

# "GO GREEN" НАЦІОНАЛЬНА КАМПАНІЯ

## КОНЦЕПЦІЯ

Важливість заходів для протидії проблемам екології набирає все більшого визнання у світі, а Україна не є винятком для цієї тенденції. Особливо взявши до уваги той факт, що Україна є найменш енергетично ефективною країною у світі, займає 6-те місце серед країн з величезними викидами CO<sub>2</sub> на душу населення, а також системою опалення, яка має 25-40 % втрат в процесі передачі тепла.

Зміна клімату має як соціальні, так і економічні прояви та має вплив на кожного члена суспільства. Таким чином, існує важлива потреба розуміння проблем та відповідальності, а також дій для вирішення цих проблем. Універсальна проблема для суспільства потребує лідерства, прийняття обов'язку та добровільних дій.

### Опис:

"Go Green" є національною кампанією, ініційованою Представництвом ООН в Україні в рамках Глобального Договору. Ця волонтерська ініціатива має на меті кращий рівень захисту навколишнього середовища в контексті економічного та соціального розвитку держави. Кампанія ставить за мету заохотити зміни у поведінці суспільства у екологічних аспектах. Буде застосовано двосторонній підхід:

**А. Інформаційна кампанія ті підвищення обізнаності:** Проведення серії публічних заходів, які зосередять увагу на головних проблемах навколишнього середовища та просуватимуть шляхи для їх подолання. Буде також презентовано практичний посібник для компаній, організацій та приватних осіб.

**Б. Національний Політичний діалог:** Проведення досліджень, організація конференції для багатосторонньої дискусії з еко-політики та запровадження найкращої практики, що зміцнить національний діалог та сприятиме спільним діям зацікавлених сторін.

### Учасники:

Національна кампанія "Go Green" та заходи в її рамках, включаючи уряд, бізнес, громадський та академічний сектори та медіа, які мають бажання виявити лідерство та зробити внесок у захист навколишнього середовища. Бізнес та лідери громадськості матимуть важливу роль, будучи на чолі ініціативи, демонструючи прагматичний підхід та динаміку у вирішенні проблем навколишнього середовища, таким чином запроваджуючи позитивні зміни у поведінці суспільства загалом.

### Компоненти кампанії:

Кампанія матиме національне покриття та включатиме такі компоненти в 2008:

#### А. Інформаційна кампанія та підвищення обізнаності:

1. Національний фотоконкурс "Зміна клімату. Потурбуйся про свою Планету": Фотографи-аматори матимуть можливість виявити свою активну позицію у подоланні проблеми зміни клімату через участь у конкурсі. (5 червня 2008)
2. Укенди-Суботники:
  - Святкування Дня Дніпра (6-го липня 2008)
  - Корпоративне прибирання території, місце буде визначено пізніше, 21-е вересня 2008. Працівники компаній-волонтери будуть спільно проводити прибирання рекреаційних зон міста.
3. Відкритий для громадськості захід – презентація Національної "Go Green" Декларації та презентація ініціативи Глобального Договору "З турботою про клімат": Бізнес- та лідери громадськості публічно оголосять про своє зобов'язання у сфері захисту навколишнього середовища, затвердивши Декларацію (3 липня 2008).
4. Соціальна рекламна кампанія з основних проблем навколишнього середовища: 5 слоганів з енергоефективності, збереження водних ресурсів, чистоти повітря, вторинної переробки, зменшення викиду діоксидів, що будуть презентовані для громадськості на зовнішніх носіях реклами та друкованих ЗМІ (серпень-вересень 2008).

#### В. Аналітичне дослідження та розвиток законодавчої бази:

5. Національне дослідження з питань зміни клімату Дослідження представить результати опитування бізнесу та громадськості загалом відносно зміни клімату та її впливу на соціально-економічний розвиток країни. (липень-жовтень 2008)
6. Міжнародна Конференція зі Зміну Клімату, її фокусом будуть найбільш нагальні проблеми навколишнього середовища у світі на даний момент та обговорення бізнес-ініційованих шляхів подолання наслідків та адаптації до зміни клімату (листопад 2008)
7. Зустрічі обміну досвідом та знаннями: Робоча Група Глобального Договору з Навколишнього Середовища буде проводити фокус-зустрічі для компаній та неурядових організацій, які затвердили Декларацію для аналізу прогресу кожних 2 роки (січень 2009)

### РЕЗУЛЬТАТИ КАМПАНІЇ:

- Підвищення обізнаності у сфері захисту навколишнього середовища та підвищено рівень відповідальності
- Учасники кампанії отримують практичні інструменти для підвищення екологічної відповідальності
- Внутрішня політика та відношення учасників змінені на користь захисту навколишнього середовища
- Кампанія є багатосторонньою платформою для екологічного адвокування