



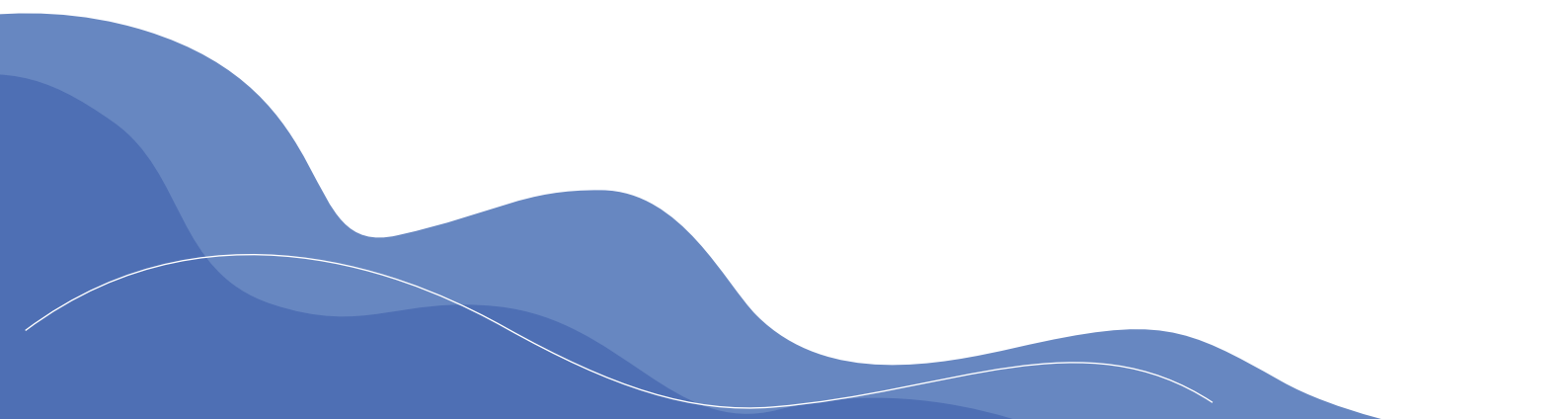
VADLĪNIJAS DZERAMĀ ŪDENS LIETOŠANAS VEICINĀŠANAS AKTIVITĀTĒM

**Vienota dizaina un komunikācijas koncepcija
ūdenssaimniecības uzņēmumiem par “krāna”
ūdens lietošanas veicināšanu**



SATURS

IEVADVĀRDI	1
1. DZERAMĀ ŪDENS KVALITĀTE UN DROŠUMS	2
2. DZERAMĀIS ŪDENS LATVIJAS ŪDENSAPGĀDES SISTĒMĀS	4
2.1. DZERAMĀ ŪDENS IZCELSME UN KVALITĀTE	4
2.2. RISINĀJUMI DZERAMĀ ŪDENS KVALITĀTES UZLABOŠANAI LATVIJĀ	6
2.2.1. PAŠVALDĪBU UN TO ŪDENSAPGĀDES UZŅĒMUMU IESPĒJAS	6
2.2.2. PATĒRĒTĀJA IESPĒJAS	8
3. Ū VITAMĪNS UN KOMUNIKĀCIJAS RĪKI	9
3.1. “Ū VITAMĪNS” INICIATĪVA UN ZĪMOLS	9
3.2. FASĒTAIS ŪDENS PRETSTATĀ KRĀNA ŪDENIM	12
3.3. KOMUNIKĀCIJAS CEĻVEDIS	15
NODERĪGAS SAITES	23
PIELIKUMI	24



IEVADVĀRDI

Vadlīniju nepieciešamību nosaka novērojumi par sabiedrības zemo uzticēšanos dzeramajam krāna ūdenim un tā piegādātājiem.

Neuzticēšanās pamatā ir vairāki iemesli, kā, piemēram:

- ◆ aizspriedumi;
- ◆ publiskajā telpā esošā dezinformācija par krāna ūdeni;
- ◆ slikta pieredze;
- ◆ fasētā ūdens ražotāju un piegādātāju apjomīgās reklāmas.

