

PGNiG Bezpiecznie



NAD WODĄ



MATERIAŁY PRASOWE

Kampania z misją

Kultura wypoczynku – pod tym wspólnym hasłem już 3 lipca rusza trzecia edycja ogólnopolskiej kampanii edukacyjnej „PGNiG Bezpiecznie nad wodą”. Celem akcji jest promowanie aktywnego i bezpiecznego przebywania nad wodą i popularyzacja postaw proekologicznych

Kampania przygotowana przez Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo podobnie jak w poprzednich latach ma charakter weekendowych pikników organizowanych w popularnych miejscowościach wypoczynkowych. W tym roku „PGNiG Bezpiecznie nad wodą” odwiedzi Mikołajki (3 - 4 lipca), Sopot (17 - 18 lipca), Polańczyk (31 lipca - 1 sierpnia), Kołobrzeg (7 - 8 sierpnia), Gdynię (14 - 15 sierpnia) i Mrągowo (21 - 22 sierpnia). Podczas sobotnich koncertów wystąpią, między innymi, Ania Wyszkoni, Monika Brodka, Afromental, Feel i Zakopower. - Naszą intencją już od samego początku było prowadzenie kampanii długofalowej - mówi Michał Szubski, prezes zarządu PGNiG SA. - Uznaliśmy, że jest to jedyna droga do realizacji założonych celów. Jesteśmy przekonani, że działania profilaktyczne prowadzone wśród młodych lu-

dzi będą skutkowały wzrostem ich poziomu świadomości, czystością plaż, a liczba utonięć i wypadków na wodzie będzie malała z roku na rok. Z pełną odpowiedzialnością i przekonaniem wspieramy takie projekty, które niosą ze sobą ogromne pozytywne wartości, a tą największą wartością jest ludzkie życie - dodaje prezes.

W każdym z miast odbędą się dwudniowe, otwarte dla publiczności imprezy, podczas których można się będzie dowiedzieć, jak dbać o środowisko naturalne oraz bezpieczeństwo nad wodą. Promowanie dbałości o środowisko i wpajanie zasad bezpiecznych zachowań nad wodą nie są jednak tym, czemu podczas wypoczynku urlopowicze chcą poświęcić swój czas. Organizatorzy postanowili zrealizować swój cel edukacyjny, bawiąc.

- Postawiliśmy na aktywność i wspólną zabawę - mówi Justyna Lulkiewicz, dyrektor Biura Marketingu PGNiG SA. - Pikniki będą okazją do praktycznego

nauczenia się zasad bezpiecznej kąpieli i treningu udzielania pierwszej pomocy osobie poszkodowanej lub potrzebującej. Wydarzeniem trzeciej edycji naszej kampanii będą zawody z cyklu regat Żeglarskiego Pucharu Polski „PGNiG Bezpiecznie nad wodą Delphia Cup” oraz sobotnie koncerty specjalnie zaproszonych gwiazd.

Ambasadorami tegorocznej edycji „PGNiG Bezpiecznie nad wodą” są: złota olimpijska wioślarska czwórka podwójna - zdobywcy złotego medalu dla Polski na igrzyskach olimpijskich Pekin 2008, oraz członkowie reprezentacji Polski w piłce ręcznej mężczyźni: Artur Siódmiak, Sławomir Szmal i Mariusz Jurasiak. Sportowców będzie można spotkać na niektórych piknikach.

„PGNiG Bezpiecznie nad wodą Delphia Cup” to największa cykliczna impreza w Polsce, z roku na rok gromadząca coraz więcej zawodników. W ubiegłym roku wystartowało około 190 zawodników na jachtach klas rega-

