

# WODOCIĄGI ZACHĘCAJĄ MIESZKAŃCÓW DO ZMIANY NAWYKÓW



Elbląskie i kobierzyckie przedsiębiorstwa wodociągowe to kolejne podmioty, które – oprócz uzdatniania i dostarczania wody pitnej mieszkańcom gmin – postawiły na edukację. Kampanie – mające na celu zmianę nawyków korzystania z sieci wodociągowo-kanalizacyjnej, oszczędzanie wody czy picie kranówki – kierowane są zarówno do dorosłych, jak i do dzieci. Dlaczego przedsiębiorstwa odpowiedzialne za wodę w naszych domach stawiają na edukację? Czy to się opłaca?

Problemem, dotyczącym bez wyjątku wszystkich wodociągów, są nieodpowiednie nawyki mieszkańców, związane z korzystaniem z sieci sanitarnej. Wszystko to, co nadprogramowo trafia do kanalizacji, prędzej czy później powoduje zatory i awarie, a tym samym generuje dodatkowe koszty związane z ich usuwaniem. Ponieważ z kulturą korzystania z sieci niestety nadal bywa różnie, aby ją podnieść, wodociągi muszą nieustannie docierać z apelami do mieszkańców, czyli po prostu ich edukować. Wiedza i świadomość – dotyczące tego, co można, a czego nie powinno się wrzucać do kanalizacji (toalety, odpływu w kuchni i łazience, studzienek kanalizacyjnych) – nadal pozostawiają wiele do życzenia. Tymczasem problem nie dotyczy

tylko przedsiębiorstw wodociągowych, ale również mieszkańców – zator może oznaczać wybiście ścieków, a duża liczba interwencji i napraw prędzej czy później zaważy na rachunkach. Nie wiedza oraz brak edukacji z zakresu korzystania z sieci rezonują często dalej, ponieważ każda poważna awaria może mieć negatywne skutki środowiskowe – obecne również w najbliższym otoczeniu mieszkańców.

**Pod koniec czerwca tego roku, a więc na samym początku lata, zakazy i ograniczenia zużycia wody dotyczyły już 173 gmin w Polsce. Zaledwie rok wcześniej prawie sto gmin w kraju zaapelowało do swoich mieszkańców o oszczędzanie wody pitnej i ostrzegало, że może zabraknąć jej w kranach. Niestety przez globalne ocieplenie problem będzie narastać, a sytuacja hydrologiczna w nadchodzących latach się nie poprawi. Z powodu częstszych i silniejszych okresów suszy coraz więcej wodociągów, chcąc wyprzedzić jej negatywne skutki, apeluje do mieszkańców o rozważne używanie wody na co dzień.**

Kolejnym ważnym tematem dla przedsiębiorstw wodno-kanalizacyjnych, które poprzez edukację próbują „odczarować”, jest kwestia kranówki. Obawy związane z jej jakością i bezpieczeństwem picia wciąż zmuszają mieszkańców do sięgania po wodę butelkowaną. Tymczasem – jak zapewniają gminne wodociągi – wątpliwości dotyczące jakości wody z kranu są bezpodstawne.

– Duża część społeczeństwa jest przekonana, że woda butelkowana jest zdrowsza od tej z kranu. A to jest mit – mówi Marek Misztal, prezes zarządu w Elbląskim Przedsiębiorstwie Wodociągów i Kanalizacji. – Woda w sieci wodociągowej jest gruntownie i wielokrotnie badana, musi spełniać polskie i unijne normy. Zazwyczaj, np. w Elblągu, ma korzystne dla zdrowia stężenie minerałów, a jej konsumpcja kosztuje dosłownie niecały grosz za litr. Jej picie to nie tylko korzyści zdrowotne i ekonomiczne, ale również środowiskowe. Chcemy to uświadomić mieszkańcom – wyjaśnia prezes EPWiK. Kranówka, złe nawyki użytkowników sieci, susza i problemy z wodą, racjonalne i proekologiczne korzystanie z lokalnych ujęć wody pitnej – jak pokazuje codzienność i doświadczenie wodociągów, tematów do omówienia i przepracowania z mieszkańcami jest dużo, a przyszłość raczej nie uszczupli tego rezerwuaru – przeciwnie, zmusi kolejne wodociągi do edukacji użytkowników sieci. Dlatego lokalne przedsiębiorstwa wodociągowe coraz częściej stawiają na edukację prewencyjną – nie tylko dorosłych, którzy płacą rachunki, ale również dzieci.

Źródło: Nonoproblemo

## NONOPROBLEMO

Poznańska agencja Nonoproblemo od prawie 15 lat realizuje projekty z zakresu kampanii informacyjno-edukacyjnych, PR, employer branding, marketingu oraz reklamy i komunikacji. W 2019 r. kampania stworzona przez agencję dla Przedsiębiorstwa Usług Komunalnych w Komornikach zajęła pierwsze miejsce w konkursie „Głośna woda” (w kategorii gmin od 30 tys. do 100 tys. mieszkańców), promującym najciekawsze lokalne inicjatywy edukacyjne, realizowane przez przedsiębiorstwa wod-kan.