Lai mazinātu iepriekšminētās bažas, nepieciešams pastāvīgs darbs ar sabiedriskās domas maiņu, ko var panākt ne tikai piegādājot mūsu klientiem garšīgu un drošu dzeramo ūdeni, bet papildus pacietīgi skaidrojot krāna ūdens īpašības un nozīmi, kā arī informatīvi izglītojot sabiedrību par iespējamiem risinājumiem fasēta dzeramā ūdens aizstāšanai ar krāna ūdeni, tostarp par dzeramā ūdens lietošanas paradumiem un to radītajām izmaksām.

Vadlīniju autoru vārdā izsakām cerību, ka vadlīnijas palīdzēs ikviena mēroga ūdenssaimniecības uzņēmumam tajās rast atbalsta punktus komunikācijas darbā ar mērķauditorijām, lai tuvinātos lielajam mērķim - veicināt uzticēšanos dzeramajam krāna ūdenim, tādējādi ikdienā samazinot saražoto atkritumu daudzumu un veicinātu videi draudzīgāku un atbildīgāku dzīvesveidu.

Tīrs dzeramais ūdens ir Latvijas bagātība, taču iedzīvotāji bieži to nenovērtē!

1. DZERAMĀ ŪDENS KVALITĀTE UN DROŠUMS



Atceries – Latvijas centralizētajās ūdensapgādes sistēmās ir drošs dzeramais ūdens! Saskaņā ar Veselības inspekcijas datiem – vairāk nekā 80% Latvijas iedzīvotāju saņem labas kvalitātes, visām normatīvajām prasībām atbilstošu drošu un kvalitatīvu dzeramo ūdeni.

DZERAMĀ ŪDENS KVALITĀTE

Ir noteikta prasības, kurās ir noteikti dzeramā ūdens kvalitātes parametri, kas nodrošina iespēju kontrolēt dzeramā ūdens nekaitīgumu patērētājiem, kā arī nodrošināt ūdensapgādes sistēmu (un iespēju robežās – sadzīves tehnikas) ilgmūžību.

DZERAMĀ ŪDENS DROŠUMS

Ir daļa no kvalitātes rādītājiem, kas ir noteikti prasībās un raksturo vispārēju dzeramā ūdens drošumu jeb nekaitīgumu patērētāju veselībai un dzīvībai.

Kvalitatīvs un drošs dzeramais ūdens ir dzidrs, ar patīkamu, atsvaidzinošu garšu, bez jebkādas piegāršas, tas nesatur cilvēkam bīstamus mikroorganismus, kā arī tā ķīmiskais sastāvs nepārsniedz dažādu ķīmisko rādītāju reglamentētās maksimāli pieļaujamās koncentrācijas.

Drošs dzeramais ūdens nesatur cilvēka veselību vai dzīvību apdraudošus bīstamus mikroorganismus vai ķīmiskus elementus, bet ir iespējami maksimāli pieļaujamo koncentrāciju pārsniegumi, kas neapdraud patērētāju veselību, tomēr pasliktina vispārēju priekšstatu par dzeramo ūdeni un samazina uzticību ūdensapgādes uzņēmumam.

- ♦ Visbiežāk tiek novērots palielināts dzelzs, mangāna, amonija un sulfātu savienojumu saturs ūdenī, (tie ir ķīmiskie savienojumi, kas var ietekmēt ar cilvēka maņu orgāniem viegli uztveramos ūdens kvalitātes rādītāju izmaiņas - duļķainību, krāsu, garšu un smaržu). Kā arī patērētājs dzeramo ūdeni vērtē pēc tā organoleptiskajām īpašībām, kas arī ir galvenais patērētāju neapmierinātības un sūdzību par dzeramā ūdens kvalitāti iemesls.
- ♦ Reizēm tiek novērotas atkāpes no mikrobioloģisko dzeramā ūdens parametru kvalitātes prasībām, bet tas nenorāda uz drošuma pasliktināšanos vai bīstamību. Pat gadījumos, kad dzeramajā ūdenī tiek konstatēts mikrobioloģiskais piesārņojums, tas liecina tikai par iespējamu dzeramā ūdens drošuma pasliktinājumu, jo paši analizētie mikroorganismi e.coli un enterekoki nav patogēni jeb cilvēku veselību vai dzīvību apdraudoši. Tie tiek saukti par indikatororganismiem un norāda uz iespējamu dzeramā ūdens fekālo piesārņojumu. Lielākoties gadījumos, kad ūdenī tiek konstatēts mikrobioloģiskais piesārņojums, tiek veikta atkārtota paraugu ņemšana, kuros netiek konstatētas atkāpes no dzeramā ūdens kvalitātes un nekaitīguma prasībām. Līdz ar to šādas atkāpes var būt saistītas ne tikai ar problēmām ūdensapgādes sistēmā, bet arī ar iespējamām nepilnībām paraugu ņemšanā, transportēšanā un analizē. Ilglaicīgu atkāpju gadījumos, kad ir pārsniegti mikrobioloģiskie kontrolrādītāji, biežākais iemesls ir saistīts nevis ar neatbilstoša ūdens padevi centralizētajā ūdensapgādes tīklā, bet gan ar mikroorganismiem labvēlīgu apstākļu rašanos pašā ūdensvadā (piemēram, ūdens sastāvēšanās, siltums, novecojušas ūdens caurules).