towych. W Pucku zostały rozegrane Mistrzostwa Polski dla klas Delphia 24 One Design i Skipipi 650. Zmagania żeglarzy komentowali Krzysztof Baranowski i Paweł Pochwała. Na jachtach klasy Delphia 24 ścigają się czołowi polscy zawodnicy regatowi: Zbigniew Kania (wielokrotny mistrz świata i olimpijczyk), Tomasz Stańczyk (dwukrotny olimpijczyk, wielokrotny mistrz Polski w klasie 470 i 49er, trener niemieckiej kadry olimpijskiej w klasie 470), Wacek Szukiel (olimpijczyk w klasie Finn), Piotr Kowalewski (najlepszy zawodnik w olimpijskiej klasie Tornado, wielokrotny mistrz Polski, brązowy medalista mistrzostw świata w klasie Fun Race), i Andrzej Czapski (były czołowy polski żeglarz w klasie Finn). Imprezy „PGNiG Bezpiecznie nad wodą Delphia Cup” są najważniejszymi regatami w klasie Delphia 24 One Design. Wyniki regat liczone są do punktacji Pucharu Polski.

Badania dotyczące sposobu wypoczynku Polaków nad wodą

wskazują na potrzebę ciągłej edukacji w zakresie bezpiecznego zachowania oraz udzielania pierwszej pomocy w nagłych wypadkach. Dlatego Mazurskie i Sopotkie WOPR oraz Grupa FALCK w trakcie pikników przeprowadzą pokazy ratownictwa oraz udzielania pierwszej pomocy. Popularyzowany będzie także europejski numer alarmowy 112 i karta ICE (In Case of Emergency/W nagłym wypadku).

W tym roku organizatorzy pikników skoncentrują się również na promocji postaw związanych z recyklingiem, zachowaniem czystości wód w Polsce oraz budowaniem proekologicznych zachowań społecznych, m.in. nawiązywania do przyrody po zakończeniu wypoczynku.

- Pikniki ekologiczne to również edukacyjna zabawa, w której mogą uczestniczyć całe rodziny - podkreśla Justyna Lulkiewicz. - Będą konkursy ekologiczne, warsztaty plastyczne z wykorzystaniem surowców wtórnych oraz edukacyjny te-

atrzyk. Ponadto uczestnicy pikniku mogą wziąć udział w licznych zabawach i konkursach sprawnościowych, m.in. zorbinu wodnym - czyli przemieszczaniu się na powierzchni wody w szczelnie zamkniętej kuli wypełnionej tlenem, czy też sprządków lub euro bungee - dodaje Lulkiewicz.

Głównym partnerem kampanii jest spółka kapitałowa Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo. Działania proekologiczne towarzyszą wszędzie tam, gdzie są obecne spółki grupy PGNiG - w kraju i poza jego granicami. „PGNiG Bezpiecznie nad wodą” wspierają Delphia Yachts i Nautica. Kampania realizowana jest pod honorowym patronatem ministra sportu i turystyki Adama Giersza oraz władz miast: Mikołajki, Sopot, Polańczyk, Kołobrzeg, Gdynia i Mrągowo. Kampanię wspierają Polski Związek Żeglarski, Mazurskie i Sopotkie WOPR oraz Grupa FALCK.

Taka akcja musi trwać wiecznie

ROZMOWA | Adam Liszkiewicz, organizator i pomysłodawca kampanii „PGNiG Bezpiecznie nad wodą”

Jak zrodziła się akcja?

ADAM LISZKIEWICZ: Pomysł narodził się po tragicznym białym szkwał na Mazurach w 2007 roku. Jestem żeglarzem, byłym trenerem kadry olimpijskiej, a także organizatorem wielu żeglarskich imprez, więc w naturalny sposób wpadłem na pomysł tej kampanii. Początkowo był pomysł na imprezę pod nazwą „PGNiG Bezpieczne Mazury”. Zaprosiłem do tego projektu Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo. Firma chętnie przystała na tę współpracę także z tego powodu, że w jej polityce zapisane są działania prospołeczne. W 2008 roku głównym celem były działania skierowane do żeglarzy. Ich ambasadorem został wówczas Krzysztof Baranowski, który przygotował dekalog dla żeglarzy, i WOPR, który opracował zasady dla osób przebywających nad wodą w okresie wakacyjnym. „PGNiG Bezpieczne Mazury” miały głównie związek z poprawą bezpieczeństwa. Drugą sprawą, na której się skupiliśmy, była popularyzacja żeglarstwa jako dobrego sportu. Dobrego, bo ekologicznego. Energia wiatru zamieniana jest na siłę ciągu, która powoduje, że łódka wprawiana jest w ruch. Jednocześnie żeglarze są bar-



