

Alternativní zdroje energie a jejich propagace v ČR

Sylva Štalmachová

Bakalářská práce
2007



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav marketingových komunikací
akademický rok: 2006/2007

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Sylva ŠTALMACHOVÁ**
Studijní program: **B 7202 Mediální a komunikační studia**
Studijní obor: **Marketingové komunikace**

Téma práce: **Alternativní zdroje energie a jejich propagace v ČR**

Zásady pro vypracování:

1. Zpracujte literární prameny v oblasti alternativních zdrojů energie. Zpracujte dostupnou literaturu a materiály směřující k danému tématu. Objasněte jaké jsou alternativní zdroje energie a jejich možnosti využití.
2. Formulujte teoretická východiska pro analýzu současného povědomí občanů města Zlína týkající se projektu Energy in Minds!
3. Stanovte pracovní hypotézy a analyzujte současnou situaci v oblasti alternativních zdrojů energie, proveďte dotazníkové šetření u občanů města Zlína.
4. Zhodnoťte výsledky analýzy, ověřte platnost pracovních hypotéz a vyvodte závěry.

Rozsah práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

BROŽ Karel a ŠOUREK Bořivoj, Alternativní zdroje energie, Vydavatelství ČVUT, 2003

KOLEKTIV AUTORŮ, Malý průvodce energetickými úsporami a alternativními zdroji, Valašské Meziříčí: ALDEBARAN, 2003

Sborník odborných příspěvků z celostátního semináře, Biomasa současná a budoucí energetická základna, Brno: Mendelejova zemědělská a lesnická univerzita, 2. listopadu 2006

www.chytraenergie.cz

www.alternativni-zdroje.cz

www.biom.cz

www.alen.cz

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Radim Bačuvčík

Ústav marketingových komunikací

Datum zadání bakalářské práce:

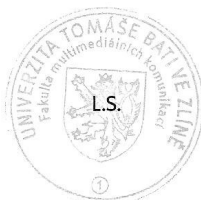
15. ledna 2007

Termín odevzdání bakalářské práce:

11. května 2007

Ve Zlíně dne 15. ledna 2007


doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.
děkan




PhDr. Magda Gregarová
ředitel ústavu

ABSTRAKT

Hlavním úkolem mé bakalářské práce bylo zjistit, jaké je povědomí obyvatel města Zlína a jeho okolí o projektu Energy in Minds!, který se realizuje na jeho území. V úvodu své práce jsem zpracovala literární prameny týkající se jak problematiky obnovitelných zdrojů energie, tak i sociálního marketingu, pod niž kampaně a projekty zaměřené na obnovitelné zdroje spadají. Dále jsem se zabývala materiály vztahujícími se k problematice kampaní, které se zabývají tematikou osvěty životního prostředí. Stanovila jsem si pracovní hypotézy a provedla analýzu povědomí obyvatel města Zlína o projektu Energy in Minds! formou dotazníkového šetření. Vyhodnotila jsem výsledky analýzy a na jejich základě jsem došla k závěrům, jaké je povědomí zlínské veřejnosti o realizovaném projektu.

Klíčová slova:

Obnovitelné zdroje energie, sociální marketing, životní prostředí, dotazníkové šetření, vyhodnocení analýzy, kampaň

ABSTRACT

The aim of my thesis was to find out how the consciousness of inhabitants of town Zlin and its surroundings looks like of a project called Energy in Minds which is being realized on its area. At the beginning of my work I worked out literary sources connected to the problems of renewable resources of energy, as well as social marketing into which campaigns focused on renewable resources fall. Later I was dealing with materials connected to the problems of the campaigns which are focused on an enlightenment of environment. I set working hypotheses and I made analysis of the consciousness of the inhabitants of Zlin of project Energy in Mind using a method of questionnaire. After evaluating the analysis I came to conclusion how the consciousness of the project looks like.

Key words:

Renewable resources of energy, social marketing, environment, method of questionnaires, evaluating of the analysis, campaign

„V návratu k přírodě je naše spása.“

Jean Jacques Rousseau

Poděkování

Chtěla bych poděkovat ing. Radimu Bačuvčíkovi za odborné vedení, cenné rady a konzultace při zpracování bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat panu Ing. Zdeňkovi Urbanovskému z odboru strategického rozvoje Magistrátu města Zlína za poskytnuté informace, ochotu ke spolupráci a ocenit jeho profesionální přístup.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a použitou literaturu jsem citovala.

Ve Vizovicích dne

jméno

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 ALTERNATIVNÍ ZDROJE ENERGIE – OBNOVITELNÉ ZDROJE ENERGIE	11
MEZI ALTERNATIVNÍ ZDROJE ENERGIE PATŘÍ.....	11
VYUŽÍVÁNÍ ALTERNATIVNÍCH ZDROJŮ V ZEMÍCH EVROPSKÉ UNIE.....	11
VYUŽÍVÁNÍ ALTERNATIVNÍCH ZDROJŮ V ČR.....	11
1.1 VODNÍ ELEKTRÁRNY.....	12
1.1.1 Podíl výroby ve vodních elektrárnách v ČR je poměrně nízký.....	12
1.1.2 Přednosti vodních elektráren.....	12
1.2 GEOTERMÁLNÍ ENERGIE.....	12
1.3 BIOMASA.....	13
1.3.1 Spalování a zplyňování biomasy.....	13
1.3.2 Výhřevnost biomasy	14
1.4 ENERGIE VĚTRU.....	14
1.4.1 Perspektivy větrných elektráren v ČR	14
1.5 ENERGIE SLUNEČNÍHO ZÁŘENÍ	15
1.5.1 Sluneční elektrárny v ČR.....	15
1.5.2 Sluneční elektrárny a budoucnost.....	16
1.6 VYUŽITÍ TEPELNÝCH ČERPADEL	16
1.6.1 Typy tepelných čerpadel	16
1.7 ENERGIE PŘÍBOJE A PŘÍLIVU OCEÁNŮ	17
1.7.1 Elektrárny pro využití mořského příboje	17
2 MARKETING VIDĚNÝ Z RŮZNÝCH ÚHLŮ POHLEDU	18
2.1 SOCIÁLNÍ MARKETING.....	18
2.2 DEFINICE SOCIÁLNÍHO MARKETINGU	19
2.2.1 Cíle sociálního marketingu.....	19
2.2.2 Oblasti realizace sociálních marketingových kampaní.....	20
2.2.3 Rysy sociálních marketingových kampaní.....	20
2.2.4 Komunikace v oblasti životního prostředí	21
2.2.5 Public Relations v oblasti životního prostředí.....	21
3 KAMPANĚ V OBLASTI ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ	24
3.1 REALIZACE KAMPANÍ.....	24
3.1.1 Vyhodnocení kampaní	24
4 KAMPANĚ ZAMĚŘENÉ NA OSVĚTU POUŽÍVÁNÍ OBNOVITELNÝCH ZDROJŮ ENERGIE A JEJICH VYUŽÍVÁNÍ PROPAGAČNÍCH PROTŘEDKŮ	25

4.1	KAMPAŇ „PŘEVEZMĚTE ODPOVĚDNOST“	25
4.2	KAMPAŇ NA PODPORU VYUŽÍVÁNÍ BIOMASY V ČESKÉ A SLOVENSKÉ REPUBLICCE.....	26
4.3	KAMPAŇ UDRŽITELNÁ ENERGIE EVROPA 2005-2008	29
II	PRAKTICKÁ ČÁST	31
5	PROJEKT ENERGY IN MINDS! - MYSLEME NA ENERGII!.....	32
5.1	PROJEKTY VYBRANÉ K PODPOŘE V RÁMCI PROGRAMU CONCERTO	33
5.2	HLAVNÍ ÚČASTNÍCI.....	34
5.3	MÍSTNÍ ÚČASTNÍCI PROJEKTU – OBČANÉ A PRÁVNICKÉ OSOBY JAKO PŘÍJEMCI DOTACÍ	35
5.4	PŘÍMÍ ÚČASTNÍCI PROJEKTU	35
5.5	DEMONSTRAČNÍ OBLAST PROJEKTU	36
5.6	MAPA DEMONSTRAČNÍ OBLASTI	37
5.7	AKTIVITY NEJEN PRO ÚČASTNÍKY PROJEKTU	38
6	ENERGETICKY CHYTRÝ ZLÍN	39
6.1	AKTIVITY PLÁNOVANÉ V DEMONSTRAČNÍ OBLASTI	39
6.2	AKTIVITY PRO VŠECHNY	39
7	KOMUNIKAČNÍ SPECIFIKA VYBRANÝCH CÍLOVÝCH SKUPIN.....	40
8	ANALÝZA PROPAGAČNÍCH PROSTŘEDKŮ.....	42
8.1	TIŠTĚNÉ PROSTŘEDKY	42
8.1.1	Brožury	42
8.1.2	Plakáty	44
8.2	HROMADNÉ SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY A PROJEKT ENERGY IN MINDS!	46
8.2.1	Články v novinách	46
8.2.2	Televizní rozhovory a reportáže.....	49
8.2.3	Webové stránky.....	50
8.3	AKCE JAKO NÁSTROJ PRÁCE S VEŘEJNOSTÍ	51
8.3.1	Semináře	51
8.3.2	Veletrhy	53
8.4	DALŠÍ PROPAGAČNÍ AKTIVITY PROJEKTU ENERGY IN MINDS! PLÁNOVANÉ DO BUDOUCNA.....	54
9	HYPOTÉZY A CÍLE.....	55
9.1	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	56
9.1.1	Analýza dotazníku	56
9.2	VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU	57
9.2.1	Vyhodnocení výzkumné sondy.....	63
	ZÁVĚR.....	64
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	65

SEZNAM OBRÁZKŮ	68
SEZNAM PŘÍLOH.....	69
PŘÍLOHA Č.1 : ŽIVÉ SOCHY	70
PŘÍLOHA Č.2 : I TY OVLÁDÁŠ ZMĚNU KLIMATU.....	71
PŘÍLOHA Č. 3 : BROŽURA JAK VYUŽÍT PROGRAMU CONCERTO?	72
PŘÍLOHA Č. 4 : LOGO CONCERTO A LOGO ENERGY IN MINDS!.....	73

ÚVOD

Jako téma mé bakalářské práce jsem si zvolila problematiku alternativních zdrojů energie a jejich propagace v České republice. Z řady projektů, které se touto problematikou zabývají, jsem si zvolila projekt Energy in Minds!, který se realizuje na území města Zlína. Tento projekt vzniká v rámci projektu CONCERTO, který zaštituje Evropská unie.

Prioritou Evropské unie je energetika. A to jak z hledisek strategických, tak i politických. Evropská unie si velmi dobře uvědomuje, jaký je dopad na životní prostředí díky používání nešetrných zdrojů energie. Proto se snaží všemi dostupnými prostředky zabránit tomu, aby docházelo k zhoršování tohoto stavu. Jedním z nejdůležitějších protokolů, který byl kdy uzavřen v rámci Evropské unie je Kjótský protokol, který se zabývá snižováním emisí skleníkových plynů. Díky tomuto kroku se tak Evropská unie stává světovým garantem ve snižování spotřeby energií z fosilních paliv. Fosilní paliva představují z hlediska globálního klimatu v dnešní době jednu z největších hrozeb Země.

Měli bych si uvědomit, jak strašné mohou být následky globálního oteplování v dalších desítkách let. Studie, které se v současné době tímto závažným tématem zabývají, jednoznačně ukazují na to, že pokud lidstvo radikálně nezmění svůj postoj k životnímu prostředí, bude to mít katastrofální dopad na celou planetu. Vize fantasy filmů, o kterých jsme si mysleli, že jsou naprosto přemrštěné se v dnešní době jeví bohužel jako stále více reálné.

Z důvodu péče o životní prostředí vyhlásila Evropská unie v roce 2003 program CONCERTO, který by měl dokázat, že snaha o snížení spotřeby energií z fosilních zdrojů paliv, by neměla nijak vážně omezit životní úroveň obyvatelstva .

Město Zlín se jako jediné město z celé České republiky do tohoto programu zapojilo a to, se svým projektem Energy in Minds!

Ve své bakalářské práci se právě tomuto projektu věnuji. Provedla jsem dotazníkové šetření na území města Zlína a zjišťovala jsem, jaké je, či není, povědomí obyvatel Zlína a okolí o tomto výjimečném projektu.

Díky projektu Energy in Minds! jsem se i já začala o problematiku alternativních zdrojů energie více zajímat. Přála bych si, aby se každý z nás alespoň malou mírou podílel na zlepšování životního prostředí. Ne pro sebe, ale pro další generace, které přijdou po nás.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ALTERNATIVNÍ ZDROJE ENERGIE – OBNOVITELNÉ ZDROJE ENERGIE

Obnovitelnými zdroji energie obvykle nazýváme technologie využívající k produkci tepla nebo elektřiny, energii Slunce, vody, větru, biomasy, geotermální energii a energii tepla okolního prostředí.[1]

Mezi alternativní zdroje energie patří

- Energie vody
- Geotermální energie
- Spalování biomasy
- Energie větru
- Energie slunečního záření
- Využití tepelných čerpadel
- Energie příboje a přílivu oceánů

Využívání alternativních zdrojů v zemích Evropské unie

Požadavek na maximální využívání alternativních zdrojů je i jedním z klíčových bodů energetické politiky Evropské unie. Podle výsledků průzkumu provedeného statistickým úřadem Evropské unie, Eurostat považuje zvyšování podílu alternativních zdrojů energie na bilanci spotřeby energie za jeden z prioritních úkolů svých vlád 90% občanů členských zemí.

Využívání alternativních zdrojů v ČR

V přístupové dohodě z Atén z března 2003 se Česká republika zavázala, že podíl výroby elektrické energie z alternativních zdrojů bude v roce 2010 činit 8 % celkové výroby. Podíl alternativních zdrojů na spotřebě primárních zdrojů se pak k roku 2010 předpokládá 6 %. Otázkou dosud zůstává, jaké ekonomické podmínky bude třeba splnit, aby se tohoto podílu dosáhlo. Největší producent elektrické energie v České republice, ČEZ, a.s., zvýšil v roce 2004 meziročně výrobu v alternativních zdrojích (vodní elektrárny bez přečerpávání, biomasa, větrná a solární elektrárna) o 97%. [2]

1.1 Vodní elektrárny

Energie vodních toků patří v dějinách lidstva k nejdéle využívaným formám energie nacházející se v přírodě, která nemalou mírou přispěla k vývoji civilizace. Vodu lze považovat za obnovitelný zdroj energie. Voda je za normálních podmínek zdrojem energie relativně dostupným a čistým. Voda v přírodě je nositelem energie chemické, tepelné a mechanické.[3]

1.1.1 Podíl výroby ve vodních elektrárnách v ČR je poměrně nízký

Zatímco energie vodního kola byla využívána pro velmi pestrou paletu lidských činností, moderní vodní turbíny nacházejí své uplatnění takřka výhradně při výrobě elektřiny. Hydroenergetika je perspektivní především v oblastech prudkých toků s velkými spády. V České republice nejsou přírodní poměry pro budování vodních energetických děl ideální. Naše toky nemají potřebný spád, ani dostatečné množství vody. Proto je podíl výroby elektrické energie ve vodních elektrárnách na celkové výrobě v České republice poměrně nízký. V posledních letech k jeho dalšímu snížení přispělo i poškození vodních elektráren Vltavské kaskády povodněmi v roce 2002.

Významným posláním vodních elektráren v České republice je pracovat jako doplňkové zdroje primárních zdrojů (klasické elektrárny, jaderné elektrárny Temelín, jaderné elektrárny Dukovany).

1.1.2 Přednosti vodních elektráren

Vodní elektrárny neznečišťují ovzduší, nedevastují krajinu ani povrchové či podzemní vody těžbou a dopravou paliv a surovin. Jsou bezodpadové, nezávislé na dovozu surovin a vysoce bezpečné pružným pokrýváním spotřeby a schopností akumulace energie zvyšují efektivnost elektrizační soustavy. Vysokým stupněm automatizace přispívají k vyrovnávání změn na tocích a vytvářejí nové možnosti pro revitalizaci prostředí (prokysličování vodního toku).[4]

1.2 Geotermální energie

Geotermální elektrárny využívají k výrobě elektřiny tepelnou energii z nitra Země. Geotermální elektrárny se staví zejména ve vulkanicky aktivních oblastech, kde využívají

k pohonu turbín horkou páru stoupající pod tlakem z gejzírů a horkých pramenů, nebo teplonosné médium, které se vtlačuje do vrtů, v hloubi země se ohřívá a ohřáté vyvádí na povrch.