Dzeramā ūdens kvalitātes un nekaitīguma uzraudzība Latvijā:

- ◆ prasības dzeramā ūdens kvalitātei ir noteiktas Ministru Kabineta 2017. gada 14. novembra noteikumos Nr. 671 „Dzeramā ūdens obligātās nekaitīguma un kvalitātes prasības, monitoringa un kontroles kārtība”;
- ◆ kārtējais monitorings – tas sniedz informāciju par dzeramā ūdens mikrobioloģiskajiem un ķīmiskajiem rādītājiem, kā arī par dzeramā ūdens apstrādes efektivitāti. To veic ūdens piegādātāji un pārtikas uzņēmumi;
- ◆ auditmonitorings – iedzīvotājiem piegādātā dzeramā ūdens pārbaudi atbilstoši visiem noteiktajiem kvalitātes un nekaitīguma rādītājiem veic Sabiedrības veselības aģentūra;
- ◆ dzeramā ūdens kvalitātes kontroli publiskajos dzeramā ūdens apgādes objektos, ko iedzīvotājiem piegādā pa ūdensapgādes sistēmām (no ūdens ņemšanas vietas līdz patērētājam) veic Veselības inspekcija, bet Pārtikas un veterinārais dienests kontrolē dzeramo ūdeni, ko izmanto pārtikas uzņēmumos.



Monitorēta tiek AUKSTĀ ŪDENS kvalitāte – tas ir ūdensapgādes uzņēmuma produkts un atbildība un tas, ko mēs saprotam ar “dzeramais krāna ūdens”.

Piegādātājs – ūdens piegādes pakalpojuma sniedzējs

Patērētājs – ikviens pa ūdensvadu piegādātā ūdens lietotājs



Siltais ūdens no “krāna” nav nedrošs, bet garša var būt būtiski atšķirīga, līdz ar to, iespējams, var veidoties negatīvs iespaids par dzeramo ūdeni.

Ja dzeramais ūdens kādā ģeogrāfiskajā teritorijā neatbilst prasībām, bet nerada draudus patērētāju veselībai, un ja minēto neatbilstību nevar novērst 30 dienu laikā, kā arī citā veidā nav iespējams nodrošināt dzeramā ūdens piegādi, var noteikt pazeminātas nekaitīguma vai kvalitātes prasības (īpašas normas) ūdenim uz laiku, kas nepārsniedz 3 gadus. Īpašās normas var noteikt ne vairāk kā uz 3 termiņiem jeb 9 gadiem.

2. DZERAMĀIS ŪDENS LATVIJAS ŪDENSAPGĀDES SISTĒMĀS

2.1. DZERAMĀ ŪDENS IZCELSME UN KVALITĀTE



- Kur rodas dzeramais ūdens?
- Ūdenskrānā!

Latvija ūdens (gan virszemes, gan pazemes) resursu ziņā ir viena no bagātākajām valstīm Eiropā. Kopējais virszemes ūdens resursu daudzums sastāda 13 300 m³ uz vienu iedzīvotāju (Eiropas Savienībā: vidēji 7 250 m³/iedzīvotāju). Savukārt iedzīvotājiem pieejamie pazemes ūdens resursi ir aptuveni 13 miljoni m³ diennaktī, no kuriem ~ 3,7% tiek izmantoti dzeramā ūdens ieguvei.

Lielākais dzeramā ūdens ieguves avots Latvijā (~70% no kopējā saražotā dzeramā ūdens daudzuma) ir tieši pazemes ūdens resursi, kas tiek uzskatīti par drošākiem ūdens resursiem nekā virszemes, jo ir pasargātāki no cilvēku darbību radīta iespējama piesārņojuma.