KRZYSZTOF BARANOWSKI

dzo dobrymi rzecznikami bezpieczeństwa. Traktując pływanie sportowo i uprawiając ten sport od dzieciństwa nigdy nie ulegają takim wypadkom, do których doszło wtedy na Mazurach. Oprócz tego organizowaliśmy piknik związany z poprawą bezpieczeństwa ekologicznego. Chodziło nam o zbudowanie w ludziach świadomości, że wypoczywając nad wodą, trzeba zostawić po sobie porządek.

Trudno było zachęcić urlopowiczów nad wodą do udziału w tego typu akcjach?

To nie jest łatwe zadanie. Misji bez atrakcyjności raczej nie da się zrealizować. Żeby na organizowane przez nas imprezy przyszli ludzie, wymyślaliśmy koncerty i inne atrakcje. Akcje zawsze kończyły się sukcesem. To było widać. Ludzie wypływający na łódkach zakładali kamizelki ratunkowe i stosowali się do innych zasad bezpieczeństwa. Wyprodukowaliśmy kilkadziesiąt tablic z zasadami bezpieczeństwa, które stały w ośrodkach nad wodą. Nasz wysiłek z pewnością się nie zmarnował. Gdy podsumowaliśmy akcję z 2008 roku,

wspólnie z PGNiG doszliśmy do wniosku, że należy ją kontynuować. Tym razem zdecydowaliśmy o rozszerzeniu akcji o miejscowości nadmorskie. „PGNiG Bezpieczne Mazury” przestały pasować do rozszerzonej akcji, więc mamy dziś kampanię „PGNiG Bezpiecznie nad Wodą”. W ubiegłym roku przeprowadziliśmy akcje w Gdyni i Pucku. Była akcja nad Żegrzem i oczywiście nie zapomnieliśmy o akcjach na Mazurach.

Poza bezpieczeństwem w 2009 roku mocniej akcentowana zaczęła być ekologia.

Tak. Odbływały się pikniki związane z edukacją dzieci. Zostały też przeprowadzone badania nad bezpieczeństwem. Pokazały, że do zrobienia w tej sprawie jest bardzo dużo. Wobec takich rezultatów badań stanęliśmy przed wyzwaniem trzeciej edycji naszej kampanii. W tym roku nieco bardziej przesuwamy się nad morze. Zaliczymy trzy nadmorskie miejscowości: Gdynię, Sopot i Kołobrzeg. Nie zapominamy o Mazurach. Będziemy tam, gdzie kampania miała początek, czyli w Mikołajkach i Mrągowie.

Także nad Soliną w Bieszczadach.

Co nowego w tym roku?

Do elementów ekologicznych i związanych z bezpieczeństwem chcemy dodać dwa kolejne elementy misyjne. Chodzi o szkolenie ludzi w zakresie udzielania pierwszej pomocy. Chcielibyśmy przeszkolić około 400 osób. Szkolenia będą prowadzić profesjonaliści. Chcemy też promować kartę z danymi osób najbliższych, z którymi należy się skontaktować, gdy dojdzie do wypadku. Wyprodukowaliśmy 12 tysięcy takich kart. W tym roku również w niebanalny sposób chcemy zachęcać do udziału w naszych akcjach. Będą więc koncerty i mnóstwo atrakcji. W piknikach weźmie udział złota olimpijska wiosłarska czwórka podwójna sponsorowana przez PGNiG.

Wygląda na to, że w przyszłym roku faktycznie nie będzie dylematu, czy warto kontynuować akcję.

To kampania bardzo rozwijająca. Mamy coraz więcej chętnych, którzy jako partnerzy chcieliby się włączyć do współpracy. Prezydenci i burmistrzowie miast, gdzie zapowiadamy akcje, z ogrom-

nym zaangażowaniem podchodzą do sprawy. Widzą, że dzieje się wiele dobrego.

