



Szanuj przyrodę

Celem działań parku było zwrócenie uwagi na prawidłowe zachowania w kontaktach z dzikimi zwierzętami. Nieodpowiednie postępowanie, takie jak dokarmianie lub płoszenie, może prowadzić do tego, że za kilka lat zamiast prawdziwych zwierząt będziemy mogli spotkać tylko ich sztuczne odpowiedniki. Ta kampania była również odpowiedzią na zabicie niedźwiadka przez turystów w TPN we wrześniu 2007 r. Problem, z którym chcieliśmy się zmierzyć, to niski poziom wiedzy dotyczący zachowań na obszarach chronionych, zwłaszcza w kontakcie z dzikim zwierzęciem, oraz utrwalone stereotypy zachowań szkodliwych, mogące prowadzić do tragedii.

W ramach przedsięwzięcia opracowano [insert](#) opisujący najpopularniejsze fakty i mity związane z obszarami Natura 2000. Insert ukazał się 18 grudnia 2008 r. w „Gazecie Wyborczej” w nakładzie 364 508 egzemplarzy. Bez dodatkowych opłat został on także zamieszczony w styczniowym numerze czasopisma „Biznes i Ekologia” oraz w kwartalniku „Polska Wita” wydawanym przez Reader’s Digest.

Kolejnym działaniem w ramach projektu było wynajęcie powierzchni reklamowej. Łącznie wyklejono 548 billboardów. Warto dodać, że projekt plakatu z sową znalazł się - jako przykład reklamy społecznej - w podręczniku do zajęć plastycznych wydany przez PWN.

Podczas kampani wyprodukowano tysiąc koszulek z wizerunkami sowy i kozicy. 7 stycznia w Polskim Radiu Kraków przeprowadzono audycję, podczas której omawiano problemy związane z funkcjonowaniem sieci Natura 2000. Koszulki rozlosowano wśród uczestników konkursu, w którym należało wymienić pięć gatunków priorytetowych z listy Natura 2000 żyjących na terenie TPN.

Ogłoszono również konkurs na stronie internetowej kampanii. Uczestnicy przesyłali odpowiedź na pytanie o dwie podstawowe zasady zachowania się w przypadku spotkania z dzikim zwierzęciem w parku narodowym. Prawidłowe odpowiedzi nadesłało 96 osób, do których również rozesłano koszulki.

Uruchomiono stronę internetową działającą pod domeną www.szanujprzyrode.pl. Banery propagujące ochronę przyrody pojawiły się także w portalach Onet.pl oraz Gazeta.pl.

Kampania "Szanuj przyrodę", przygotowana przez Grupę Eskadra, została wyróżniona w kategorii non profit w prestiżowym konkursie Golden Arrow 2009. Celem konkursu Golden Arrow jest uhonorowanie najlepszych polskich projektów i przedsięwzięć marketingowych.