Obecně lze ze zemských vrtů využívat nízkopotenciální i vysokopotenciální teplou vodu. Na rozdíl od většiny jiných typů elektráren, jako je jaderná elektrárna nebo elektrárna spalující fosilní paliva, nepotřebují geotermální elektrárny žádné palivo. Jejich nevýhodou je, že jsou dostupné pouze na některých místech zemského povrchu. Výstavba geotermální elektrárny je zhruba pětkrát dražší, než stavba jaderné elektrárny.

Podíl těchto elektráren v rámci celé Evropy je minimální, v některých lokalitách je ale jeho význam značný. Mezi takové oblasti patří Island, kde z geotermálních zdrojů pochází většina elektrické energie a kde jsou tyto zdroje využívány i k vytápění domů, ohřevu vody atd. Dále je tento zdroj významně využíván v Itálii v oblastech s aktivní sopečnou činností (Vesuv, Liparské ostrovy, Sicílie). Geotermální energie je využívána i ve Francii, na Novém Zélandu, v Kalifornii, Japonsku, Mexiku a na Filipínách, avšak v mnohem menší míře.[5]

1.3 Biomasa

Biomasa je definována jako hmota organického původu. V souvislosti s energetikou jde nejčastěji o dřevo a dřevní odpad, slámu a jiné zemědělské zbytky, včetně exkrementů užitkových zvířat.

Rozlišujeme biomasu „suchou“ (např. dřevo) a „mokrou“ (např. tzv. kejda – tekuté a pevné výkaly hospodářských zvířat promísené s vodou). Základní technologie zpracování se dělí na suché procesy (termochemická přeměna) jako je spalování. A procesy mokré (biochemická přeměna), které zahrnují anaerobní vyhnívání (kvašení), lihové kvašení a výrobu biovodíku. Zvláštní podskupinu potom tvoří lisování olejů a jejich následná úprava, což je v podstatě mechanicko – chemická přeměna (např. výroba bionafty a přírodních maziv).

1.3.1 Spalování a zplyňování biomasy

Ze suché biomasy se působením vysokých teplot uvolňují hořlavé plynné složky, tzv. dřevoplyn. Jestliže je přítomen vzduch, dojde k hoření, tj. jde o prosté spalování. Pokud jde o zahřívání bez přístupu vzduchu, odvádí se vzniklý dřevoplyn do spalovacího prostoru, kde

se spaluje obdobně jako jiná plynná paliva. Část vzniklého tepla je použita na zplyňování další biomasy. Výhodou je snadná regulace výkonu, nižší emise, vyšší účinnost. Zařízení se zplyňováním biomasy se používá stále více. Na první pohled se neliší od běžných spalovacích zařízení.

1.3.2 Výhřevnost biomasy

Výhřevnost dřeva a dalších rostlinných paliv kolísá nejen podle druhu dřeva či rostliny, ale navíc i s vlhkostí, na kterou jsou tato paliva citlivější. Dřevní hmota při přirozeném provětrávání pod střechou sníží svůj obsah vody na 20 % za jeden rok, řepková sláma za stejných podmínek na 13 %.

V praxi však nelze dřevo vysušit úplně. Zbytkový obsah vody je asi 20 % hmotnosti suchého dřeva. Protože se při spalovacím procesu část energie spotřebuje na vypaření této vody.[6]

1.4 Energie větru

Na území ČR se větrná energie využívala v minulosti ve větrných mlýnech. Historicky je postavení prvního větrného mlýna na území Čech, Moravy a Slezska doloženo již v roce 1277 v zahradě Strahovského kláštera v Praze. Jaderná energetika je tedy ve srovnání s větrnou skutečným batoletem.

První větrné elektrárny vznikly koncem 80. let minulého století. Jejich rozkvět proběhl v letech 1990 – 1995. Od té doby stagnuje (29% ze všech 24 větrných elektráren postavených do roku 1995 patřilo do skupiny s nevyhovující nebo vysoce poruchovou technologií, 21% těchto zařízení bylo vybudováno v lokalitách s nedostatečnou zásobou větrné energie). V současné době větrné elektrárny pracují na desítky lokalit v ČR. Jejich výrobci jsou české firmy, tak i dodavatelé z Dánska, Německa a Itálie.

1.4.1 Perspektivy větrných elektráren v ČR

Podle větrného atlasu ČR, vytvořeného Ústavem fyziky atmosféry Akademie věd ČR na základě podkladů Českého hydrometeorologického ústavu, je celoroční průměrná rychlost větru přes 4 m/s (ve výšce 10 m) a přes 5,3 m/s (ve výšce 30m). Jako nejpříhodnější lokality pro stavbu farem větrných elektráren lze považovat plochy 3 x 3 nebo 4 x 6 km

v nadmořských výškách zpravidla nad 700 m (většinou však leží v chráněných krajinných oblastech, kde je zakázáno stavět). Až na řídké výjimky se energeticky příhodné lokality pro stavbu větrné elektrárny nacházejí v horských pohraničních pásmech a v oblasti Českomoravské vrchoviny.

Podle předběžných odhadů by bylo možné v Krušných horách postavit 320 až 340 větrných elektráren.[7]

1.5 Energie slunečního záření

Sluneční energie je základním a nezastupitelným činitelem podmiňujícím existenci lidstva. Země dostává pouze jednu dvoumiliartinu energie vyzážené Sluncem, tj. její množství dosahuje za jednu sekundu více energie, než kolik jí dokázali vyrobit za celé své dějiny.[8]

Stejně, jako jsou negativní dopady jaderné elektrárny na životní prostředí minimální, získávání elektrické energie přímo ze slunečního záření, je z hlediska životního prostředí nejčistším a nejšetrnějším způsobem její výroby. Jaderná energetika i sluneční elektrárny využívají zdroje energie, kterého je a ještě dlouho bude v přírodě dostatek. V našich podmínkách je ve srovnání se současnými klasickými zdroji elektrická energie ze solárních systémů však stále ještě podstatně dražší.

Technologie slunečních elektráren však má teoreticky neomezený růstový potenciál a vyspělé státy s ní do budoucna počítají. Celosvětový meziroční nárůst výroby solárních panelů se po roce 2000 pohybuje okolo 35 %.

1.5.1 Sluneční elektrárny v ČR

V případě ČR je větší využití sluneční energie zatím na počátku svého rozvoje. V průběhu poslední dekády minulého století se Česká republika omezila na ostrovní systémy pro nezávislé napájení objektů a zařízení v lokalitách bez připojení na rozvodnou síť. První sluneční elektrárna byla uvedena do provozu až v roce 1998, na vrcholu hory Mravenečník v Jeseníkách (dnes je umístěna jako demonstrační zařízení v areálu JE Dukovany, co by součástí informačního centra).

1.5.2 Sluneční elektrárny a budoucnost

Na Zemi je asi 22 milionů km² pouští, které nelze využít ani v zemědělství, ani k chovu dobytka (Sahara, Kalahari, Atamana). Jejich obrovské rozlohy však mohou být alespoň z části využity k přeměně sluneční energie na elektřinu, nebo k rozkladu vody na kyslík a vodík. Pro Evropu je nejbližší Sahara, která má rozlohu 7 milionů km². Z jedné desetiny Sahary by dnešní technikou slunečních elektráren bylo možné získat asi cca 5krát více energie, než lidstvo potřebuje.[9]

1.6 Využití tepelných čerpadel

V zemi, vodě i ve vzduchu je obsaženo nesmírné množství tepla. Jeho nízká teplotní hladina však neumožňuje přímé energetické využití. Tepelná čerpadla umožňují odnímat teplo okolnímu prostředí, převádět na vyšší teplotní hladinu a předávat je pro potřeby vytápění, nebo pro ohřev užitkové vody. [10]

Tepelná čerpadla neprodukují vyhořelé palivo, ani jaderný odpad. Jde o zcela bezodpadovou technologii.

1.6.1 Typy tepelných čerpadel

Podle způsobu, jakým se uskutečňuje odsávání par z výparníku a zvýšení jejich tlaku, se dělí tepelná čerpadla na kompresorová (nejběžnější druh), absorpční a hybridní. Typ tepelného čerpadla se určuje podle druhu ochlazované a ohřívání látky. Nejobvyklejší kombinace jsou vzduch/voda, vzduch/vzduch, voda/voda, nemrznoucí kapalina/voda, nebo země/voda.

Pro ohřev vody, nebo pro vytápění rodinných domků, jsou na našem trhu dostupná kompaktní tepelná čerpadla. U teplovzdušných tepelných čerpadel se často využívá možnost rezervního chodu – zatímco v zimě topí, v létě vzduch v místnosti ochlazují. Tyto systémy se rozšiřují zejména v kancelářských prostorách.

V zemědělství jsou rozšířena tepelná čerpadla, která odpadním teplem z chlazení mléka ohřívají teplou užitkovou vodu. Obdobné aplikace založené na kombinaci chlazení a ohřevu užitkové vody se používají i v průmyslu.[11]

1.7 Energie příboje a přílivu oceánů

Celá hmota světových moří a oceánů je v neustálém pohybu. A to nejen na povrchu, ale i ve značných hloubkách. Nejdůležitějším pohybem vodních částic na povrchu oceánů a moří je vlnění způsobené větrem, slapovým působením Měsíce a Slunce, vtokem velkých řek, posunem zemských desek v důsledku podmořských zemětřesení apod. Zatím se energie oceánů využívá velice málo. První kroky k praktickému využití však už byly učiněny.

Jedním z mnoha řešení je návrh trojdílných pontonů plovoucích na hladině a zakotvených na dně. Pohyb vln by se přenášel na vodní motor. Další zajímavý návrh pod názvem Plody, se týká instalace řady plováků, které působením vln kmitají kolem osy. Pohyb je soustavou hydraulických nebo mechanických zařízení převáděn na generátor. Jiný způsob využití energie vln, byl navržen v Japonsku. Elektrárna Kalimai je podobná cisternové lodi dlouhé 80 m a široké 12 m. Takto upravená elektrárna je víceúčelová, protože plní funkci vlnolamu před přístavem a před rybími farmami. U havajského pobřeží byly prováděny pokusy i s mini elektrárnami, umístěnými v mořských bójích.

1.7.1 Elektrárny pro využití mořského příboje

Síla příboje při větších bouřkách je až neuvěřitelná. Přesto je síla příboje zatím velmi málo využívána – v místech silného příboje se nenalézají velká města a ani se nestaví žádné velké průmyslové podniky. Příbojová hydroelektrárna na pobřeží Bretaně s generátory umístěnými pod mořskou hladinou měla, jen malý úspěch.[12]

2 MARKETING VIDĚNÝ Z RŮZNÝCH ÚHLŮ POHLEDU

Jednoznačnou definici, která by shrnula pohledy na marketing z nejrůznějších stran a vyčerpávajícím způsobem jej popsala, je prakticky vyloučené nalézt. Na marketing je možné se dívat prizmatem nejrůznějších věd, či z pozice různých subjektů komerční i nekomerční povahy. Každá z těchto věd a každý z těchto subjektů si může vytvářet své vlastní definice. V zásadě může být [13]

- **Obchodní filozofií a nástrojem strategie.**
- **Organizační jednotkou korporace.**
- **Prostředkem transformujícím užitnou hodnotu produktu na hodnotu směnnou.**
- **Nástrojem sociální komunikace** – mezi nabízejícím a poptávajícím; v ideálním případě by ani komunikace tohoto typu neměla být jednostranná a asymetrická, naopak by měla směřovat ke spolupráci a sdílení hodnot; jako taková může bavit a vzdělávat nebo dokonce také nést hodnoty uměleckého charakteru.
- **Prostředkem ovlivňování myšlení lidí** – jak ve smyslu negativním, tedy vytvářením poptávky po produktech, které nikdo nepotřebuje, tak i pozitivním, jako veřejná diskuse témat, kterými společnost žije, nebo by mohla žít a která umožňují její progresi.
- **Nástrojem řešení celoplošných problémů** – tento bod je z metodologického hlediska poněkud nesystémovým shrnutím bodů předcházejících; k tomuto řešení se uchylujeme z toho důvodu, že jedním ze stěžejních témat této práce je sociální marketing, který se často právě o řešení celospolečenských problémů pomocí marketingových technik a nástrojů snaží. [14]

2.1 Sociální marketing

Slovíčko „sociální“, jeho synonymem a českým překladem je slovo „společenský“, tedy související se společností, odehrávající se ve společnosti. V tomto smyslu je užíván například termín sociální komunikace jako suma veškerých forem komunikace ve společnosti.

V odborné literatuře je možné se stále ještě setkat s jistou terminologickou nejasností při vymezení obsahu pojmů sociální marketing a marketing neziskového sektoru. Někteří autoři tyto termíny používají jako synonymní. Avšak je zřejmé, že přestože se ve své praktické aplikaci oba pojmy nutně překrývají, z metodologického hlediska je mezi nimi rozdíl.

Sociální marketing spadá svým vymezením především do oblasti marketingu myšlenek. Rozumí se tím především myšlenek společensky prospěšných. Sociální marketing je specifický nástroj určený k prosazení určitých myšlenek, změně názorů, postojů, předsudků, hodnot a v konečném důsledku samozřejmě také chování lidí, který může být používán nejen neziskovou organizací v jejích kampaních, ale také institucemi veřejné správy, jednotlivci a dokonce i podnikatelskými subjekty. Je tedy možné říci, že sociální marketing je jedním z nástrojů marketingu neziskových organizací, byť může existovat i mimo kontext. [15]

2.2 Definice sociálního marketingu

Také sociální marketing se v odborné literatuře dočkal celé řady definic. Například Borchard (1994,32) o něm hovoří jako o „socio-marketingu“ a píše: „Socio-marketing se soustřeďuje na rozšiřování, nebo změny společenských postojů, zatímco komerční a nekomerční marketing se zabývá více zájmy jednotlivých organizací“ Kotler (1992,365) k tomu dodává, že sociální marketing je navrhování, implementace a kontrola programů, jejichž cílem je zvýšit míru přijímání sociálních idejí, problémů nebo praxe v cílové skupině.[16]

2.2.1 Cíle sociálního marketingu

Ve skutečnosti mohou sociální marketingové kampaně sledovat cíle v nejrůznějších rovinách. Podle Kotlera (1992,365) si mohou sociální marketingové kampaně dát za cíl dosáhnout vnímání (přesvědčit spotřebitele, aby sledovali energetické hodnoty jídel), zorganizovat jednorázovou akci (očkování proti chřipce), změnit chování (používání bezpečnostních pásů), nebo hodnoty postoje (přesvědčit podnikatele, aby zaměstnávali zdravotně postižené). V souladu s tím bychom sociální marketing mohli definovat jako soubor profity převážně v morální a etické rovině motivovaných společenských aktivit, jejichž cílem je změnit chování, postoje, hodnoty či předsudky jednotlivců a společnosti. [17]

2.2.2 Oblasti realizace sociálních marketingových kampaní

Sociální marketingové kampaně bývají realizovány ve čtyřech hlavních oblastech:

- **Ochrana zdraví** – kampaně proti kouření, konzumaci alkoholu, absenci fyzické aktivity, prosazující ochranu před nechtěným těhotenstvím, kojení, prevenci sexuálně přenosných chorob, rakoviny prostaty, prsu, kůže, upozorňující na nebezpečí obezity, vysoké hladiny cholesterolu, apod.
- **Prevence zranění** – kampaně proti požívání alkoholu před jízdou, používání bezpečnostních pásů, dětských sedaček, prosazující prevenci domácího násilí, sexuálního násilí, brojící proti držení zbraní, informující, jak se chovat v případě havárie, požáru, zranění, varující před nebezpečnými sporty apod.
- **Ochrana životního prostředí** – kampaně prosazující omezení, třídění a recyklaci odpadu, bojující proti znečišťování životního prostředí průmyslovými firmami a automobily, prosazující ochranu vodních zdrojů, nebo prosazování obnovitelných zdrojů energie.
- **Společenská angažovanost** – kampaně týkající se dárcovství krve a orgánů, účasti ve volbách a referendech, dobrovolnictví, humanitárních pomoci při katastrofách apod.[18]

2.2.3 Rysy sociálních marketingových kampaní

U většiny sociálních marketingových kampaní můžeme vysledovat tyto čtyři základní rysy:

- Realizátor sleduje svůj vlastní profit především v rovině morální
- Cílový subjekt si nemusí uvědomovat danou potřebu, musí se objevit někdo, kdo mu ji ukáže; změnou cílový subjekt něco získá a něco ztratí a nemusí být přesvědčen, že nabízená varianta je lepší; jeho profit je opět spíše v rovině morální a může se projevit až za delší dobu
- Změnou postrojů nebo hodnot příjemce je ovlivněn život společnosti, byť často ve velmi abstraktní rovině
- Ekonomické náklady často nenese ten, kdo celou akci inicializuje, má z ní profit nebo je něj akce zacílena, ale jiná skupina nebo celá společnost.[19]

2.2.4 Komunikace v oblasti životního prostředí

Část veřejnosti vnímá ekologické organizace značně negativně, a to zejména díky zkušenosti s jejich ostrým, nesmlouvavým a někdy i agresivním stylem komunikace. Blokády Temelína, poutání se řetězy k branám ministerstev atd. Je pravdou, že k takovýmto způsobům komunikace se přiklání pouze malá část organizací. Těmto organizacím nejde tak o ekologii jako takovou, ale jde jim především o jejich vlastní zviditelnění a upozornění na sebe sama. Sami aktivisté přiznávají, že v minulosti inklinovali k podobným způsobům komunikace. V současné době se naopak snaží volit zcela jiné prostředky komunikace, jelikož zjistili, že agresivní komunikací si náklonnost široké veřejnosti nezískají, ba naopak ji mohou ztratit. Obecně je komunikace těchto organizací především lobbistická, zaměřená na subjekty, které se chovají neekologicky a které mají moc legislativními a mocenskými nástroji stav odporujícím zásadám ekologie změnit.