Czy po dwóch edycjach kampanii można wyciągnąć jakieś wnioski na temat jej skutków?

Widać poprawę. Uważam, że tego rodzaju kampania promująca bezpieczne zachowania nad wodą i dbałość o środowisko nie może być zjawiskiem incydentalnym. Mówienia o tym nigdy nie jest za wiele. Tylko zachowanie ciągłości tego rodzaju akcji rodzi nadzieję na znaczną poprawę bezpieczeństwa. Sądzę, że PGNiG nie zaprzestanie udziału w kampanii, ponieważ świetnie rozumie pojęcie odpowiedzialności społecznej, w przeciwieństwie do, niestety, większości firm traktujących tę odpowiedzialność jedynie biznesowo. PGNiG po prostu czuje, na czym polega tak społeczna odpowiedzialność. W świecie biznesu takie firmy są rzadkością. Większość przedsiębiorstw, angażując się w akcje społeczne, w mniejszym lub większym stopniu przelicza swoje zaangażowanie na marketingowy zysk, przesuwając na dalszy plan korzyść społeczną. W PGNiG jest dokładnie odwrotnie.

Bezpieczeństwa można się nauczyć

ROZMOWA | Justyna Lulkiewicz, dyrektor biura marketingu PGNiG SA

Co skłoniło PGNiG do zaangażowania się w promowanie bezpieczeństwa nad wodą i ochronę środowiska?

JUSTYNA LULKIEWICZ: Powód był oczywisty – w 2007 roku miał miejsce na Mazurach tzw. biały szkwał. To tragiczne wydarzenie, które pochłonęło 12 ofiar, bezpośrednio wpłynęło na pomysł akcji łączącej edukację w zakresie bezpiecznego zachowania nad wodą i naturalnie za tym idącą ochronę środowiska. Projekt został zrealizowany po raz pierwszy w formie wakacyjnej akcji „PGNiG Bezpieczne Mazury” w 2008 roku. Istotnym faktem jest też nasze głębokie przekonanie o wartości takich działań. Wiemy z badań, że wiedza o odpowiednim zachowaniu się nad wodą jest niewystarczająca. Raporty społeczne dotyczące sposobu, w jaki młodzi Polacy wypoczywają nad akwenami wodnymi, wskazują na ogromną potrzebę edukacji w tym zakresie. Aspekt ten dotyczy zarówno umiejętności w zakresie udzielania pierwszej pomocy, jak i bezpiecznego zachowania się nad wodą. To zaś związane jest z szeroko pojętą kulturą wypoczynku. Projekt chcieliśmy dodatkowo uatrakcyjnić sportowo. Przecież

bezpieczeństwo ważne jest przede wszystkim i dla wypoczywających, i dla żeglarzy. Ubiegłoroczna kampania została zrealizowana w ramach Żeglarskiego Pucharu Polski Delphia Cup oraz regat w kabinowych – „PGNiG Bezpiecznie nad wodą”.

W tym roku rozpoczynamy trzecią edycję tej kampanii, której głównym przekazem jest troska o szeroko pojęte bezpieczeństwo, środowisko naturalne i zdrowie wypoczywających. Wprowadzenie pojęcia kultury wypoczynku pozwoli na tworzenie pozytywnej postawy w społeczeństwie.

Organizatorzy koncentrują się na promocii postaw związanych z recyklingiem, zachowaniem czystości wód w Polsce oraz na budowaniu nawyków sprzątania na plaży po zakończonym wypoczynku. W ramach kampanii podjęto współpracę z mazurskim oraz sopońskim WOPR, z grupą FALCK, by wspólnymi siłami realizować szkolenia, których celem jest zmniejszenie liczby wypadków oraz łagodzenie ich negatywnych następstw.

Dlaczego akurat poprzez taką kampanię firma buduje swój wizerunek przedsiębiorstwa odpowiedzialnego społecznie?

Działania odpowiedzialne społecznie mają bogatą tradycję nie tylko w PGNiG SA, ale również w innych spółkach grupy kapitałowej PGNiG. I zostały docenione. Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA od 19 listopada 2009 r. pozostaje w elitarnym gronie spółek notowanych w ramach RESPECT Index na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, giełdowym indeksie firm odpowiedzialnych społecznie.