Centralizētajai ūdensapgādei Latvijas pilsētās galvenokārt izmanto artēziskos pazemes ūdeņus (kuri ir vairāk pasargāti no cilvēku radīta piesārņojuma), bet viensētās un nelielās apdzīvotās vietās plaši izmanto gruntsūdeņus (mazāk pasargāti no piesārņojuma). Urbumu dziļums atkarībā no ģeoloģiskajiem apstākļiem konkrētajā vietā ir no pāris desmitiem metru līdz pat 600 metriem.

Latvijā ir novērojami pasaules mērogā unikāli hidroģeoloģiskie apstākļi un dzeramā ūdens ieguvei izmantojamo pazemes ūdeņu resursu kvalitāte ir ļoti augsta, jo:

- tajos nav sastopami cilvēku jeb patērētāju veselībai un dzīvībai bīstami ķīmiskie savienojumi, kā smagie metāli, toksiskas vielas, patogēni mikroorganismi;
- tajos nav sastopami ķīmiski savienojumi, kuru attīrīšanai būtu jāizmanto sarežģītas un dārgas dzeramā ūdens sagatavošanas tehnoloģijas;
- visbiežāk sastopamie ķīmiskie elementi, kuru atdalīšana no dzeramā ūdens ir nepieciešama, ir dzelzs, mangāns, un sulfāti. Šo elementu koncentrācijas samazināšanai ūdenī visbiežāk tiek izmantotas vienkāršas un lētas dzeramā ūdens sagatavošanas tehnoloģijas;
- Latvijā ir vairākas ūdensapgādes sistēmas, kur ūdens kvalitāte pazemes ūdens avotos ir atbilstoša dzeramā ūdens kvalitātes un nekaitīguma prasībām, līdz ar to nav nepieciešams izmantot dzeramā ūdens sagatavošanas tehnoloģijas, bet ūdeni ir iespējams bez apstrādes padot ūdensapgādes tīklos. Šāda situācija ir unikāla Eiropas un pasaules mērogā.

Salīdzinājumam - tuvākajās kaimiņvalstīs ir sastopami ķīmiskie elementi, kas daudz būtiskāk var ietekmēt dzeramā ūdens kvalitāti un drošumu, Lietuvā ir sastopama augsta fluorīdu koncentrācija, kas var radīt kaulu audu bojājumus, savukārt Igaunijā sastopami radioaktīvi elementi un smagie metāli (svins, kadmija, u.c.).

Kalcija karbonāta iežu šķīšanas dēļ Latvijas pazemes ūdeņos bieži ir paaugstināta ūdens cietība un sārmainība. Ūdens cietība veicina katlakmens veidošanos uz siltumapmaiņas elementiem, tādējādi radot enerģijas zudumus. Tāpēc tehniskām vajadzībām izmantojamo ūdeni parasti mīkstina.



Mīksta ūdens lietošana pārtikā nav ieteicama, jo atsevišķi pētījumi norāda, ka kalcija un magnija deficīts dzeramajā ūdenī var veicināt sirds asinsvadu un, iespējams, nervu un muskuļu slimības. Mīksts ūdens var arī paātrināt metāla cauruļvadu koroziju, kas var novest pie smago metālu, piemēram, kadmija, svina, cinka un vara, nonākšanas dzeramajā ūdenī.

Visbiežāk sastopamais ķīmiskais elements, kas pārsniedz dzeramajam ūdenim noteiktās kvalitātes prasības, ir dzelzs – ūdens iegūst brūnu nokrāsu un garšo sliktāk:

- ◆ dzelzs satura neliels pārsniegums dzeramajā ūdenī neietekmē ūdens drošumu, bet vairāk tā kvalitāti – organoleptiskās īpašības (garša, smarža);
- ◆ no dzelzs klātbūtnes pazemes ūdeņos mēs nevaram izvairīties, jo dzelzs ir viens no visplašāk izplatītākajiem metāliem uz Zemes un ietilpst daudzu pazemē esošo minerālu un iežu sastāvā. Dzeramā ūdens normatīvs pieļauj maksimālo dzelzs koncentrāciju pie patērētāja 0,2 mg/l un, ja gadījumā dzelzs koncentrācija ir paaugstināta, tad iemesli neatbilstībai var būt šādi:
 - izvēlēta nepiemērota atdzelžošanas metode,
 - neefektīva ūdens apstrādes iekārtu ekspluatācija,
 - dzeramā ūdens kvalitātes pasliktināšanās sadales tīklā (nepieciešama skalošana vai rekonstrukcija).