2.2.5 Public Relations v oblasti životního prostředí

Neziskové organizace musí klást na vztahy s veřejností mnohem větší důraz než organizace ziskové. Proto mají nástroje Public Relations pro neziskové organizace nepostradatelný význam. Hlavním úkolem Public Relations je vytvořit dobré jméno organizace a vzbudit tím důvěru konkrétních cílových skupin. Dalším úkolem Public Relations je přesvědčit veřejnost o poctivosti úmyslů dané neziskové organizace, a to je v konkurenci, která je na trhu neziskových organizací velmi složitá. Prostřednictvím Public Relations se snaží neziskové organizace o uznání a respekt veřejnosti. Jde jim také o to, aby jim dobrovolníci, kteří s nimi spolupracují zůstali věrni a dále je podporovali a pomáhali jim prosazovat jejich myšlenky a ideje. V neposlední řadě jde také o to, aby Public Relations vzbudil dostatečný zájem především u sponzorů, kteří by se finančně podíleli na projektech, které dané neziskové organizace plánují. Právě rozdíl v ziskovosti či neziskovosti organizací je hlavním důvodem toho, proč jsou nástroje Public Relations pro neziskové organizace existenčně důležité. Bez finanční podpory sponzorů a široké veřejnosti by tyto organizace neměli šanci na přežití.

„K hlavním cílům Public Relations patří:

- Získat podporu nebo aspoň akceptaci veřejnosti pro své poslání, pro nové myšlenky a záměry.
- Získat příznivé klima pro fundraisingové kampaně.
- Rozšířit a udržet účast dobrovolníků.
- Propagovat svůj program a služby, aby se dostaly k těm, kdo je potřebují.“ [20]

Prostředky Public Relations v oblasti životního prostředí lze rozdělit do 4 hlavních skupin:

- Tištěné prostředky
- Hromadné sdělovací prostředky
- Osobní komunikace
- Akce jako prostředky práce s veřejností

Ad 1) tištěné prostředky vydávané organizací

- Plakáty
- Letáky
- Výroční zprávy
- Informační bulletin, zpravodaj, časopis
- Brožury
- Vývěsky a informační tabule

Ad 2) hromadné sdělovací prostředky

- Články v novinách a časopisech
- Tiskové zprávy
- Televizní rozhovory a reportáže
- Inzeráty, billboardy
- Stálý článek či stránky v časopisech nebo novinách
- Webová prezentace

Ad 3) osobní komunikace

- Veřejné projevy
- Veřejná vyprávění
- Besedy

Ad 4) akce jako nástroj práce s veřejností

- Semináře
- Benefiční akce
- Vzdělávací a prezenční akce
- Bojkoty a stávky
- Happeningy
- Demontrace
- Soudní žaloby

3 KAMPANĚ V OBLASTI ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ

Organizace, které se zabývají životním prostředím využívají velmi často celostátní přesvědčovací kampaně. Hlavním cílem těchto kampaní je přimět širokou veřejnost k zamyšlení nad konkrétním celospolečenským problémem týkající se např. oblasti životního prostředí. V neposlední řadě jde také o to, prostřednictvím kampaní změnit postoj společnosti k danému problému. Kampaně Public Relations jsou využívány zejména proto, aby organizace či projekt získali pozornost a důvěru v očích veřejnosti. Kampaně nevznikají spontánně, ale jsou vždy promyšleně plánovány tak, aby zasáhly co nejlépe konkrétní cílovou skupinu.

Zajímavým rysem organizací, které se zabývají životním prostředím je to, že k prosazování svých idejí a cílů nevyužívají pouze legálních prostředků. V některých případech se snaží vyprovokovat situaci prostředky, které jsou již na hraně legálního jednání. V mnoha případech bohužel tuto hranici dokonce překračují, což vrhá ve svém důsledku špatné světlo na celou řadu neziskových organizací, byť ty se s podobným jednáním naprosto neztotožňují. Tyto nátlakové akce jsou konány z jednoho prostého důvodu. Poutají na sebe velký zájem médií a tím i široké veřejnosti. Pokud se totiž veřejnost o konaných akcích prostřednictvím médií nedoví, nemělo konání těchto akcí žádný smysl.

3.1 Realizace kampaní

Velmi důležitou částí marketingových kampaní je jejich samotné zpracování a recepce ze strany vytyčených cílových skupin. Kampaně s ekologickou osvětou pořádají např. tiskové konference, benefiční koncerty, výstavy, přednášky a školení či demonstrační pochody. K zesílení významu je důležité využití všech dostupných propagačních prostředků. Stěžejní je zvolení správného média, které nejvíce oslovuje danou cílovou skupinu.

3.1.1 Vyhodnocení kampaní

Jednou z nejdůležitější částí celé kampaně je vyhodnocení toho, jak kampaň na společnost zapůsobila. Kampaně nelze jednoduše rozdělit pouze na úspěšné či neúspěšné. Např. cílem kampaní zaměřených na osvětu životního prostředí nebývá pouze dosažení konkrétních změn, ale především předání informací široké veřejnosti, o dané problematice stavu.

4 KAMPAŇ ZAMĚŘENÉ NA OSVĚTU POUŽÍVÁNÍ OBNOVITELNÝCH ZDROJŮ ENERGIE A JEJICH VYUŽÍVÁNÍ PROPAGAČNÍCH PROSTŘEDKŮ

Kampaně zaměřené na osvětu používání obnovitelných zdrojů energie využívají různých komunikačních prostředků. Velká většina komunikačních prostředků se zabývá propagací dané společnosti a jejích hlavním úkolem je , aby se společnost zamyslela nad konkrétním komunikovaným problémem a společnost tak zaujala určité stanovisko. Řada organizací, které se zabývají problematikou životního prostředí a obnovitelných zdrojů energie se snaží využívat prostředků celostátních přesvědčovacích kampaní. Tyto kampaně jsou ve velké míře zaměřeny na konkrétní ekologický problém a vedou veřejnost k tomu, aby se nad tímto problémem pozastavila a zamyslela se nad ním. V ideálním případě tyto kampaně vedou ke změně stanovisek společnosti a vyvolávají snahu problém řešit. Kampaně se snaží především upoutat pozornost, získat důvěru a souhlas s určitými záměry a cíli organizace. Kampaně slouží jako nástroj k prosazení určitých cílů a idejí.

4.1 Kampaň „Převzmete odpovědnost“

Evropská komise je přesvědčena o tom, že boj proti změnám klimatu, pokud má být úspěšný, vyžaduje příspěvek všech odvětví společnosti a všech jednotlivců. V rámci kampaně „**Jak můžete vy sami odvrátit změnu klimatu**“ usiluje komise o zvýšení povědomí o změně klimatu, která představuje jednu z největších ekologických hrozeb naší doby a pomáhá zainteresovaným jednotlivcům přispět k jejímu omezení. Pokud všichni provedeme malé změny ve svém každodenním chování, můžeme dosáhnout významného snížení emisí skleníkových plynů a snížit tlak na klimatický systém Země. V mnoha případech nám tyto změny rovněž pomohou ušetřit peníze.

Kampaň „**Jak můžete vy sami odvrátit změnu klimatu**“ byla zahájena v Bruselu 29. května 2006 a ve všech ostatních členských zemích Evropské unie mezi 29. květnem a 5. červnem (Světovým dnem pro životní prostředí). Ve všech hlavních městech byly na veřejných budovách vyvěšeny velké reklamní poutače. Sochy byly oblečeny do triček se symboly kampaně a na oslavu zahájení kampaně byly uspořádány i mnohé další akce.

Kampaň „**Jak můžete vy sami odvrátit změnu klimatu**“ využívá celou řadu komunikačních prostředků : televizní, venkovní a novinovou reklamu, on-line reklamní bannery a elektronickou poštu. Zapojování jsou i školáci a studenti. Ti jsou každoročně oslovováni pomocí tzv. Evropského diáře. Diář obsahuje kapitolu o změně klimatu, vyzývá studenty k přijetí závazku ke snížení emisí CO₂ a zároveň jim poskytuje tabulku, kam si mohou zaznamenávat splněné závazky. Počet jeho vydání přesahuje 1,1 milionu výtisků ročně.

Jednou z pořádaných aktivit v rámci kampaně byla i akce **Hodina ekologie s výukovými materiály Evropské komise**. Na pražském Arcibiskupském gymnáziu proběhla ve středu 13. září 2006 ukázková hodina ekologické výchovy. Studenti zeměpisných seminářů septim a oktáv během ní aktivně používali materiály, které pro ně připravila Evropská komise v rámci kampaně „**Jak můžete vy sami odvrátit změnu klimatu**“. Součástí hodiny byla i diskuse se zajímavými hosty: Dušanem Váchou - předním českým klimatologem, Ladislavem Mikou – ředitelem sekce Ochrany přírody generálního ředitelství Evropské komise a Tomášem Novotným – náměstkem ministra životního prostředí České republiky. Studenty téma klimatických změn velmi oslovilo a většina z nich se živě zajímala o možnost zapojení se do kampaně a přijetí vlastního závazku ke snížení emisí.

Kampaň svojí účastí podpořili i známé osobnosti, které se zapojili do programu "živé sochy" na pražském Jungmannově náměstí. **(foto viz. Příloha č.1)**

V České republice nese kampaň název "**I ty ovládáš změny klimatu**"**(foto viz. Příloha č.2)**. Tu zahájil v Praze ministr životního prostředí Libor Ambrozek a Ladislav Miko z Evropské komise. Po tiskové konferenci se oba přišli podívat na "živé sochy", doprovodnou akci kampaně.[21]

4.2 Kampaň na podporu využívání biomasy v České a Slovenské republice

Projekt vychází z potřeby trvalého udržení rozvoje vzájemné spolupráce mezi Českou a Slovenskou republikou, týkající se zabezpečení energetických požadavků na dodávky tepla. Projekt se zaměřuje především na informování o možnostech využívání malých biomasových systémů v lokálních podmínkách s nepříznivým napojením na nadřazenou technickou infrastrukturu. Na základě zkušeností, které mají partneři z realizovaných

investičních a neinvestičních projektů podpory obnovitelných zdrojů energie, se projekt zaměřuje na šíření informací o energetickém využívání biomasy a vytváří přes-hraniční fórum pro šíření praktických zkušeností z plánování, instalaci a provozu moderních vytápěcích systémů na biomasu.

V období přípravy se aktivity projektu profilyovaly tak, aby co nejlépe při vynaložení co nejmenších finančních prostředků splnily cíle, které si tento projekt předsevzal

Seznam aktivit

- **Koordinační setkání projektových partnerů - vytvoření časového a prostorového harmonogramu** - úkolem koordinačního setkání je koordinace aktivit, termínů a prostorového harmonogramu celého projektu včetně rozdělení úkolů a odpovědnosti na jednotlivé pracovníky. Účelem je také seznámení jednotlivých členů řešitelských týmů na obou stranách hranice. Setkání se uskuteční na Slovensku.
- **Příprava a realizace 4 seminářů s tematikou biomasy** - jedná se o semináře určené cílovým skupinám s cílem informovat o současných možnostech využívání biomasy, perspektivách i ekonomické stránce věci. Příprava a realizace 4 seminářů v podobě přes - hraničních fórům zaměřených na reálné možnosti využívání biomasy, (ale i zdrojovou část) a její podpory formou dobrých příkladů, případových studií, s možností praktických ukázek instalací využívajících biomasu.
Semináře proběhnou ve 4 lokalitách Zlínského kraje – Zlín, region Valašského Meziříčí, Kroměříže a poslední oblast bude vybrána na základě konzultací projektového týmu.
- **Příprava a realizace výstavních panelů a výstavy** - osvětová výstava sloužící především k názornějšímu přiblížení problematiky v občanům v obcích, ale i správcům a majitelům objektů vhodných k využívání biomasy. Tyto informace se navíc dostanou blíže k lidem, do menších obcí a středisek, takže ji budou moci i v rámci informačních dnů zhlédnout obyvatelé méně osídlených částí regionu.
- **Realizace a prezentace putovní výstavy** - vystavování výstavy v rámci informačních dnů, seminářů i speciálních akcí k problematice po celém regionu.

Příprava a realizace putovní výstavy s informačním dnem, organizované ve spolupráci se samosprávou a organizacemi v regionu, která představí možnosti a praktické postupy využívání biomasy a zavádění biomasových energetických systémů do stávajících objektů a do nové výstavby, především nízkoenergetických objektů. Tyto akce jsou určeny zájemcům, obyvatelům i zastupitelům, drobným podnikatelům, zemědělcům aj. Kromě aspektu využívání biomasy bude v rámci těchto dnů propagována i nízko - energetická výstavba a její vhodnost pro komunální i individuální výstavbu právě ve spojení s využíváním biomasy.

- **Informační dny** - Jsou určeny především široké veřejnosti, podnikatelům a státní správě s cílem informovat, vysvětlovat, konzultovat a poradit. Široká mediální podpora bude cílena tak, aby byly tyto dny co nejvíce využity veřejností.

Informační dny se budou konat v místech seminářů. Výhodou bude přítomnost nezávislých odborníků poradců, se kterými mohou konkrétní problémy obyvatelé prokonzultovat.

- **Příprava a výroba informační brožury** - Tiskový materiál, jehož absenci již dlouhodobě pocítujeme, měl by pravdivě a nezávisle informovat o výhodách i nevýhodách využívání biomasy a jejich možnostech. Příprava a tisk informačních materiálů (brožurka) s cílem oslovit potenciál cílových skupin (malí a střední podnikatelé, obyvatelstvo, obce) a sloužící jako praktický průvodce pro zájemce o využívání biomasy. Zahrnou se zde možnosti využití vytápění biomasou ve stávajících objektech a předpoklady pro novou výstavbu se zaměřením na nízko - energetické domy. Materiál bude podroben oponentuře z řad kolegů z oboru.
- **Příprava a realizace besed** - Besedy určené pro veřejnost v obcích. Cílem je, aby i občan v obcích vzdálenějších od větších sídelních celků měl možnost získat informace, rady, využívat poradenství a seznámit se se základními problémy a možnostmi využívání biomasy. Na několika místech bude spojeno s informačním dnem.

Besedy budou zaměřeny na problematiku udržitelného rozvoje se zaměřením na využití biomasy a principů nízko-energetické výstavby.