Biorąc pod uwagę zaangażowanie się firmy we wszelkie aktywności związane z ochroną środowiska, edukacją, bezpieczeństwem, naturalnym krokiem było podjęcie działań o charakterze praktycznym, które mają szeroki wymiar edukacyjny.

Aby wzmocnić te działania, współpracujemy ze sportowcami, którzy są jednocześnie ambasadorami tych działań oraz naszej kampanii. W październiku 2008 r. podjęliśmy również współpracę z Polskim Związkiem Towarzystw Wioślarskich. Celem jest wspieranie wioślarstwa jako sportu szczególnie kojarzącego się ze wspaniałą przyrodą oraz ze znakomitymi sukcesami naszych mistrzów olimpijskich z Pekinu – podwójnej czwórki wioślarzy w składzie: Marek



MATERIAŁY PRASOWE

Kolbowicz, Konrad Wasilewski, Michał Jeliński i Adam Korol.

Rozpoczęliśmy również w styczniu tego roku współpracę ze Związkiem Piłki Ręcznej, uzyskując tytuł sponsora strategicznego reprezentacji Polski kobiet, reprezentacji Polski mężczyzn, reprezentacji młodzieżowych oraz sponsora tytularnego ekstraklasy kobiet i mężczyzn.

Jakich rezultatów się spodziewacie?

Angażując się w kampanię, założyliśmy sobie osiągnięcie pewnych celów.

Praktyczny wymiar kampanii zawierający się w takich obszarach tematycznych jak bezpieczeństwo, ekologia, sport i aktywny styl życia niesie ze sobą wymierne korzyści dla społeczeństwa. Wprowadzenie pojęcia kultury wypoczynku pozwoli na tworzenie określonej, pozytywnej postawy, charakteryzującej się bardzo odpowiedzialnym zachowaniem się nad wodą oraz dbaniem o środowisko, w którym się wypoczywa. Jest to jednocześnie postawa podkreślająca zamiłowanie

do sportu. Przekaz kampanii „PGNiG Bezpiecznie nad wodą” to edukacja poprzez dobrą zabawę oraz atrakcyjne wydarzenia kulturalne. Kolejne edycje kampanii zapewne wzmocnią świadomość wypoczywających, zatem skuteczność będzie coraz większa.

Czy dwie edycje pozwalają już na wnioski i podsumowanie efektów kampanii?

Skuteczność każdej kampanii polega na tym, iż jest ona prowadzona systematycznie, a zatem jest niejako długoterminowym procesem.

Przystępując do trzeciej edycji kampanii, obserwujemy zainteresowanie i zrozumienie zagadnień poruszanych przez nas w społeczeństwie. Coraz większa liczba partnerów oraz instytucji angażujących się w projekt wskazuje na duże znaczenie i skuteczność kampanii.

Wiele pracy jeszcze przed nami. O konkretnych liczbach będziemy mogli mówić po zakończeniu tegorocznej edycji, kiedy to przeprowadzimy badania. Wszystkie osoby zainteresowane zapraszamy na stronę kampanii: www.pgnigbezpieczniadwoda.pl

Ratownicy potrzebni są przez cały rok

ROZMOWA | Zbigniew Kurowicki, Mazurskie WOPR

Mazurskie WOPR włączyło się do kampanii „PGNiG Bezpiecznie nad wodą”. Jak zaznaczyć swoją obecność?
ZBIGNIEW KUROWICKI: Podpisaliśmy porozumienie z PGNiG i otrzymaliśmy fundusze na zakup łodzi hybrydowej, która już od początku tego sezonu wspomaga ratowanie ludzi na szlaku mazurskich jezior. Mazurskie WOPR będzie w trakcie weekendu przeprowadzało pokazy ratownictwa przygotowane w realistyczny sposób, by zrozumieć jak takie zdarzenia wyglądają w rzeczywistości i jak należy się w takich sytuacjach zachować.

Jak bardzo taka łódź była potrzebna?