Nereti krāna ūdens brūnā nokrāsa nav saistīta ar atbilstoša dzeramā ūdens sagatavošanu vai padevi centralizētajā tīklā, bet gan ar nolietotiem ēku iekšējiem ūdensvadiem.

Lēmumu par ēkas iekšējo ūdensvadu tīklu nomaiņu ir jāpieņem dzīvojamās mājas dzīvokļu īpašniekiem vai ēkas apsaimniekotājam!

Vēl fakti par dzelzi:

- ◆ dzelzs (10-50 mg/dienā) ir nepieciešams cilvēka organisma normālai funkcionēšanai. Cilvēks dzelzi pārsvarā uzņem ar pārtiku un tikai 5-10 % no nepieciešamā dzelzs daudzuma tiek uzņemts ar ūdeni;
- ◆ Pasaules Veselības organizācijas noteiktajos dzeramā ūdens standartos dzelzs koncentrācija netiek limitēta, vienlaikus rekomendēts nepārsniegt 0,3 mg/l. Šī ir tā robeža, virs kuras var sajust dzelzs piegāršu ūdenī; vidējā cilvēkam nāvējoša dzelzs doza ir 200-250 mg/kg cilvēka svara, bet, uzņemot 0,4-1 mg/kg dienā, netiek radīta būtiska negatīva ietekme uz cilvēka veselību;
- ◆ dzelzs klātbūtne, pat zemā koncentrācijā, drīzāk rada tehniskas un estētiskas problēmas:
 - nonākot sadales tīklā, paaugstina ūdens duļķainību un, iespējams, paātrina cauruļu koroziju;
 - veicina dzelzs baktēriju vairošanos, kuras stimulē barības ķēdes attīstību tīklā (vienšūņu vairošanās), tādējādi atmirstot var izdalīt smakas;
 - piedod ūdenim piegāršu un izmaina citu pārtikas produktu nokrāsu un garšu pēc vārīšanas;
 - veido sarkanbrūnas nogulsnes un nosēdumus uz trauku, izlietņu un citu sanitāro iekārtu virsmām, kā arī apgrūtina dažādu tehnisku ierīču (ūdens mērītāji, ūdens sildītāji) normālu funkcionēšanu;
 - augstākminēto problēmu kopsumma rada iedzīvotājos viedokli, ka dzeramais ūdens no centralizētās ūdens apgādes sistēmas nav patīkams un drošs lietošanā, kas samazina lietotāju vēlmi maksāt par šo ūdeni;
- ◆ dzeramā ūdens saduļķošanās sadales tīklā ir bieži novērota parādība Latvijā un arī citur pasaulē. Duļķainībai ir noteikti kontrolrādītāji un neliela saduļķošanās ir normāla parādība, jo ūdens “transportēšanas” ceļā dzelzs mēdz nosēties, veidojot nogulas, kas reizēm saduļķojas. Ja saduļķošanās kļūst sistēmiska vai pārsniedz noteikto limitu, tad cēlonis jāmeklē ūdensapgādes infrastruktūrā (piemēram, nepareiza atdzelžošanas stacijas ekspluatācija vai metāla cauruļu korozija).

2.2. RISINĀJUMI DZERAMĀ ŪDENS KVALITĀTES UZLABOŠANAI LATVIJĀ

2.2.1. PAŠVALDĪBU UN TO ŪDENSAPGĀDES UZŅĒMUMU IESPĒJAS



Atbilstošas dzeramā ūdens kvalitātes nodrošināšana ir svarīgs aspekts gan no vides, gan sabiedrības veselības viedokļa!

Mūsdienīga ūdensapgādes uzņēmuma darbība tiek īstenota tā, lai nodrošinātu nepārtrauktu un prasībām atbilstošu ūdens piegādi katram patērētājam.



Eiropas Savienības kohēzijas politika ļāvis piesaistīt būtisku finansējumu ūdenssaimniecības sakārtošanai visās apdzīvotajās vietās, kur iedzīvotāju skaits pārsniedz 2000 - pēdējo 20 gadu laikā Latvijā ūdensapgādes sistēmu (cauruļvadu un sagatavošanas iekārtu) modernizācijā ieguldīti 1,5 miljardi eiro.