- **Prezentace projektu, jeho výstupů, obsahu na odborných setkáních a konferencích** – Považuje se za vhodné, aby se o průběhu a cílech projektu dověděli nejen odborníci ale i odborná a laická veřejnost. Cílem je navázat další kontakt v této oblasti a to nejen s lidmi, kteří sice nemusí být z cílových regionů, ale pro tyto regiony mohou v mnohém pomoci. Jde především o náklady na cestovné a lektora, který se dopraví na místo konání větších akcí typu: stavební veletrhy, veletrhy bydlení, malého a středního podnikání, podpory podnikání, konference z oboru apod. [22]

4.3 Kampaň Udržitelná energie Evropa 2005-2008

Tato kampaň je pokračováním evropské kampaně pro zvýšení povědomí a změnu postoje k energii. Kampaní se snaží šířit poselství, které se týká inteligentního využívání energie. Do hlavní cílové skupiny této kampaně patří jak spotřebitelé, tak i sociální zájmové skupiny. Všechny tyto subjekty je třeba pomocí kampaně přesvědčit o výhodách výroby a využívání trvale udržitelné energie.

Mediální nástroje:

- **Speciální mediální blog kampaně** – pravidelně upozorňuje novináře na novinky v oblasti udržitelné energie a na úspěšné projekty kampaně. Mediální blok také poskytuje novinářům příležitost bližší spolupráce a přístup k rozhovorům s hlavními činiteli v oblasti energetiky v průběhu klíčových událostí kampaně.
- **Profesionální služby novinářům** – mediální blog řídí tým zkušených lidí s četnými zkušenostmi v poskytování veškerých druhů médií v mezinárodním měřítku. Tomuto týmu se podařilo vybudovat úzké vztahy se všemi předními evropskými reportéry. V rámci mediálních služeb nabízí zprávy ve vizuální podobě, fotografie, letáky informující o pozadí událostí a pravidelné tiskové zprávy. Na základě analýzy, která byla provedena je patrné, že tato služba zásadním způsobem zvyšuje televizní

pokrytí kampaně, ať už v rámci vysílání televizních zpráv, nebo specializovaných programů o událostech a otázkách životního prostředí a energetiky v Evropské unii.

- **Mediální spolupracovníci** – významnou roli v mediálních službách hrají také mediální spolupracovníci. Ti prostřednictvím pravidelně publikovaných článků a dalších způsobů rozšiřování informací vyjadřují podporu k cílům kampaně. [23]

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 PROJEKT ENERGY IN MINDS! - MYSLEME NA ENERGI!

Jednou z hlavních priorit Evropské unie v dnešní době je energetika. A to jak ze strategických, tak i politických důvodů. Z politického hlediska zejména proto, že všechny státy Evropské unie podepsaly Kjótský protokol, který se zabývá snižováním emisí skleníkových plynů. Tímto krokem se Evropská unie dostala do pozice světového garanta ve snižování spotřeby energií z fosilních paliv. Fosilní paliva totiž v dnešní době patří k největšímu nebezpečí planety Země z hlediska globálního klimatu.

Strategickým důvodem snižování spotřeby energií v zemích Evropské unie je to, že Unie nedokáže své energetické nároky a energetickou spotřebu plně pokrýt ze svých zdrojů a je tedy odkázána na zdroje z oblastí, které jsou velmi rizikové. Jsou to např. země Blízkého východu nebo Rusko. Z tohoto důvodu je tedy jasné, že této závislosti by se Evropská unie ráda zbavila.

V minulých letech byl již několikrát odhadován potenciál obnovitelných zdrojů energie, ale teprve v roce 2003 byl proveden výzkum, který se zabýval i ekonomickým vyhodnocením. Cílem bylo poskytnout podklady pro přípravu Státní energetické koncepce a také přípravu návrhu zákona o podpoře obnovitelných zdrojů energie. Tento potenciál byl zjišťován u pěti základních zdrojů obnovitelné energie: energie sluneční, energie biomasy, energie větru, energie vody a geotermální energie.

V létě roku 2003 vyhlásila Evropská unie program CONCERTO, který by měl dokázat, že jde snížit spotřebu energií z fosilních zdrojů tak, aby se to nedotklo životní úrovně obyvatel. Tímto projektem chce Evropská unie dokázat, že jde snížit tyto energetické nároky nejen na úrovni experimentálních budov, zařízení či technologií, ale že ušetřit mohou 20 – 30% za výhodných ekonomických podmínek celá města. V první fázi projektu alespoň městské části k tomuto účelu vybrané. Tímto způsobem se získají cenné zkušenosti, které budou poté využity k rozšíření do dalších oblastí.

5.1 Projekty vybrané k podpoře v rámci programu CONCERTO

Program CONCERTO vyvolal mezi evropskými městy velký zájem, který nikdo neočekával. Zájemců o tuto příležitost bylo tolik, že v konečném výsledku se do programu přihlásilo asi na 500 měst ze všech zemí Evropské unie. Tato města se seskupila do mezinárodních konsorcií a celkem předložili 42 návrhů. Nakonec bylo vybráno 8 nejlepších projektů. A právě mezi těmito osmi projekty uspělo i město Zlín s projektem Energy in Minds! – Mysleme na energii!.

Další projekty, které byly v rámci programu vybrány:

RENNAISSANCE – Bracknel (UK), Zaragosa (ES), Lyon (FR)

POLYCITY – Stuttgart (DE), Barcelona (ES), Torino (IT)

ECO-CITY SS – Helsingborg (SE), Helsingor (DK), Tudela (ES), Trondheim (NO)

ECOSTILER – Amsterdam (NL), London (UK), Mäbjarg (DK)

SESAC – Växjö (SE), Delft (NL), Grenoble (FR)

ENERGY IN MINDS! – Zlín (CZ), Neckarsulm (DE), Weiz – Gleisdorf (AT), Falkenberg (SE)

TETRAENER – San Sebastian (ES), Geneva (CH), Frankfurt (DE), Amersfoort (NL)

CRRESCENDO – Almere (NL), Milton Keynes (UK), Ajaccio (FR), Vildecans (ES)

Projekt Energy in Minds! patří mezi vybrané projekty v rámci programu CONCERTO. Tento projekt předložilo konsorcium 4 měst a to: Zlín (Česká republika), Neckarsulm (Německo), Weiz – Gleisdorf (Rakousko), Falkenberg (Švédsko). Zlín se stal jediným úspěšným účastníkem ze sedmi českých uchazečů, ale také jediným ze 16 uchazečů nových členských zemí Evropské unie. Hlavními účastníky na projektu jsou vždy kromě samotného města i 2 až 4 místní organizace. Tito čtyři účastníci jsou obvykle distributoři či spotřebitelé energií v daném městě. Poslední dva účastníci mají status tzv. pozorovatelů. Na začátku byly jmenování pouze 2 pozorovatelé, ale nyní byly tyto řady rozšířeny o dalších 5 pozorovatelů.

5.2 Hlavní účastníci

1. Steinbeis – Transferzentrum Energie-, Gebäude und Solartechnik (Stuttgart, Německo) – koordinátor projektu
 2. Management of Energy Region Weiz – Gleisdorf (Rakousko)
 3. Institute for Sustainable Technologies AEE INTEC (Rakousko)
 4. Freistritzwerke – STEWEAG GmbH (Rakousko)
 5. Statutární město Zlín (ČR)
 6. Teplo Zlín, a.s. (ČR)
 7. Ekosolaris, a.s.(ČR)
 8. Zelené bydlení, občanské sdružení (ČR)
 9. Stadt Neckarsulm (Německo)
 10. Stadtwerke Neckarsulm (Německo)
 11. Solas - & Energie Initiative HN e.V.(Německo)
 12. Falkenbergs Kommun (Švédsko)
 13. Falkenberg Energi AB (Švédsko)
 14. Falkenbergs Bostads AB (Švédsko)
 15. Halmstad University (Švédsko)
- Pozorovateli jsou:**
16. Provincie Torino
 17. Město Gornji Grad (Švédsko)
 18. Wieselburg, (Rakousko)
 19. Värnamo, (Švédsko)
 20. Comunita Montana Val Pellice, (Itálie)
 21. Provincia di Biella, (Itálie)
 22. Trier, (Německo)

5.3 Místní účastníci projektu – Občané a právnické osoby jako příjemci dotací

Nejdůležitější jednotkou celého projektu Energy in Minds! je ale samozřejmě občan. Ať už jako ten, kdo hodlá realizovat energeticky úsporná opatření, nebo pouze jako příjemce informací.

Průběhem realizace projektu se účastníky stane mnoho dalších subjektů. Jako např. dodavatelé stavebních materiálů, energetičtí pracovníci a auditoři, nebo také stavební spořitelny. Všechny tyto subjekty totiž procházejí výběrovým řízením a jejich cílem není nic jiného, než vybrat neekonomičtější řešení. Město chce svým občanům nabídnout kvalitní a seriózní dodavatele, kteří jim budou garantovat dosažení cílů, které si předsevzali.

5.4 Přímí účastníci projektu

Projekt Energy in Minds! má své přímé účastníky. Bez jejich účasti by nebylo možné tento projekt zrealizovat a tudíž jsou jednou z nejdůležitějších součástí projektu. K přímým účastníkům ve Zlíně patří 4 hlavní složky. Nejvýznamnějším účastníkem je Statutární město Zlín, na jehož půdě se projekt realizuje. Mezi další účastníky se řadí také občanské sdružení Zelené bydlení, které zaujímá roli jak organizátora v české účasti projektu, tak i zástupce spotřebitelů energií. Další z věcí, kterou toto občanské sdružení vykonává je , že lidé z tohoto sdružení osobně obcházejí občany, kteří bydlí v demonstrační oblasti a prezentují jim projekt, jeho výhody, cíle a celkové přínosy. Třetím účastníkem je akciová společnost Ekosolaris, která má úlohu předního tuzemského dodavatele systémů pro využití obnovitelných zdrojů energie. Čtvrtým a posledním přímým účastníkem je akciová společnost Teplo Zlín. Tato společnost plní úlohu hlavního dodavatele tepla a teplé vody v centrální oblasti města Zlín.

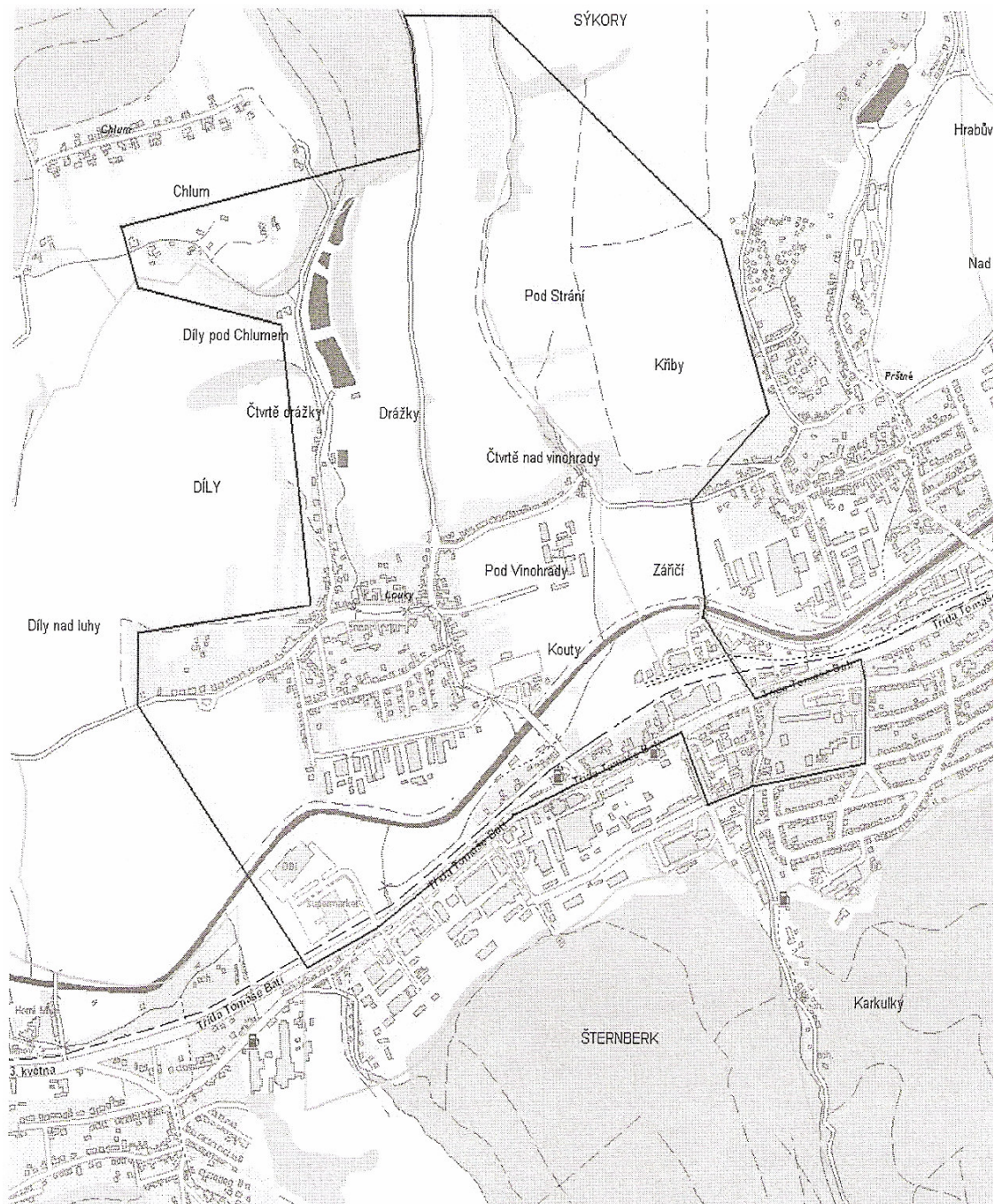
5.5 Demonstrační oblast projektu

Evropská unie omezila tento projekt dotací v částce 45 milionů korun českých, a to pro všechny české účastníky projektu. Celkové náklady jsou v rozpočtu vypočítány na asi cca 115 milionů Kč. Dotace z Evropské unie pokrývají necelých 40 % nákladů. Částka 115 milionů Kč se může zdát vysoká. Pokud by se měla zabezpečit rozlohu celého města Zlín, těžko by bylo možné dosáhnout požadovaného snížení spotřeby energií o 30% ročně. V tomto okamžiku by město nesplnilo podmínky, které byly na začátku projektu stanoveny. Následovaly by sankce jak pro město samotné, tak i pro další přímé účastníky projektu.

Právě z tohoto důvodu, musela být vymezena demonstrační oblast, v níž dotace v dané výši přinesou jak kýžený efekt, tak i to, že realizovaná opatření zde budou dobře viditelná. Požadavky Evropské unie nebylo jednoduché splnit, a to proto, že Evropská unie měla celou řadu nároků, týkajících se právě demonstrační oblasti. Kritéria Evropské unie byla taková, aby se v demonstrační oblasti nacházely následující objekty: rodinné domy, panelové domy, veřejné budovy, obchody, služby a dle možností i průmysl. Velmi důležité bylo také to, aby tato oblast byla jasně geograficky vymezená.

Město Zlín mělo nelehký úkol. V jeho okolí není dostatečný výskyt lokalit, která by splňovala přísná a výše uvedená kritéria Evropské unie na výstavbu demonstrační oblasti. Po pečlivém výběru nakonec autoři projektu zvolili z několika variant **městskou část Louky s přilehlým sídlištěm Podhoří a eko-sídlištěm Jižní Chlum.**

5.6 Mapa demonstrační oblasti



5.7 Aktivity nejen pro účastníky projektu

Celá řada aktivit vztahujících se k projektu Energy in Minds! se demonstrační oblasti vůbec netýká. Informační kampaň, která celý projekt doprovází, není nijak omezena. Kdokoliv se může zúčastnit přednášek, školení, výstav a dnů otevřených dveří. Všechny tyto akce jsou zaměřeny především na opatření vztahující se k úsporám energií a nechybí zde ani akce, na nichž se veřejnost doví konkrétní zkušenosti a poznatky z realizace jejich úspor.