Ta łódź była nam wręcz niezbędna. Do tej pory bazowaliśmy na łodziach starych, które mogły wyjść na jezioro w ograniczonych warunkach atmosferycznych i dodatkowo dość często trzeba je było wymieniać. Teraz mamy dziesięć łodzi hybrydowych. Biorąc pod uwagę obszar, który obsługujemy, ta liczba jest ciągle mała. Mówi-

my o 360 kilometrach kwadratowych jezior. W każdej z ośmiu naszych baz jest taka łódź. Bazy są tak rozmieszczone, żeby czas dotarcia do poszkodowanych od momentu zgłoszenia nie przekraczał 15 minut. Aby spełnić ten wymóg, niezbędny jest najlepszy sprzęt, który może być użyty w każdych warunkach. Ratownik musi się skupić na ratowaniu potrzebujących, a nie na własnym przetrwaniu.

Jak często musicie ratować ludzi? Sezon ratowniczy właśnie się rozpoczyna.

W naszym przypadku mówienie o sezonowości jest dość częstą pomyłką. Większość ludzi myśli, że WOPR działa się jedynie latem. WOPR działa w zintegrowanym systemie ratowniczym. W naszej centrali przez cały rok całodobowo zbierane są zgłoszenia. Dzięki temu, że mamy zawarte porozumienia z policją i strażą pożarną, zgłoszenia także są przekazywane do nas. Na szlak Wielkich Jezior Mazurskich turyści przyjeżdżają nie tylko, aby wypocząć w okresie letnim.



MATERIAŁY PRASOWE

Gdy tylko na jeziorach ustąpi lód, pojawiają się pierwsi żeglarze. Często potrzebują pomocy, ponieważ ogrzewają się kuchenkami gazowymi i dochodzi do zatrucia. Są przypadki wyziębień. Często dochodzi też do zatrucia wydzielinami z akumulatorów kwasowych. Na wodzie mamy do czynienia z całą gamą wypadków, do których dochodzi na drodze. Turyści przywożą choroby ze sobą. Leczą się na wrzody, cho-

roby serca i wiele innych, a bywa, że na wodzie lekceważą swój stan i nagle potrzebują pomocy. Bardzo często są w miejscach, do których nie dojedzie karetka, a nawet nie doleci śmigłowiec. Wtedy wkraczamy do akcji. I tak przez cały rok. Prawdą natomiast jest to, że latem mamy do czynienia z największym nasileniem nieszczęśliwych zdarzeń. Mamy początek lata i już mieliśmy około 80 interwencji.

Jakie są najczęstsze przyczyny wypadków nad wodą?

Lista błędów jest bardzo długa. Ogólnie można powiedzieć, że chodzi o brak właściwego przygotowania do żeglowania i złą ocenę sytuacji. Przed wypłynięciem bardzo często nie jest sprawdzany sprzęt. Mało uwagi poświęca się też temu, gdzie się płynie i jakie będą warunki pogodowe. Sporo żeglarzy sądzi, że łódki są niewyracalne, i często się przeliczają.

W jakim stopniu kampania „PGNiG Bezpiecznie nad wodą” może poprawić tę sytuację?

Edukacja jest najważniejsza. Chyba jednak trzeba się pogodzić z tym, że nie wyedukujemy ludzi, którzy osiągnęli już pewien wiek. Oni uważają, że wiedzą lepiej niż młody ratownik, który w dobrej wierze zwraca im uwagę. Trzeba więc edukować młodzież i wspomagać kluby żeglarskie. Szczególnie ważne jest wpojenie zasad niesienia pierwszej pomocy. W szkołach tego nie uczą, więc tylko niewielka grupa wie, co robić, gdy pomoc jest potrzebna. WOPR

przeprowadza w szkołach takie akcje szkoleniowe. Jeśli angażują się w to firmy, jak PGNiG, to można mówić o dobrym kierunku. Wspieranie takich organizacji jak nasza i innych jest bardzo pożądane. Dzięki temu możemy się rozwijać i nieść pomoc jeszcze sprawniej.

