasz listę zakupów, aby ograniczyć zakup niepotrzebnych rzeczy?
- Czy znasz różnicę pomiędzy określeniem „najlepiej spożyć przed” a „najlepiej spożyć do”?
- Czy dzielił się nadmiarem jedzenia albo odpowiednio je przechowujesz, aby ograniczyć marnotrawstwo?
- Czy kupujesz produkty na wagę do własnych pudełek/woreczków, aby ograniczyć nadmiar opakowań?
- Czy przed zakupem produktów lub usług zastanawiasz się, czy są niezbędne oraz jak często i jak długo będziesz z nich korzystać?

TAK NIE

- Czy przed zakupem nowej rzeczy sprawdzasz możliwość jej wypożyczenia (od firmy lub znajomych) lub zakupu używanej?
- Czy kupujesz lokalne produkty, co zmniejsza emisję zanieczyszczeń związanych z transportem?
- Czy dbasz o swoje rzeczy, aby służyły Ci jak najdłużej?
- Czy naprawiasz popsute rzeczy i/lub wymieniasz nie działające elementy zamiast kupować nowy produkt?
- Czy dajesz drugie życie rzeczom, z których nie chcesz już korzystać, np. poprzez sprzedaż lub przekazanie osobom potrzebującym?

WSPÓŁODPOWIEDZIALNOŚĆ

Dziękuję za uwagę!

Małgorzata Żochowska

Koordynatorka kampanii edukacyjnej *Dobre Cele*

 +48 518 999 089

 malgorzata.zochowska@csr-consulting.pl