Žádná zvláštní omezení neexistují také pro dodavatele a investory projektu Energy in Minds!. Mohou být z jakékoli části České republiky, ale i ze zahraničí. Jedinou podmínkou je , že dodávají, popřípadě investují, do úsporných opatření ve vymezené demonstrační oblasti.

Investoři prochází složitým výběrovým řízením. Stejně tak i dodavatelé, stavební firmy, projektanti či instalatéři solárních systémů.

V budoucnu bude hlavní prioritou projektu Energy in Minds! šíření zkušeností s alternativními zdroji energie do dalších měst jak České republiky tak i Evropy.

Hlavním cílem tohoto projektu je zvýšit vlnu poptávky po realizaci podobných úsporných opatření šetrných k životnímu prostředí.

6 ENERGETICKY CHYTRÝ ZLÍN

6.1 Aktivity plánované v demonstrační oblasti

V rámci projektu se bude realizovat hned několik staveb. Mezi plánované aktivity, které chce město realizovat, patří například výstavba 15 nových nízko - energetických rodinných domů či 2 nových, též nízko - energetických bytových domů, které budou mít asi 5-10 bytových jednotek. K dalším plánovaným aktivitám, které chce město na svém území realizovat, patří zateplení budov a výměna oken v 90 bytech panelových domů a ve 40 rodinných domech, také ve 2 veřejných budovách a 3 kancelářských budovách. Cílem tohoto zateplení je až 50 % snížení jejich energetické spotřeby. K dalším aktivitám, které by město Zlín chtělo uskutečnit, je instalace asi 1200 m² solárních systémů, které slouží k ohřevu vody a dotápění v rodinných a bytových domech.

6.2 Aktivity pro všechny

Lidé, kteří se podílejí na tomto projektu, myslí samozřejmě také na ty, kterých se projekt přímo netýká. Chtějí, aby zlínská veřejnost měla možnost dozvědět se více o tomto projektu, a proto pořádají hned několik informačních akcí. Na těchto akcích se prezentuje projekt Energy in Minds!. Mezi aktivity, které město Zlín pro veřejnost plánuje a realizuje patří různé přednášky, školení, semináře, veletrhy, dny otevřených dveří a to jak pro odbornou, tak i pro laickou veřejnost. Město Zlín dále pořádá tiskové konference, veřejné prezentace a vydává publikace o projektu. Jednou z věcí, kterou chce také realizovat je zahájení činnosti regionální energetické agentury. V rámci všech těchto aktivit získají lidé všechny potřebné informace.

7 KOMUNIKAČNÍ SPECIFIKA VYBRANÝCH CÍLOVÝCH SKUPIN

Město Zlín si vytyčilo 4 primární cílové skupiny. První a prioritní cílovou skupinou jsou obyvatelé, kteří bydlí přímo ve vymezené demonstrační oblasti. Za sekundární cílovou skupinu je považována široká veřejnost Zlína a okolí. Do terciální cílové skupiny náleží dodavatelé. Kvartální cílová skupina zahrnuje širokou veřejnost celé České republiky.

Primární cílová skupina je oslovována celou řadou propagačních prostředků. Jsou to např. brožury s názvy „**Jak využít programu UE CONCERTO?**“, „**I vaše střecha může vydělávat!**“, „**Vyplatí se soláry?**“. Ve všech těchto informačních brožurách najdou lidé informace, které se týkají jak popisu projektu, tak i toho, proč využívat obnovitelných zdrojů energie atd. Dalšími propagačními prostředky, které jsou pro tuto cílovou skupinu určeny, jsou semináře pro přímé obyvatele demonstrační oblasti. Na těchto seminářích se probírají informace o projektu Energy in Minds!. K dalším bodům seminářů patří např. problematika termostatických ventilů a zateplování. Na konci semináře mohou lidé diskutovat s odborníky, kteří jim zodpoví všechny otázky týkající se daného tématu. Velmi důležitým propagačním prostředkem je webová stránka projektu Energy in Minds!, která obsahuje veškeré důležité a hlavně aktuální informace týkající se tohoto projektu. Tato webová stránka slouží všem cílovým skupinám.

Jak již bylo uvedeno výše, sekundární cílovou skupinou je široká zlínská veřejnost. Tato cílová skupina je o projektu informována řadou způsobů. Jedním z propagačních prostředků oslovujících tuto skupinu jsou plakáty, které obyvatelé města Zlína mohou najít na zlínském Magistrátu a ve 22. budově Svitů. Z těchto plakátů se lidé doví základní informace o projektu. Kdo ho pořádá, dotuje, v rámci jakého programu se uskutečňuje, jaké jsou jeho hlavní cíle a vize, které by měl splnit. Plakáty jsou dobře informačně zpracované. Bohužel jejich počet není dostačující a má proto minimální efekt. Město by mělo zvážit, kde všude by bylo možné tyto informační plakáty vyvěsit. Dalším informačním prostředkem, který se vztahuje k projektu Energy in Minds! patří články v regionálním tisku, který vychází pravidelně jednou za měsíc. Posledním prostředkem, který působí na širokou zlínskou veřejnost je veletrh Therm, kde má projekt Energy in Minds! svůj vlastní stánek, u něhož mohou návštěvníci veletrhu získat propagační materiály o tomto projektu. Součástí veletrhu je také doprovodný program, kde si lidé na nainstalovaném počítači mohou vypočítat energetickou náročnost svého domu či bytu.

Poslední cílovou skupinou, na kterou jsou informační prostředky zaměřeny, jsou dodavatelé. Pro ně je určena brožura s názvem „**Jak se stát dodavatelem programu CONCERTO**“. V této brožuře se potenciální dodavatelé dočtou, proč by mělo být v jejich zájmu dodávat např. solární systémy či termostatické ventily právě tomuto projektu. Čím více dodavatelů bude touto brožurou osloveno a projeví zájem, tím více se zvýší konkurence v této oblasti. Město Zlín si tak bude moci vybrat nejlepší a nejvýhodnější dodavatele pro tento projekt.

Kvartální cílovou skupinou je široká veřejnost z celé republiky. Pro tuto skupinu byly vybrány propagační prostředky hromadného typu. Prvními jsou články v celostátním tisku. Zde se veřejnost dovídá o projektu veškeré potřebné informace. Tyto články mají mít motivační charakter, aby oslovily další města a obce, které by se v budoucnu zapojily do podobného projektu. Dalším médiem, které je určené pro širokou veřejnost, je televize. Na kanálu ČT 24 v programu Regiony ČT byl rozhovor s panem Ing. Urbanovským, který informoval společnost o tom, že by se ve Zlíně měla v blízké době vystavět fotovoltaická elektrárna.

Z hlediska cílových skupin jsou vybrané propagační prostředky zvoleny dobře.

8 ANALÝZA PROPAGAČNÍCH PROSTŘEDKŮ

8.1 Tištěné prostředky

- brožury (viz. Příloha č.3)
- plakáty

8.1.1 Brožury

Informační brožura je vydávána ve čtyřech vydáních. První brožura se jmenuje „**Jak využít programu UE CONCERTO?**“ Tato brožura je typickým příkladem informační brožury, která přináší základní informace o projektu a předpokládaných aktivitách. Brožura má 7 stran. Je tištěna na křídovém papíře a má čtvercový formát. Všechny brožury mají společný jednotící prvek, kterým je titulní strana. Hlavním motivem titulní strany brožury s názvem „Jak využít programu UE CONCERTO?“ je obrázek zapadajícího slunce nad obzorem. Dále zde nalezneme slogan „Chytře na energii“, který je umístěn v horní části brožury. Ve střední levé části titulní strany brožury nalezneme logo projektu a anglický název projektu Energy in Minds!. Ve spodní části první strany je název brožury „Jak využít programu EU CONCERTO?“. Dole na titulní straně nalezneme odkaz na webovou prezentaci projektu www.chytraenergie.cz. Celá brožura je laděna do zelené barvy, která symbolizuje ekologii a návrat k přírodě.

Ti, kterým se tato brožura dostane do rukou zde naleznou informace o tom, že prioritou Evropské unie, která částečně dotuje tento projekt, je právě energetika a snižování skleníkových plynů a úspory z neobnovitelných (fosilních) zdrojů. Dále se zde dočteme, kdo jsou hlavní účastníci projektu a jaké jsou jeho další plánované aktivity. Nalezneme zde i mapu demonstrační oblasti s vysvětlením, proč musela být vymezena právě zmíněná demonstrační oblast. Dočteme se zde také o tom, co mohou dělat lidé, kteří by se do programu chtěli zapojit, ale nejsou obyvateli vytyčené demonstrativní oblasti. Na poslední straně brožury najdeme informace o tom, kde získat bližší informace o tomto projektu. Celá brožura je doplněna o fotografie, na kterých jsou zobrazeny domy, které využívají právě obnovitelných zdrojů energie.

Druhá informační brožura se jmenuje „**I vaše střecha může vydělávat!**“ Titulní strana je stejně koncepčně ztvárněna jako brožura předchozí. Jediným bodem, ve které se od sebe liší, je obrázek v centru titulní strany. Je zde zobrazena střecha domu, na které je umístěn solární panel. Parametry druhé brožury jsou shodné s parametry brožury první. Shoduje se typ papíru, počet stran i formát. V této brožure najdeme informace o tom, jak může střecha „vydělávat“. Jedná se např. o využívání solárních kolektorů. Dále se zde dočteme o tom, jaké jsou pořizovací náklady na fotovoltaický systém, a jaké jsou výnosy a pozitiva, pokud tento systém využíváme. Na poslední dvojstránce nalezneme mapu České republiky, kde jsou zobrazeny průměrné hodnoty energie slunečního záření dopadajícího na zemský povrch. Jednou z posledních věcí, kterou se zde dočteme jsou informace, jaká je pro spotřebitele ekonomická návratnost. Uvedeny jsou zde také tabulky, které přehledně zobrazují pořizovací náklady versus návratnost investic, nebo roční výnosy. Brožura je doplněna o obrázky, na kterých vidíme solární systémy v mnoha podobách.

Třetí brožura nese název „**Vyplatí se soláry?**“. Tato brožura je určena jak lidem, kteří o instalaci solárního systému vážně uvažují, tak i těm, kteří se o něm chtějí jen více dozvědět. Titulní strana je opět koncepčně stejně vyřešená jako předchozí popisované brožury. Jediným bodem, ve kterém se liší, je obrázek v centrální části první strany. Tady jsou zobrazeny rodinné domky, které využívají solárních systémů. Tyto využívají solárních panelů na svých střechách. Tato brožura je obsahově nejrozsáhlejší - má 15 stránek. Strukturově je shodná s předešlými brožurami. Čtenář této brožury se zde dočte jaké jsou druhy solárních kolektorů, nebo jak jednotlivé části solárního systému fungují. Dále zde najde názorné tabulky, ve kterých jsou uvedeny informace o energetických nárocích čtyřčlenné rodiny. Mezi další informace, které zde můžete nalézt, patří informace týkající se ekonomického provozu solárních systémů, nebo evropských trendů ve využívání solárních kolektorů. Na poslední dvojstránce jsou zobrazeny budovy technických služeb města Zlín, s jejich solárními kolektory a také obytná lokalita Amorbach v Neckarsulmu, která také využívá solárních kolektorů.

Čtvrtá a poslední brožura, která v rámci programu CONCERTO vyšla se jmenuje „**Jak se stát dodavatelem programu CONCERTO**“. Tato brožura je opět laděna do stejné barvy, je tištěná ve stejném formátu i na křídovém papíře. V této brožurce se čtenáři dozví, co vše dodavatelé, kteří v rámci programu spolupracují, dodávají.

Všechny tyto brožury jsou k dispozici v informačním středisku zlínské radnice a v úředních hodinách také v místní úřadovně Magistrátu města Zlína v Loukách. Jinde ale k vidění nejsou. Domnívám se, že umístění těchto informačních brožur není vhodně zvolené. Informační centra navštěvují převážně turisté, kteří chtějí získat informace týkající se převážně kulturních památek města. Brožury by bylo vhodné umístit do prostor odboru životního prostředí popř. na vývěsku Magistrátu.

8.1.2 Plakáty

Plakáty patří k médiím, které mají za účel oslovit větší množství lidí. Jejich nevýhodou je bohužel to, že nemohou oslovit přímo konkrétní cílovou skupinu. Ta je oslovena pouze v rámci široké veřejnosti. Aby mohl plakát splnit svůj účel, je velmi důležité zvolit místo, kde by měl být umístěn. Toto místo úzce souvisí s místy, kde se převážně vyskytuje daná cílová skupina. Nejdůležitější je, aby plakát upoutal a přitáhl pozornost. Plakáty na projekt Energy in Minds! jsou laděny do stejné barvy jako již zmíněné informační brožury. Tedy do barvy zelené. První plakát je možno vidět v budově zlínského Magistrátu. Na tomto plakátu najdeme základní informace o tom, co je projekt Energy in Minds! Proč se na území města Zlína realizuje, kdo jej dotuje a kdo je přímým účastníkem tohoto projektu. Dále je zde k vidění mapa demonstrační oblasti, která je v centru samotného plakátu. Hned vedle ní je mapa Evropy, na které jsou vyznačeny členské země, které se do tohoto projektu také zapojily. Získáme zde také informace jakých výsledků by chtělo město Zlín pomocí tohoto projektu dosáhnout. Nalezneme tu i informace pro potenciální zájemce o projekt. Ve spodní části plakátu je uveden odkaz na webové stránky, které poskytují veškeré dostupné informace o projektu.

Dalším plakátem, který je opět k vidění pouze v budově zlínského Magistrátu a ve 22. budově Svitů, je plakát s názvem Energetika v centru pozornosti Evropské unie. Zde jsou k vidění informace, proč chce Evropská unie snižovat spotřebu energie vyráběnou z fosilních paliv. Dále jsou zde v horní části loga se jmény jak zlínské energetické agentury, tak i samotného projektu či přímo programu, ve kterém je projekt realizován. Ve střední části najdeme informace o poradenské činnosti a službách Energetické agentury zlínského kraje. Pod těmito informacemi nalezneme kontaktní adresu, telefon, mail, fax a odkaz na webové stránky Energetické agentury.

Napravo od těchto informací týkajících se Energetické agentury Zlín jsou uvedeny informace o projektu Energy in Minds!

Třetí plakát se opět nachází v budově magistrátu a také ve 22. budově Svitů. Zde se dočteme o současné energetické situaci Zlínského kraje a města Zlína. Dále také o místních rozvojových záměrech v oblasti energetiky. Všechny tyto informace jsou soustředěny do levé horní části plakátu. Je zde k vidění také graf struktury spotřeby paliv a energie ve Zlínském kraji. V pravé horní části jsou informace o obnovitelných zdrojích ve Zlínském kraji a ve městě Zlín. V levé střední části najdeme mapu Zlínského kraje rozdělenou na jednotlivé okresy. V každém vyznačeném okrese je graf, kde je vyznačena spotřeba paliv a energie. V pravé střední části je zmenšená mapka zlínského kraje a kolem ní jsou obrázky jednotlivých objektů, které využívají různých obnovitelných zdrojů energie. V levé spodní části plakátu najdeme grafy. Na jednom je zobrazena struktura spotřeby, a na druhém pokrytí zdrojů ve Zlínském kraji. Pod těmito grafy jsou informace o tom, jaké jsou záměry kraje a města v oblasti energetiky. V pravé dolní části najdeme opět dva grafy. Na jednom je vyhodnocena současná situace ve využívání obnovitelných zdrojů energie. A na druhém potenciál, kterého by město chtělo v období pěti let dosáhnout. Ve spodní části plakátu najdeme odkaz na webové stránky projektu www.chytraenergie.cz.

Plakáty, které by občany upozorňovaly na tento projekt nenajdeme bohužel jinde než v budově zlínského Magistrátu a v budově 22. budovy Svitů. Organizátoři projektu zvažují vyvěšení plakátů ještě do Podnikatelského informačního centra a do Energetického poradenského střediska ve Zlíně. Domnívám se, že počet vyvěšených informačních plakátů je značně nedostačující. Pokud by se zvýšil počet výlepených plakátů, zvýšila by se i informovanost a povědomí zlínské veřejnosti o projektu Energy in Minds! Navrhovala bych, aby se tyto plakáty např. rozvěsily na zastávkách a autobusech MHD, a to z toho důvodu, že se na těchto místech koncentruje velké množství lidí. Mezi nimi by se jistě našla celá řada dalších potenciálních zájemců o využívání alternativních zdrojů energie.