Z żeglarzami jest tak jak z kierowcami – nie każdy sprawdza się za kółkiem i nie każdy radzi sobie za sterem. Może nie wszyscy powinni mieć prawo do pływania?

Z pewnością. Tymczasem ludzie chcący żeglować walczą, żeby pływać bez patentów. Nie zdają sobie sprawy, jakie niebezpieczeństwa czyhają na nich na wodzie. Często kupują duże łodzie, z którymi po prostu sobie nie radzą. Walka toczy się też o to, by do pływania niewielkimi łodziami nie były wymagane patenty żeglarskie. Zgroza. Wystarczy sobie wyobrazić, co działoby się na drogach, gdyby do prowadzenia małolitrażowego samochodu nie było wymagane prawo jazdy. Tak samo jest na wodzie.

Złota olimpijska wioślarska czwórka podwójna



Adam Korol

Konrad Wasielewski

Michał Jeliński

Marek Kolbowicz

Nasze codzienne obcowanie z wodą nauczyło nas pokory. Chcemy przekazać wszystkim tym, którzy widzą wielką przyjemność z żeglowania, aby byli przezorni. Woda jest ogromnym żywiołem, nagle załamanie pogody może być dla nas zupełnym zaskoczeniem, dlatego warto dobrze się przygotować do żegluga, aby zapewnić największy stopień bezpieczeństwa.

Ogromnie cieszymy się przede wszystkim z tego, że możemy być pomocni dla innych. Udział w kampanii jest dla nas bardzo ważny. Chcemy być pomocni dla innych. Chcemy, by inni także osiągnęli sukcesy, a jednym z nich jest właśnie bezpieczeństwo na wodzie.

Podczas kampanii bardzo cieszyło nas to, że ludzie z nami rozmawiali. Pytali wprost, jak dobrze się przygotować przed wyruszeniem na jezioro, jak się zachowywać, by ten czas żeglowania był przyjemnością, a nie stresem, i aby nie stanowić zagrożenia dla siebie oraz dla innych. To cieszy, bo widać, że ludzie mają świadomość, mają pokorę przed żywiołem, jakim jest woda.

Cieszymy się, że PGNiG zaprosiło nas do współpracy przy tak ważnej społecznie kampanii, że po raz kolejny możemy brać w niej czynny udział. Dla nas to ogromnie ważne, iż nasz sportowy sukces możemy przenieść na grunt społecznej odpowiedzialności, a nasze doświadczenie i wiedza mogą służyć innym – być radą, ale jednocześnie przestroga.

TO WARTO WIEDZIEĆ

Gdy zauważymy, że ktoś potrzebuje pomocy, bezwzględnie powiadamy o tym ratownika. Jeżeli w pobliżu nie ma służb ratunkowych, zadzwonimy na numer alarmowy:

- **601 100 100** – numer ratunkowy nad wodą
- **112** – centrum powiadamiania ratunkowego
- **997** – policja
- **998** – straż pożarna
- **999** – pogotowie ratunkowe

Zwracamy uwagę na oznakowanie plaży

- Bojki żółte – strefa dla nieumiejących pływać.
- Bojki czerwone – strefa dla umiejących pływać.
- Flaga biała – kąpiel dozwolona.
- Flaga czerwona – kąpiel zabroniona.

Bezwzględnie przestrzegamy poleceń ratownika!

Korzystając z atrakcji na wodzie, takich jak: kajak, rower wodny, żaglówka, motorówka, skuter wodny itp., zakładamy kamizelki ratunkowe.

NIGDY!

Nie spożywamy alkoholu lub innych środków odurzających, wypoczywając nad wodą i na wodzie.

W jaki sposób udzielić pomocy osobie, która tonie?