Lai Latvijā dzeramo ūdeni sagatavotu atbilstoši nekaitīguma prasībām, nepieciešamas salīdzinoši vienkāršas un lētas metodes (atsevišķās vietās vispār nav nepieciešama papildu ūdens sagatavošana), jo ūdens kvalitāte pazemes resursos ir salīdzinoši augsta. Mūsdienās pastāv tehnoloģijas, kas nodrošina ūdens attīrīšanu no jebkādas piesārņojošas vielas vai mikroorganisma. Šīs tehnoloģijas var atšķirties gan pēc to darbības principiem, gan konstrukcijas. Lai veiktu atbilstošas tehnoloģijas izvēli, ir nepieciešams izstrādāt tehniski un ekonomiski pietiekamu pamatojumu.

Ūdens sagatavošanas metodes, izmantotās tehnoloģijas un ūdens attīrīšanas pakāpe ir atkarīga no tā, kādiem mērķiem sagatavoto ūdeni paredzēts izmantot:

- ♦ ja ūdeni izmanto pārtikā (dzeramais ūdens) – īpaši svarīgi iznīcināt patogēnus mikroorganismus (ja tādi ir sastopami neattīrītā ūdenī), tomēr šādā ūdenī pieļaujams visai augsts dažādu sāļu saturs (ieskaitot ūdens cietību) – dzeramais ūdens, ko nodrošina ūdensapgādes uzņēmumi;
- ♦ ja ūdeni izmanto apkures sistēmās vai tehnoloģiskos ražošanas procesos (tehnoloģiskais ūdens) – svarīgi ir ūdeni mīkstināt (pazemināt cietību) – ūdens tiek papildu sagatavots atbilstošām vajadzībām konkrētajā objektā.

Latvijā visplašāk izmantotā dzeramā ūdens sagatavošanas tehnoloģija ir atdzelžošana. Centralizētajām ūdensapgādes sistēmām Latvijā pārsvarā (95% gadījumos) ūdens atdzelžošanai izmanto aerācijas un filtrācijas metodi (gaiss un smilts/grants maisījums), bet mazas ražības iekārtās – jonu apmaiņas metodi, kurās apvieno ūdens mīkstināšanu ar atdzelžošanu.

Atsevišķos gadījumos, kad ūdenī ir paaugstināta sulfātu koncentrācija, **dzeramā ūdens sagatavošanai tiek izmantotas membrānfiltrācijas tehnoloģijas – nanofiltrācija.** Šajā tehnoloģijā kā filtrējošais elements tiek izmantota membrāna ar ļoti maziem poru izmēriem, jo attīrīšana notiek molekulārajā līmenī. Ar membrānu tehnoloģijas palīdzību tiek būtiski samazināta sulfītu, kalcija un magnija jonu koncentrācija dzeramajā ūdenī.

Objektos, kur ir nepieciešams īpašas kvalitātes tehnoloģiskais ūdens, **tiek izmantota membrānfiltrācijas tehnoloģija - atgriezeniskā osmoze**. Šajā tehnoloģijā kā filtrējošais elements arī tiek izmantota membrāna, tomēr tās poru izmērs ir mazāks nekā nanofiltrācijas membrānām, līdz ar to membrānai cauri tiek tikai ūdens molekulas, bet aizturēti tiek 95% no visiem zināmajiem piemaisījumiem. Atgriezeniskā osmoze tiek pielietota ražošanas procesos, kuros nepieciešams nodrošināt īpaši augstas tīrības ūdeni.

Ūdens sagatavošanai netiek izmantotas ķīmikālijas un papildu reaģenti. Izņēmums ir atsevišķas vietas, kur kā oksidantu ūdens atdzelžošanas iekārtās izmanto kālija permanganātu (zilos graudiņus).

Ikdienā dzeramais ūdens netiek hlorēts. Ūdensvadu dezinfekcijas nolūkos centralizēto ūdensapgādes sistēmu hlorēšana tiek veikta 2 reizes gadā, par to iepriekš brīdinot iedzīvotājus. Profilaktiskās hlora dozas ir tik minimālas, ka cilvēka garšas kārpiņas to nevar sajust.