Z kvalitativního hlediska jsou plakáty dobře zpracovány. Najdeme zde veškeré potřebné informace, které potřebujeme. Z kvantitativního hlediska je počet plakátů značně nedostačující.

8.2 Hromadné sdělovací prostředky a projekt Energy in Minds!

Hromadné sdělovací prostředky patří k nejvyužívanějším médiím. Výhodou tohoto způsobu předávání informací je, že zasáhne najednou velké množství příjemců. Hromadné sdělovací prostředky mají ale také své nevýhody. Jednou z nich je nedostatečná zpětná vazba. Ta je ovšem v komunikaci velmi důležitá. Hromadné sdělovací prostředky mají pouze jednosměrný tok informací. Nevýhodou hromadných sdělovacích prostředků je také to, že např. neseriózní redaktor, publicista či zpravodaj může dané sdělení upravit a informace zcela zkreslit. Případně je nemusí publikovat vůbec.

Mezi hromadné sdělovací prostředky patří:

- články v novinách
- televizní rozhovory a reportáže
- webové stránky

8.2.1 Články v novinách

O projektu Energy in Minds! bylo napsáno již mnoho článků. Psalo se o něm nejen na regionální úrovni, ale také na úrovni celostátní. První zmínky se datují od roku 2004. První článek vyšel ve Zlínských novinách 1. července roku 2004. V regionálním měsíčníku Magazín Zlín se první informace o tomto projektu objevila v červencovém čísle v roce 2005. Od té doby se články zabývající se projektem Energy in Minds! objevují velmi pravidelně. Články pojednávají o změnách a novinkách projektu a informují obyvatele města Zlína o tom, jak se projekt vyvíjí. Najdeme zde informace, jak projekt začínal, v rámci jakého programu je realizován, kdo tento projekt dotuje, co by měl tento pětiletý projekt přinést občanům Zlína atd. Články, které se vztahují k projektu Energy in Minds! najdeme v sekci zaměřené na životní prostředí. U článků najdeme také logo projektu s odkazem na webové stránky, a také zde nalezneme základní informace o tom, kdo tento projekt ve Zlíně realizuje a jaké jsou vize. O projektu se nepíše pouze v regionálním měsíčníku Magazín Zlín, ale také např. ve Zlínských novinách či v Týdeníku Zlínka.

Výčet některých článků o projektu Energy in Minds! v regionálním tisku:

- **Evropský projekt pomůže Zlínu ušetřit energii** (Zlínské noviny, 1.7.2004)
- **Šetrná energie bude v centru pozornosti** (Zlínské noviny, 1.10.2004)
- **Program EU CONCERTO začíná mít konkrétní podobu** (Zlínské noviny, 14.10.2004)
- **Podhoří a Louky zateplí domy** (Zlínské noviny, 18.6.2005)
- **Zahájení projektu Energy in Minds!** (Magazín Zlín, č. 7/2005)
- **V kraji má vzniknout agentura pro efektivní využívání energie** (Zlínské noviny, 23.9.2005)
- **Zlín předvede Evropě, jak lze šetřit energii** (Zlínské noviny, 20.11.2005)
- **V Chlumu rostou nové hobití domky** (Zlínské noviny, 22.11.2005)
- **EU podpoří energeticky chytrý Zlín** (Magazín Zlín, č.11/2005)
- **Teorie relativity energetických úspor** (Týdeník Zlínska, 1.11.2005)
- **Energeticky chytrý Zlín s podporou EU** (Magazín Zlín, č.12/2005)
- **Chytře na energii s podporou EU** (Magazín Zlín, č.1/2006)
- **Chytře na energii s podporou EU - Solární kolektory** (Magazín Zlín, č.2/2006)
- **Chytře na energii s podporou EU – Tepelné vlastnosti domů a bytů** (Magazín Zlín, č.3/2006)
- **Chytře na energii s podporou EU – Informace pro žadatele o dotaci** (Magazín Zlín, č.4/2006)
- **Vodu v lázních budou ohřívat sluneční paprsky** (Zlínské noviny, 24.2.2005)
- **V lázních se lidé ohřejí díky penězům z Unie** (Týdeník Zlínska, 28.2.2005)
- **V regionu přibývá solárních panelů** (Zlínské noviny, 20.3.2005)
- **Zlín pomůže se zateplením** (Zlínské noviny, 10.4.2006)
- **Chytře na energii s podporou EU – Zlínské zkušenosti vzbudily zájem zahraničních partnerů** (Magazín Zlín č.5/2006)

- **Zlín chce postavit sluneční elektrárnu** (Zlínské noviny, 4.5.2006)
- **Chytře na energii s podporou EU – Členové mezinárodního konsorcia bilancovali první rok projektu** (Magazín Zlín, č.6/2006)
- **Chytře na energii s podporou EU – Skládka odpadu jako ideální místo pro sluneční elektrárnu** (Magazín Zlín, č.7/2006)
- **Chytře na energii s podporou EU – Občané podávají první žádosti o dotace** (Magazín Zlín, č.8/2006)
- **Chytře na energii s podporou EU – Hlavní výsledky prvního roku projektu** (Magazín Zlín, č. 9/2006)
- **Úspory energie a využívání obnovitelných zdrojů** (Magazín Zlín, č.10/2006)
- **Chytře na energii s podporou EU – Energetická agentura Zlínského kraje, o.p.s** (Magazín Zlín, č.11/2006)
- **Chytře na energii s podporou EU – Vychází brožura „Vyplatí se Soláry?“** (Magazín Zlín, č.12/2006)
- **Chytře na energii s podporou EU – Hlavní výsledky realizace projektu – Teplo Zlín, a.s.** (Magazín Zlín, č.2/2007)
- **Chytře na energii s podporou EU - Hlavní výsledky realizace projektu - Zelené bydlení, o.s.** (Magazín Zlín, č.3/2007)

Jak již bylo zmíněno o projektu Energy in Minds! se nepíše pouze na regionální úrovni, ale tento projekt se dostal i do celostátního tisku. Zde jsou lidé z celé republiky informováni o tom, o jaký projekt se jedná, jaké jsou jeho vize, a čeho by chtěli organizátoři projektu v průběhu příštích 5- ti let dosáhnout. Důvodem, proč se o zlínském projektu píše i na celostátní úrovni, je zejména to, aby široká veřejnost měla povědomí o tom, jakých možností mohou města v rámci Evropské unie využívat. Jak se do projektu zapojit a jakým způsobem čerpat ze strukturálních fondů Evropské unie.

Výčet některých článků o projektu „Energy in Minds!“ v celostátním tisku:

- **Zlín bude šetřit energií** (MF Dnes, 19.6.2004)
- **Město bude šetřit energií** (MF Dnes, 22.6.2004)
- **Zlín získá miliony z EU** (Právo, 16.6.2005)
- **Město zateplí školy a školky** (MF Dnes, 11.7. 2005)
- **Kraj bude podporovat úspory energií** (MF Dnes, 22.9.2005)
- **Zlínská radnice zateplí školy** (MF Dnes, 27.1.2006)
- **Vodu ve zlínských lázních ohřeje Slunce** (Lidové noviny, 23.2.2006)
- **Vodu v lázních ohřeje ekologická energie** (MF Dnes, 23.2.2006)
- **Voda v lázních bude ohřívána ekologicky** (Právo, 24.2.2006)
- **Zlínská radnice chce sluneční elektrárnu** (MF Dnes, 4.5.2006)
- **Zlín myslí na sluneční elektrárnu** (Právo, 4.5.2006) [24]

8.2.2 Televizní rozhovory a reportáže

Projekt Energy in Minds! se dostal i do televize. Na vysílacím kanále ČT 24 v programu Regiony ČT 24 proběhl zhruba pětiminutový rozhovor s panem Ing. Zdeňkem Urbanovským, vedoucím oddělení koncepcí odboru strategického rozvoje Magistrátu města Zlína. V tomto rozhovoru pan Ing. Urbanovský hovořil o fotovoltaické elektrárně, která by měla vyrůst v lokalitě Suchý důl, na místě rekultivované části skládky komunálního odpadu. Tato lokalita totiž patří do demonstrační oblasti projektu Energy in Minds! a byla by tedy součástí projektu.

8.2.3 Webové stránky

Ti, kteří navštíví internetové stránky www.chytraenergie.cz, budou mile překvapeni. Webová prezentace tohoto projektu je velmi dobře graficky i přehledně ztvárněna. Prezentace na zeleném podkladu obsahuje veškeré informace o tomto projektu. Na těchto internetových stránkách je poskytováno velké množství důležitých informací týkajících se jak problematiky životního prostředí, tak veškerých informací a dat, které se týkají projektu samotného. Na úvodní stránce je velké logo projektu Energy in Minds! a obrázek zapadajícího slunce nad obzorem moře. Další z věcí, kterou zde uvidíte je členění do jednotlivých odkazů, které můžete na těchto stránkách navštívit. Jsou to odkazy: Projekt Energy in Minds!, Energeticky chytrý Zlín, Jak na úspory energií? a Dotazy a informace. Celá webová prezentace je laděna do zelené barvy, stejně jako všechna informační média. Po kliknutí na jednotlivé odkazy se vám rozbálí další podokna, ve kterých jsou rozepsány jednotlivé dílčí informace o projektu. Jsou zde obecné informace o projektu, informace o místních účastnících, dále je zde také mapa demonstrační oblasti atd. Všechny informace, které návštěvník těchto stránek potřebuje, zde nalezne. Stránky projektu jsou jednoduše a přehledně řešeny, což zejména starší lidé jistě ocení. Po celou dobu prezentace se v jejím horním rohu objevují aktuality, jež se projektu týkají. Můžete si zde také vybrat, zda chcete u prezentace poslouchat hudbu či nikoli. Na stránkách je k vidění také velké množství fotografií, které se vztahují k obnovitelným zdrojům energie.

Velmi důležitá je anglická mutace webových stránek. Díky ní mohou o projektu získat informace i obyvatelé mimo území České republiky. Problematika obnovitelných zdrojů energie je celosvětovým a v dnešní době velmi diskutovaným tématem.

Celkově jsou webové stránky velmi dobře zpracované, jak po stránce grafické, tak i po stránce obsahové a informační. V dnešní době, kdy se internet stává jedním z nepostradatelných médií a zdrojem informací, je kvalitní tvorba webových stránek velmi důležitá a zásadní. Často jsou webové stránky prvním místem, které potenciální zájemce o využívání alternativních zdrojů energie, ale i jiných stránek, navštíví. Profesionálně zpracované webové stránky dodají jak projektu, tak i organizátorům akce na prestiži a mohou ovlivnit rozhodování lidí.

8.3 Akce jako nástroj práce s veřejností

V rámci projektu Energi in Minds! komunikuje město Zlín jak se širokou veřejností, tak i s občany, kteří bydlí v demonstrační oblasti. Své aktivity má rozděleny tedy na akce pro veřejnost a pro demonstrační oblast.

- semináře
- veletrhy

8.3.1 Semináře

V rámci programu CONCERTO se uskutečnilo již několik seminářů. Semináře se konaly buď v prostorách zlínského Magistrátu, nebo také v prostorách salónku interhotelu Moskva. Některé byly zaměřeny pro laickou, jiné pro odbornou veřejnost. V rámci projektu Energy in Minds! se nekonají semináře pouze na území města Zlína, ale také například v Karlových Varech či na Jeleňovské. V těchto městech se konaly různé energetické semináře, v rámci kterých pan Ing. Urbanovský přednášel o zlínském projektu.

Seminář „Možnost úspor energií ve veřejných budovách“

Seminář se uskutečnil 6. února 2006 v prostorách Magistrátu města Zlína. Organizačně byl tento seminář zajištěn občanským sdružením Zelené bydlení za spolupráce zaměstnanců zlínského Magistrátu. Zúčastnilo se ho 5 zástupců školských zařízení (základní školy + školky zřizované městem), dále také ředitel Steza Zlín, hlavní energetik města a tři zaměstnanci Magistrátu města Zlína. Seminář probíhal podle harmonogramu, který byl předem stanoven. Úvod přednesl náměstek primátora Karel Dvorský. Dalším bodem plánovaného harmonogramu byly informace o projektu Energy in Minds!, které přednesl posluchačům pan Ing. Frkal z občanského sdružení Zelené bydlení. V rámci semináře vystoupilo hned několik osob, které sdělovaly informace například z prostředí legislativy a metrologie pro oblast teplotnictví. Mezi tématy, které se zde projednávaly a přednášely, byly také informace o termostatických ventilech, které přednášel pan Ing. Malušek ze společnosti REÚSS, která se tímto problémem zabývá. Posledním bodem, který byl v rámci semináře prezentován, byl bod týkající se tématu zateplování, o kterém přednášel pan Josef Morys z akciové společnosti Teplo Zlín.

Seminář „Možnost úspor energií v bytových domech“

Seminář proběhl dne 13. února 2006 v prostorách Magistrátu města Zlína. Konal se od 15:30 do 17:50 hodin. Organizační záležitosti byly zajištěny občanským sdružením Zelené bydlení a zároveň také Magistrátem města Zlína pod záštitou náměstka primátora Mgr. Hynka Stesky. Tohoto semináře se zúčastnilo 29 osob a to vesměs občanů z lokality demonstrační oblasti sídliště Podhoří. Seminář probíhal podle předem stanoveného harmonogramu. Úvodní slovo měl pan Mgr. Hynek Steska, náměstek primátora. Po úvodním slovu náměstka primátora následovaly informace o projektu Energy in Minds!. Ty přednesl pan Ing. Frkal z občanského sdružení Zelené bydlení. K dalším bodům semináře patřily například legislativa a metrologie pro oblast teplotenství. Seminář měl naprosto shodnou strukturu jako seminář pořádaný pro správce veřejných budov. Jediným rozdílem byla diskuse, na které se probíraly především organizační otázky ohledně poskytování dotací, garancí správnosti realizace, financování investičních akcí podpořených z projektu, možnosti využití několika dotačních titulů pro realizaci akce.

Seminář Energo Zlín 2006 – Energy in Minds!

Seminář se konal 10. března 2006 v prostorách salonku interhotelu Moskva. Tato akce byla pořádána ve spolupráci zlínských partnerů projektu Energy in Minds s cechem topenářů. Semináře se zúčastnilo na 60 zájemců z řad jak topenářů, tak i účastníků výměnné schůzky pracovníků služeb konsorcia Energy in Minds!. Seminář se konal podle naplánovaného harmonogramu. Zahájení semináře bylo svěřeno panu Mgr. Strakovi. Celý seminář pojednával o programu CONCERTO, o jeho iniciativě a dosavadních dosažených výsledcích. O těchto informacích přednášel pan Ing. Frkal z akciové společnosti Zelené bydlení. Mezi další body, které byly na programu, patřilo např. téma využívání energie z komunálního odpadu či možnost úspor energií díky využívání hydraulického systému.

8.3.2 Veletrhy

Veletrhy jsou velmi dobrým nástrojem ke komunikaci s potenciálními zákazníky. A to z toho důvodu, že mají dlouholetou tradici a jsou jak zdrojem informací, tak i zdrojem pobavení, obveselení či rozptýlení. Dále je možno veletrhy vnímat jako prostředek uvolnění či oslabování sociálního napětí. Součástí veletrhu bývá v dnešní době doprovodný program, který sehraává tu nejdůležitější roli. Lidé, kteří se veletrhu zúčastní, si v rámci doprovodného programu mohou spoustu věcí vyzkoušet a jak se říká „osahat“. To je velmi důležité. Tím, že přijdou do přímého kontaktu s daným objektem či službou, mají mnohem větší motivaci si daný objekt pořídit či službu využít. V rámci doprovodného programu mohou probíhat nejrůznější soutěže, loterie, dotazníková šetření atd. V dnešní době hraje doprovodný program jednu z nejdůležitějších rolí.

.