- Pamiętajmy o własnym bezpieczeństwie.
- Wezwijmy pomoc.
- Wykorzystajmy sprzęt do ratownictwa wodnego.
- Rzućmy koło ratunkowe, rzutkę ratowniczą, podpińmy tódkę.
- Jeżeli nie posiadamy sprzętu ratowniczego, wykorzystajmy wszystkie dostępne środki – rzućmy linę, podajmy kij, bosak, wiosło.
- Nie podpływamy do osoby tonącej bez żadnego zabezpieczenia.
- Nie chwytamy osoby tonącej – podajemy jej środki ratownicze.
- Po dopłynięciu z poszkodowanym do brzegu sprawdzimy, czy oddycha (jeżeli brak oddechu, rozpoczniemy RKO), uspokójmy go, okryjemy kocem i oczekujemy na przybycie ratowników.

NIGDY!

Nie kąpamy się w pojedynkę. Pamiętajmy, aby na brzegu zawsze ktoś był i w razie niebezpieczeństwa mógł zareagować.

**Resuscytacja krążeniowo-oddechowa osoby wydobytej z wody**

- Pamiętajmy o własnym bezpieczeństwie. Założymy rękawiczki jednorazowe, przygotujemy maseczkę do sztucznego oddychania.
- Kładziemy poszkodowanego na twardym podłożu.
- Kładziemy jedną rękę na czole, a drugą na żuchwie nieprzytomnej ofiary wypadku. Odchylamy głowę ofiary do tyłu i wysuwamy żuchwę do przodu.
- Nasłuchując (nie dłużej niż 10 sekund), staramy się wyczuć na skórze swojej twarzy ruch powietrza z ust i nosa ofiary wypadku. Jednocześnie obserwujemy, czy klatka piersiowa ofiary wypadku się porusza.
- Jeżeli nie wyczuwamy u nieprzytomnego wyraźnych wydechów, w pierwszej kolejności wzywamy pogotowie (999 lub 112) i prosimy kogoś o przyniesienie AED (automatycznego defibrylatora – przed przyklejeniem elektrod należy osuszyć klatkę piersiową poszkodowanego).
- Wykonujemy pięć pierwszych oddechów ratowniczych, następnie 30 ucisków na środku klatki piersiowej, na głębokość ok. 5 cm, z częstotliwością 100/min.
- Po 30 uciśnięciach przechodzimy do głowy ratowanego. Odchylamy ją, zaciskamy nos i dwa razy wdmuchujemy powietrze do jego ust.
- Do czasu przybycia pomocy lub przywrócenia normalnego oddechu u poszkodowanego wykonujemy na przemian 30 ucisków mostka (w centralnym punkcie klatki piersiowej) i dwa wdmuchnięcia powietrza (przy udrożnionych drogach oddechowych; każde mniej więcej przez sekundę).

Skoki do wody

- Nigdy nie skaczymy do wody w miejscach do tego nieprzystosowanych!
- Kąpamy się w miejscach do tego wyznaczonych i pod opieką ratowników.
- Zapytajmy ratownika, gdzie można bezpiecznie skakać do wody.
- Jeżeli decydujemy się kąpać w nowym, nieznanym nam miejscu, wejźmy powoli do wody.
- Sprawdźmy, czy nurt wody nie jest zbyt silny, jaka jest głębokość, czy na dnie nie ma ostrych przedmiotów, kamieni, które mogłyby zagrozić nam podczas kąpieli.

REKLAMA

0627652/A

Rzeczpospolita patronuje



PGNiG BEZPIECZNIE NAD WODĄ

REGATY ŻEGLARSKIEGO PUCHARU POLSKI DELPHIA CUP

BEZPIECZEŃSTWO ○ EKOLOGIA ○ ŻEGLARSTWO

Rodzinna przygoda, wyjątkowy czas nad wodą, świetna zabawa!

MIKOŁAJKI 3-4 lipca 2010

KOŁODRZEG 7-8 sierpnia 2010

SOPOT 17-18 lipca 2010

GOYNIA 18-19 sierpnia 2010

POLAŃCZYK
gm. SOLINA 31 lipca - 1 sierpnia 2010

BRĄCOWO 21-22 sierpnia 2010

Zapraszamy

na piknik ekologiczny, regaty żeglarskie, pokazy WOPR i FALCK i wiele innych atrakcji

Honorowy Patronat
Ministerstwa Sportu i Turystyki 

PARTNER GŁÓWNY



www.pgnigbezpieczniemadwoda.pl