Veletrh THERM

Veletrh Therm se uskutečnil 9. -11.3. 2006 ve sportovní hale Novesta. V rámci tohoto veletrhu probíhal také „Veřejný energetický den“. Na tomto veletrhu měl projekt Energy in Minds! svůj vlastní stánek. Ve stánku byly rozdávány informační brožury o cílech projektu a o principu fotovoltaických systémů. Součástí stánku byl také počítač, na kterém si účastníci veletrhu mohli vypočítat energetickou náročnost svého domu či bytu. Dále byli účastníci informováni o tom, jaké aktivity se ve Zlíně realizují a realizovat budou. Ti, kteří navštívili veletrh Therm a přišli se podívat ke stánku Energy in Minds! byli požádáni o vyplnění dotazníku vztahujícího se k energetickým otázkám. Veletrh trval 3 dny a během této doby stánek navštívilo přibližně 500 návštěvníků. 50 z nich vyplnilo dotazník a 20 se zajímalo o výpočet energetické náročnosti svého bytu nebo domu prostřednictvím nainstalovaného počítače.

V rámci doprovodného programu se zde na veletrhu konala odborná přednáška o energetice. Přednáška byla zaměřena spíše na odbornou veřejnost, která má o této problematice větší povědomí.

8.4 Další propagační aktivity projektu Energy in Minds! plánované do budoucna

Do budoucna se chystají následující propagační aktivity. Jednou z nich bude například vyvěšení plakátů informujících o projektu Energy in Minds! na dalších místech ve Zlíně. Jsou plánovaná dvě nová místa, kde by se měly plakáty projektu objevit. Těmito místy jsou: Podnikatelské informační centrum ve Zlíně a Energetické poradenské středisko.

Další propagační aktivitou, která by měla být realizována, je rekonstrukce 2 domů v městské části Zlín Louky. Tyto domy budou rekonstruovány v rámci projektu Energy in Minds! a po celou dobu jejich rekonstrukce na nich budou vyvěšeny velké reklamní poutače. Na poutačích nalezneme informace o tom, že rekonstrukce těchto objektů probíhá ve spolupráci s projektem Energy in Minds!

Všechny propagační prostředky od brožur přes letáky či šablony dopisů obsahují logo projektu Energy in Minds!. (viz příloha č. 4) Toto logo, které vytvořil student Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulty multimediálních komunikací Petr Stejskal.

Evropská unie vydala nové rozhodnutí o tom, že veškeré prospekty týkající se programu CONCERTO musí obsahovat jak logo projektu Energy in Minds!, tak logo programu CONCERTO. Opomenuti nesmějí být ani ti, kdo projekt podporují a bez jejichž pomoci by nemohl být realizován.

9 HYPOTÉZY A CÍLE

V praktické části své bakalářské práce bych ráda potvrdila či vyvrátila své hypotézy týkající se povědomí zlínské veřejnosti o projektu Energy in Minds!.

Mé hypotézy jsou následující:

1. Malé povědomí o projektu Energy in Minds! u zlínské veřejnosti.
2. Povědomí občanů o tom, kde mohou k tomuto projektu získat potřebné informace.
3. Ochota investovat do bydlení využívající obnovitelných zdrojů energie.

Mé cíle jsou:

1. Na základě informací získaných z dotazníkového šetření zjistit, jaká je celková informovanost mezi zlínskou veřejností o projektu Energy in Minds!
2. Dozvědět se díky informacím získaným z dotazníků, jaké je povědomí občanů o tom, kde hledat potřebné informace týkající se projektu Energy in Minds!.
3. Na základě informací získaných z dotazníkového šetření zjistit, zda jsou lidé ve zlínském kraji investovat své peníze do bydlení, které je založeno na využívání obnovitelných zdrojů energie.
4. Na základě informací získaných z dotazníkového šetření vyvodit závěry, jak by se mělo při propagaci projektu Energy in Minds! dále postupovat.

9.1 Dotazníkové šetření

9.1.1 Analýza dotazníku

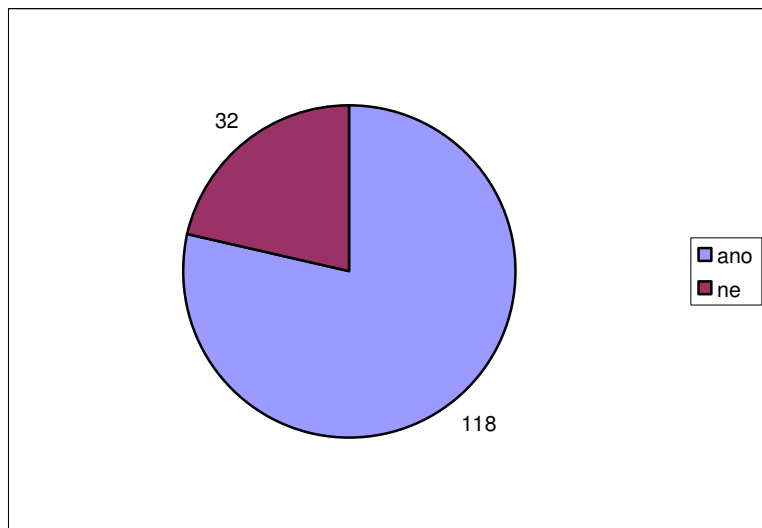
V průběhu měsíce dubna 2007 jsem provedla dotazníkové šetření mezi obyvateli města Zlín. Zvolila jsem formu primárního průzkumu – dotazování pomocí dotazníku. Má řadu výhod: rychlost, dostupnost a možnost statistického a grafického zpracování.

Cílem této sondy bylo potvrdit nebo vyvrátit mé hypotézy, které jsem si na začátku své bakalářské práce stanovila.

K tomuto účelu bylo osloveno celkem 150 náhodných respondentů, které jsem oslovila na různých místech města Zlína. Např. na Náměstí Míru, na zastávkách městské hromadné dopravy či přímo v budově zlínského Magistrátu.

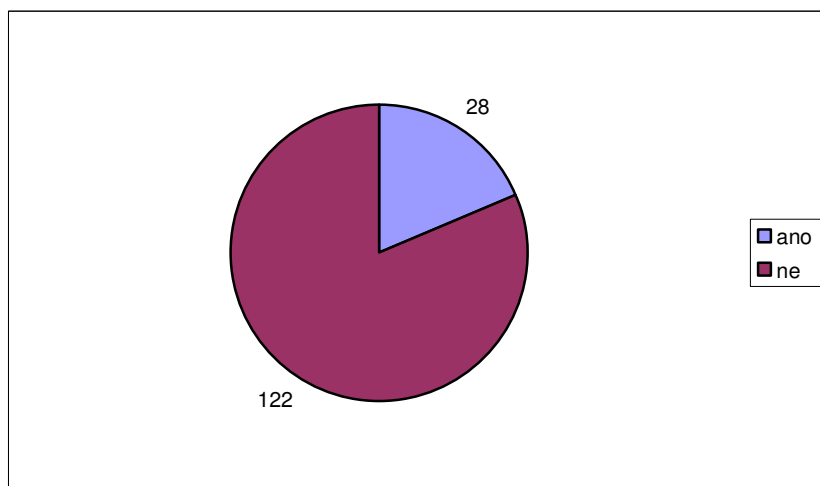
9.2 Vyhodnocení dotazníku

Obr. 1 Otázka č.1: Jste občanem města Zlína?



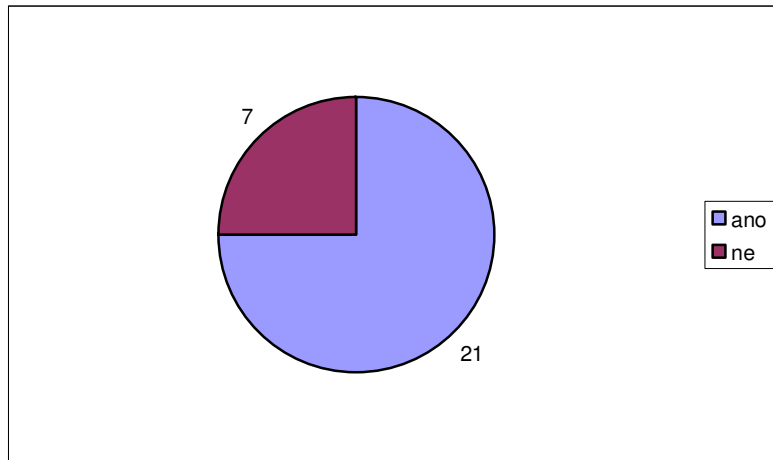
Na otázku „Jste občanem města Zlína“ odpovědělo 118 ano a 32 odpovědělo ne.

Obr. 2 Otázka č.2: Znáte projekt Energy in Minds!, který se realizuje na území města Zlín?



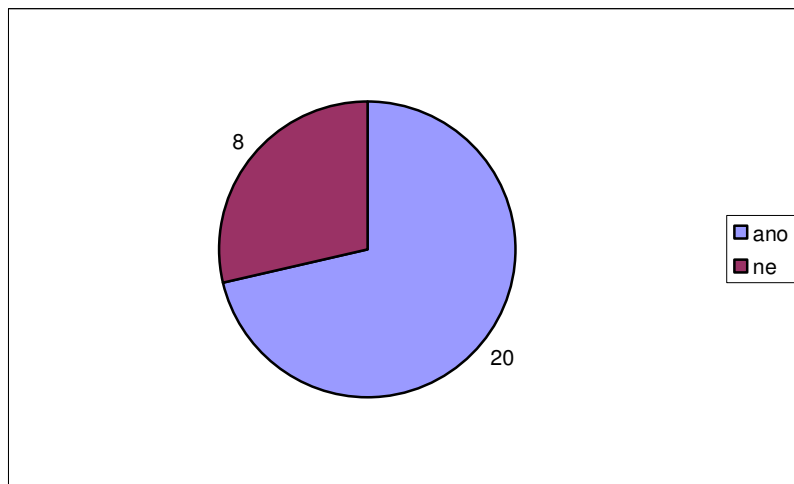
Na tuto otázku mi odpovědělo 122 respondentů, že nezná projekt Energy in Minds! a 28 respondentů že ano.

Obr. 3 Otázka č.3: Víte ve které městské části se projekt realizuje?



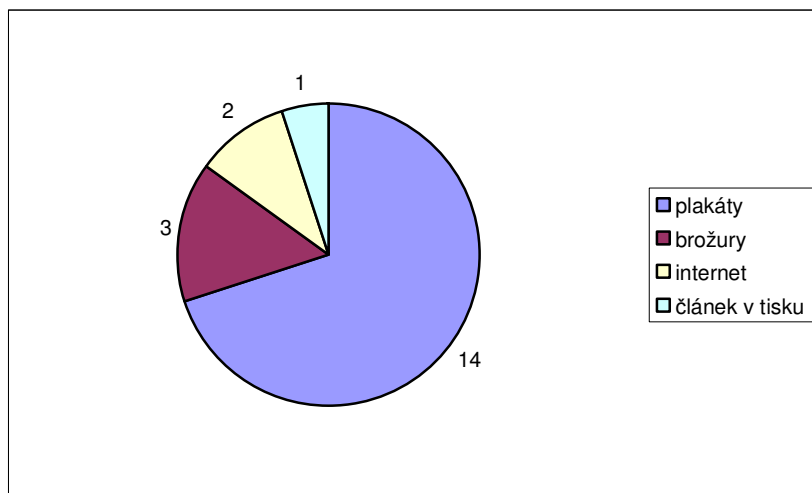
Z 28 dotazovaných respondentů odpovědělo ano 21 a ne 7 respondentů

Obr. 4 Otázka č.4: Pokud tento projekt znáte, viděl/a jste nějaké propagační prostředky?



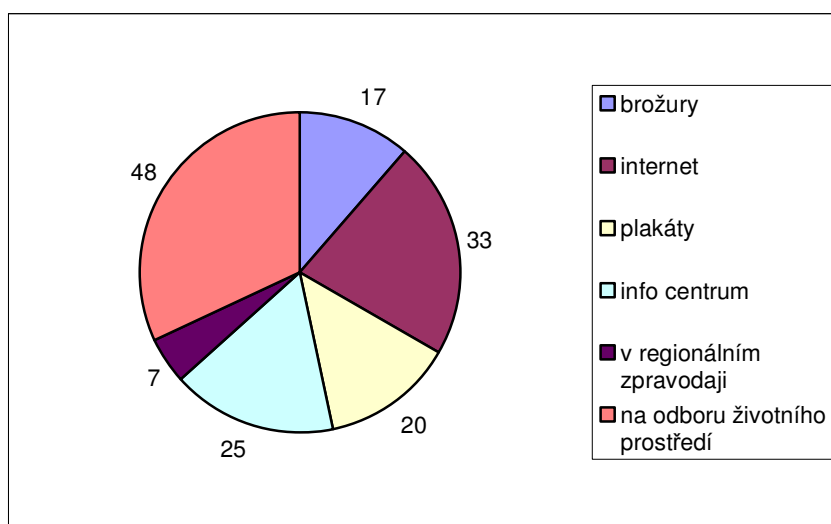
Na tuto otázku mi odpovědělo 20 respondentů že vidělo nějaké propagační materiály a 8 respondentů, že nevidělo žádné propagační materiály.

Obr. 5 Otázka č.5: .Pokud jste viděl/a propagační prostředky, které to byly?



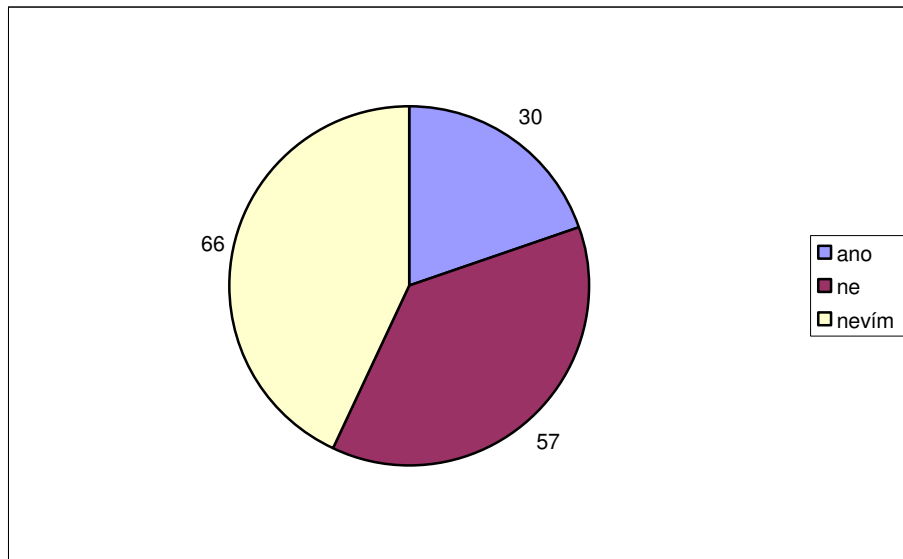
Na tuto otázku odpovědělo nejvíce respondentů a to 14, že viděli plakáty. Dále 3 dotazovaní respondenti viděli informační brožury, 2 respondenti navštívili webové stránky na internetu a 1 dotazovaný se o projektu dočetl v tisku.

Obr. 6 Otázka č.6: .Kde byste hledal/a informace o projektu Energy in Minds!?



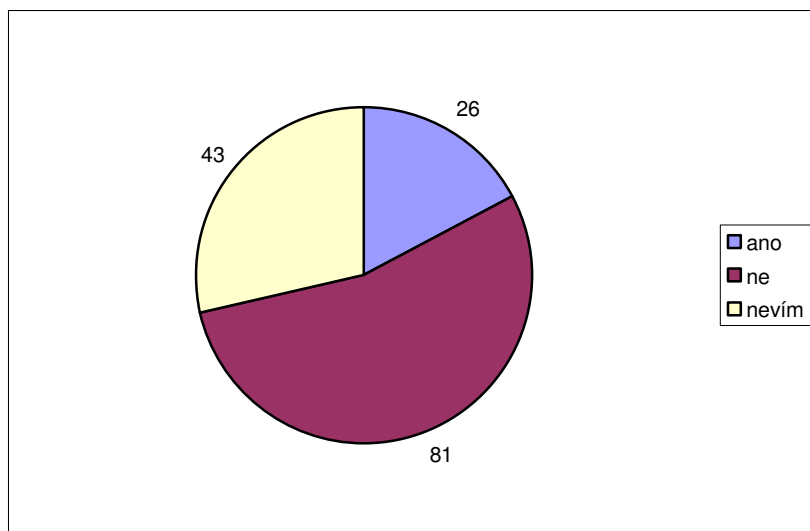
Na tuto otázku odpovědělo nejvíce dotazovaných respondentů a to 48, že informace by hledali na odboru životního prostředí, dále 33 respondentů by informace hledalo na internetu, 25 respondentů v informačním centru ve Zlíně, 20 na plakátech, 17 v brožurách a 7 respondentů v regionálním zpravodaji.

Obr. 7 Otázka č.7: Byli byste ochotni investovat do bydlení, které by využívalo obnovitelných zdrojů energie?



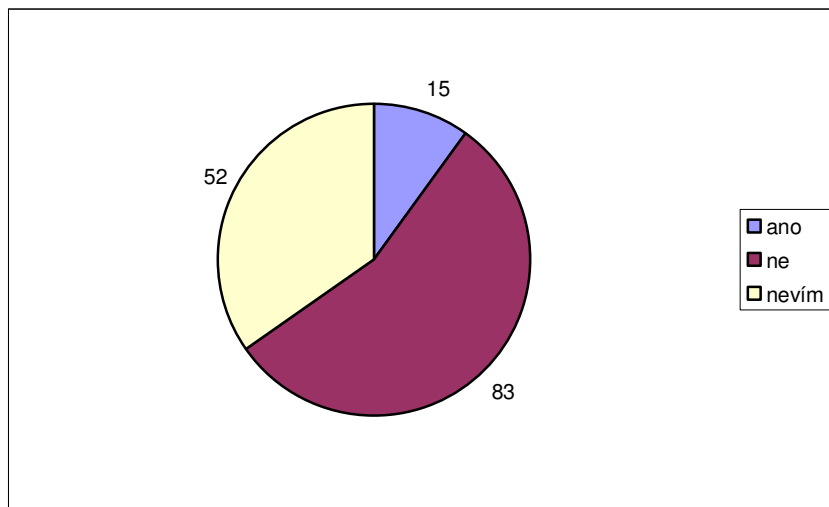
Na tuto otázku odpovědělo 30 dotazovaných respondentů, že ano. 57 ne a 66 respondentů neví.

Obr. 8 Otázka č. 8: Kampaň, zaměřená na podporu obnovitelných zdrojů energie, kterou podpoří celebrita, má podle Vás větší efekt?



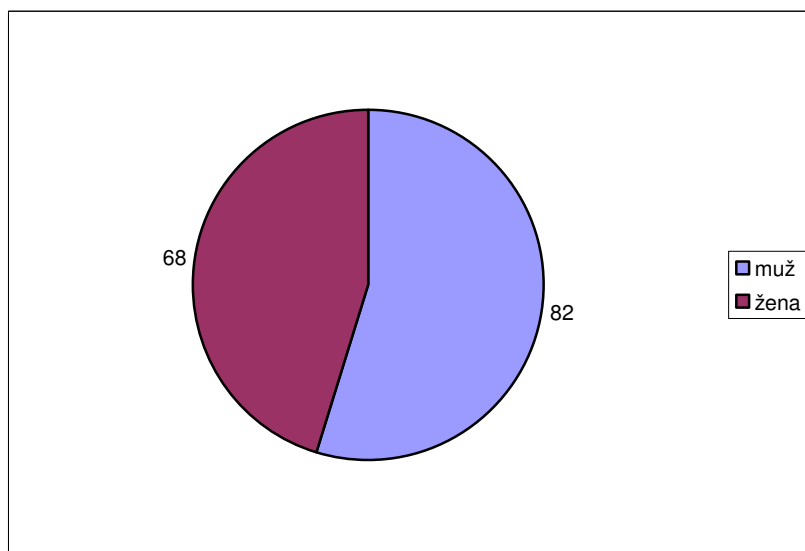
Na tuto otázku odpovědělo ano 26 dotazovaných respondentů, 81 respondentů odpovědělo ne a 46 respondentů neví.

Obr.9 Otázka č. 9: Ovlivnila Vás někdy nějaká kampaň natolik, abyste něco ve svém životě změnili?



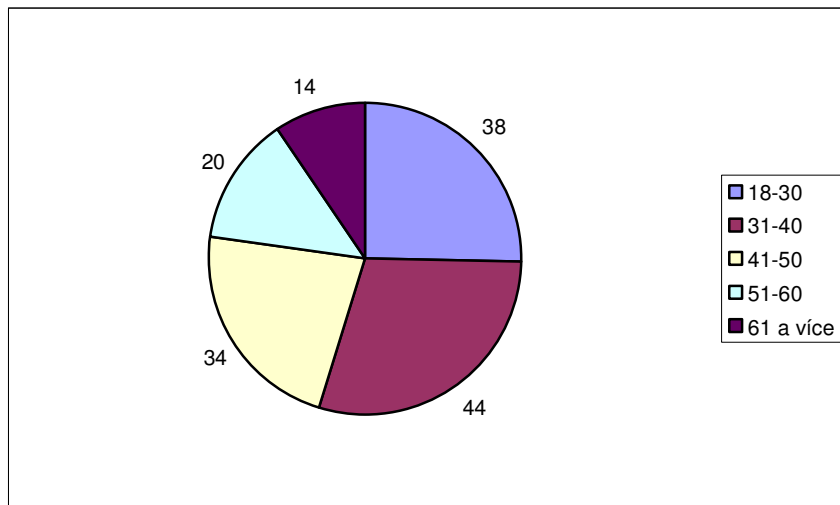
Na otázku, jestli někdy kampaň ovlivnila jejich chování odpovědělo 15 respondentů ano, 83 ne a 52 neví.

Obr. 10 Otázka č.10: Pohlaví



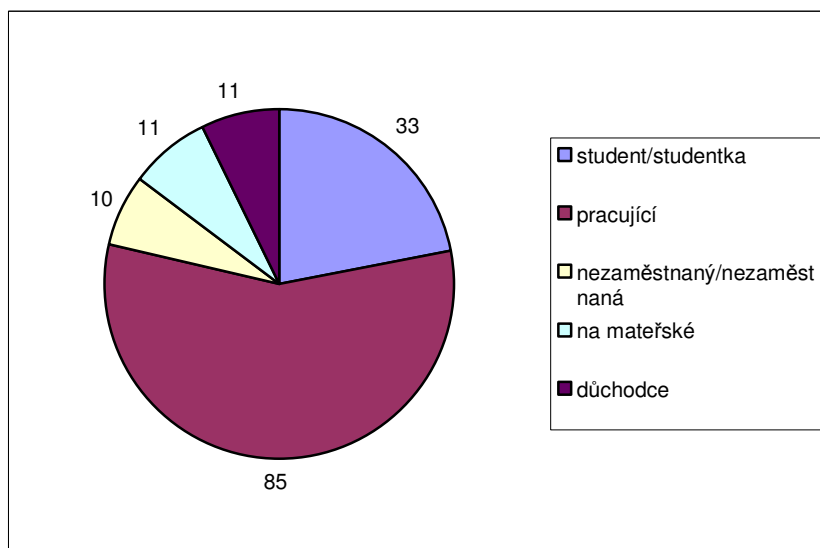
Při své výzkumné sondě jsem se dotazovala 68 žen a 82 mužů.

Obr. 11 Otázka č. 11: Věk



Při svém výzkumu jsem se dotazovala 38 respondentů ve věku 18-30, 44 respondentů ve věku 31-40, 34 respondentů ve věku 41-50, 20 respondentů ve věku 51-60 a 14 respondentů, kterým bylo 61 a více let.

Obr. 12 Otázka č. 12: Jste?



Při svém výzkumu jsem se dotazovala 85 respondentů, kteří jsou pracující, 33 studentů, 11 důchodců, 11 maminek na mateřské a 10 nezaměstnaných.

9.2.1 Vyhodnocení výzkumné sondy

- Většina obyvatel města Zlín a jeho okolí nezná projekt Energy in Minds!
- Většina z těch co znají projekt ví, kde se nachází demonstrační oblast
- Většina z těch, kteří projekt znají se setkaly s nějakými propagačními prostředky
- Nejvíce se lidé setkaly s plakáty, dále pak s brožurami a internetem
- Největší vzorek dotazovaných respondentů by hledal informace o projektu přímo na odboru životního prostředí, dále pak na internetu
- Většina dotazovaných respondentů neví, nebo by nechtěla investovat do bydlení, které by využívalo obnovitelných zdrojů energie

ZÁVĚR

Problematika životního prostředí se v dnešních dnech staví stále více do popředí. A to je velmi dobře. Lidé si pomalu, ale jistě, začínají uvědomovat, že pokud nezmění svůj postoj k přírodě, bude to mít velmi vážné důsledky.

Ukazuje se však, že se hlavně mladí lidé začínají o problematiku péče o životní prostředí zajímat, což je velmi pozitivní. Právě mladá generace má ve svých rukou budoucnost naší země.

Hodiny ekologie a přednášky spojené s tímto tématem již na základních školách, jistě přinesou své ovoce. Děti si začnou uvědomovat, jak se mají k přírodě chovat. Pokud si tyto zvyky osvojí již v tomto věku, je zde velká pravděpodobnost, že z nich vyrostou lidé, kterým nebude lhostejná příroda, ani životní prostředí.

Projekt Energy in Minds! je prvním větším projektem, který se na území města Zlína realizuje. Chtěla bych věřit, že není posledním, ale že po něm budou následovat další, jemu podobné projekty. Veřejnost se o ně bude více zajímat a díky tomu si i my, jakožto obyvatelé Zlínského kraje můžeme říci, že jsme udělali další krok blíže k přírodě.

Současné povědomí o projektu Energy in Minds! je bohužel nedostačující. Malá informovanost má za důsledek, že se o tento projekt nezajímá dostatečné množství obyvatel Zlína. Věřím, že ve Zlíně a okolí se najde celá řada lidí, kteří se o alternativní zdroje energie zajímají a jistě by se rádi např. do tohoto projektu zapojili. Ať už jako realizátoři úsporných opatření, nebo jako dodavatelé.

Zvolené propagační nástroje projektu Energy in Minds! jsou dobré, ale bohužel se vyskytují v malé míře.

Věřím však, že do budoucna tomu bude právě naopak a tento projekt se setká s velmi kladným ohlasem zlínské veřejnosti.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] KOLEKTIV AUTORŮ, *Malý průvodce energetickými úsporami a alternativními zdroji*. Aldebaran Valašské Meziříčí, 2003. str.53 ISBN 80-903117-6-8
- [2] www.alternativni-zdroje.cz
- [3] BROŽ, Karel, ŠOUREK, Bořivoj, *Alternativní zdroje energie*. vydavatelství ČVUT, 2003. str. 122. ISBN 80-01-02802-X
- [4] <http://www.alternativni-zdroje.cz/vodni-geotermalni-energie.htm>
- [5] <http://www.alternativni-zdroje.cz/vodni-geotermalni-energie.htm>
- [6] <http://www.alternativni-zdroje.cz/vyroba-energie-biomasa.htm>
- [7] <http://www.alternativni-zdroje.cz/vetrne-elektrarny.htm>
- [8] BALÁK, R., PROKEŠ, K. *Nové zdroje energie*, Nakladatelství technické literatury, 1984, str.60.
- [9] <http://www.alternativni-zdroje.cz/slunecni-solarni-elektrarny.htm>
- [10] KOLEKTIV AUTORŮ, *Obnovitelné zdroje energie*, nakladatelství FCC PUBLIC, str. 111. ISBN80-901985-8-9
- [11] <http://www.alternativni-zdroje.cz/tepelna-cerpadla-otec.htm>
- [12] <http://www.alternativni-zdroje.cz/energie-prilivu-priboje.htm>
- [13] BAČUVČÍK, Radim, *Marketing neziskového sektoru*, vydavatelství UTB, 2006. str. 9. ISBN 80-7318-436-2
- [14] BAČUVČÍK, Radim, *Marketing neziskového sektoru*, vydavatelství UTB ,2006. str. 9. ISBN 80-7318-436-2
- [15] BAČUVČÍK, Radim, *Marketing neziskového sektoru*, vydavatelství UTB ,2006. str. 13. ISBN 80-7318-436-2
- [16] BAČUVČÍK, Radim, *Marketing neziskového sektoru*, vydavatelství UTB ,2006. str. 14. ISBN 80-7318-436-2
- [17] BAČUVČÍK, Radim, *Marketing neziskového sektoru*, vydavatelství UTB ,2006. str. 14. ISBN 80-7318-436-2

- [18] BAČUVČÍK, Radim, *Marketing neziskového sektoru*, vydavatelství UTB ,2006. str. 16. ISBN 80-7318-436-2
- [19] BAČUVČÍK, Radim, *Marketing neziskového sektoru*, vydavatelství UTB ,2006. str. 17. ISBN 80-7318-436-2
- [20] MIKULIČOVÁ, Lenka, *Bakalářská práce Nekomerční marketingové kampaně v oblasti životního prostředí*, 2003, str.15
- [21] http://ec.europa.eu/environment/climat/campaign/takecontrolcampaign_cs.htm
- [22] <http://www.regec.cz/projekty/biomasa/biomasainfo/>
- [23] http://www.sustenergy.org/pdf/Brochure-Print_CS.pdf
- [24] www.chytraenergie.cz

Výčet použité literatury:

1. KOLEKTIV AUTORŮ, *Malý průvodce energetickými úsporami a alternativními zdroji*. Aldebaran Valašské Meziříčí, 2003. str.53 ISBN 80-903117-6-8
2. BROŽ, Karel, ŠOUREK, Bořivoj, *Alternativní zdroje energie*. vydavatelství ČVUT, 2003. str. 122. ISBN 80-01-02802-X
3. BALÁK, R., PROKEŠ, K. *Nové zdroje energie*, Nakladatelství technické literatury, 1984, str.60.
4. KOLEKTIV AUTORŮ, *Obnovitelné zdroje energie*, nakladatelství FCC PUBLIC, str. 111. ISBN80-901985-8-9
5. BAČUVČÍK, Radim, *Marketing neziskového sektoru*, vydavatelství UTB, 2006. str. 9. ISBN 80-7318-436-2
6. MIKULIČOVÁ, Lenka, *Bakalářská práce Nekomerční marketingové kampaně v oblasti životního prostředí*, 2003, str.15
7. www.alternativni-zdroje.cz
8. http://ec.europa.eu/environment/climat/campaign/takecontrolcampaign_cs.htm
9. <http://www.regec.cz/projekty/biomasa/biomasainfo/>
10. http://www.sustenergy.org/pdf/Brochure-Print_CS.pdf
11. www.chytraenergie.cz

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Otázka č.1: Jste občanem města Zlína?

Obr. 2 Otázka č.2: Znáte projekt Energy in Minds!, který se realizuje na území města Zlín?

Obr. 3 Otázka č.3: Víte ve které městské části se projekt realizuje?

Obr. 4 Otázka č.4: Pokud tento projekt znáte, viděl/a jste nějaké propagační prostředky?

Obr. 5 Otázka č.5: .Pokud jste viděl/a propagační prostředky, které to byly?

Obr. 6 Otázka č.6: .Kde byste hledal/a informace o projektu Energy in Minds!?

Obr.7 Otázka č.7: Byli byste ochotni investovat do bydlení, které by využívalo obnovitelných zdrojů energie?

Obr. 8 Otázka č. 8: Kampaň, zaměřená na podporu obnovitelných zdrojů energie, kterou podpoří celebrita, má podle Vás větší efekt?

Obr.9 Otázka č. 9: Ovlivnila Vás někdy nějaká kampaň natolik, abyste něco ve svém životě změnili?

Obr. 10 Otázka č.10: Pohlaví

Obr. 11 Otázka č. 11: Věk

Obr. 12 Otázka č. 12: Jste?

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 – Živé sochy

Příloha č. 2 – I ty můžeš ovlivnit změny klimatu

Příloha č. 3 – Brožura Jak využít programu EU CONCERTO?

Příloha č. 4 – Logo COCERTO a logo Energy in Minds!

PŘÍLOHA Č.1 : ŽIVÉ SOCHY



PŘÍLOHA Č.2 : I TY OVLÁDÁŠ ZMĚNU KLIMATU



PŘÍLOHA Č. 3 : BROŽURA JAK VYUŽÍT PROGRAMU CONCERTO?



PŘÍLOHA Č. 4 : LOGO CONCERTO A LOGO ENERGY IN MINDS!