Ūdens kādreiz tika regulāri hlorēts, bet šobrīd nav nepieciešamība to darīt, jo ūdens temperatūra ir zema, kā arī ūdenī nav sastopama augsta mikroorganismu barības vielu koncentrācija, līdz ar to netiek radīti labvēlīgi apstākļi mikroorganismu augšanai un nav nepieciešama hlorēšana.

Ūdens sagatavošanas procesā no ūdens sastāva netiek izdalīti cietību nosakošie mikroelementi – cilvēka organismam tik nepieciešami savienojumi kā kalcijs un magnijs. Līdz ar to Latvijā ūdensapgādes sistēmās tiek nodrošināts dzeramais ūdens ar augstu kalcija un magnija koncentrāciju, kas potenciāli var radīt problēmas dažādu iekārtu (tējkannu, boileru, u.c.) ekspluatācijā, bet tas netiek uzskatīts par pamatu dzeramā ūdens mīkstināšanas nepieciešamībai. Nevienā pasaules valstī nav noteiktas maksimāli pieļaujamās kalcija un magnija koncentrācijas dzeramajā ūdenī, kas tiek nodrošināts, izmantojot centralizētās ūdensapgādes sistēmas.

2.2.2. PATĒRĒTĀJA IESPĒJAS

Dzeramā ūdens kvalitāte Latvijā kopumā ir atbilstoša un dzeramo ūdeni no krāna drīkst izmantot un lietot uzturā neapstrādātā veidā. Regulāra krāna ūdens lietošana bez apstrādes nerada patērētāju veselības pasliktināšanās risku, taču ko ieteikt gadījumos, ja patērētājam ir novājināta imūnsistēma vai māc šaubas par dzeramā krāna ūdens ietekmi uz tā dzīves kvalitāti? Piegādātā dzeramā ūdens kvalitātes uzlabošanai un šaubu kļedēšanai var izmantot:

• ūdens filtrus:

- **diegu filtri** – attīra no dzelzs piegāršas, krāsas, smaržas. Diegu filtru spraugu izmērs ir mazāks nekā ūdenī esošo dzelzs daļiņu izmērs, līdz ar to tās tiek izdalītas no ūdens;
- **aktīvās ogles filtri** – uzlabo garšu un krāsu, kā arī novērš nepatīkamas smakas. Aktīvās ogles materiāla porainība ir ļoti augsta, līdz ar to tajā tiek adsorbēti ūdenī esošie piemaisījumi un mikroorganismi, kas var radīt nepatīkamu garšu, smaržu vai krāsu,

• vārīšanu:

- minimālais ūdens vārīšanas laiks ir viena minūte. Ūdeni nav nepieciešams vārīt ilgāk par piecām minūtēm, jo vārot samazinās gāzu un sāļu daudzums, un ūdens kļūst negaršīgāks.



Dažādas firmas piedāvā mājāsaimniecībām ūdens krānam uzstādīt dārgus, speciālus filtrus, kas, izmantojot reversās osmozes vai tehnoloģijas, ūdeni padara teju vai par destilētu ūdeni. Šīs firmas mēdz apgalvot, ka bez šiem filtriem krāna ūdens cilvēkam esot veselībai bīstams. Tā ir nepatiesība, jo krāna ūdens ir drošs lietošanai bez apstrādes. Turklāt – attīrot ūdeni no pilnīgi visiem tajā esošajiem minerāliem, ūdens kļūst vien par avotu slāpju remdēšanai, taču cilvēks nesaņem sev tik vērtīgos ūdenī esošos minerālus un “izskalo” ķermenī jau esošos minerālus.

Patērētājs ūdens kvalitāti var novērtēt pēc ūdens krāsas, garšas, smaržas un duļķainības, tomēr jāatceras, ka katram cilvēkam garšas sajūtas ir atšķirīgas un to, cik drošs ir dzeramais ūdens, pilnībā novērtēt tikai pēc izskata nav iespējams.



Objektīvu informāciju par ūdeni var iegūt, pārbaudot tā kvalitāti laboratorijā, kas akreditēta ūdens izmeklējumiem. Ar akreditēto laboratoriju sarakstu var iepazīties Latvijas Nacionālā akreditācijas biroja mājaslapā www.latak.gov.lv.



Vai sudrabs attīra ūdeni? Daudzi ūdeni mājās glabā krūzē, kurā ievietota sudraba karote, pirmskara laika sudraba latu monētas vai pat pats trauks ir no sudraba. Tiesa - sudraba joniem var piemist antibakteriālas īpašības, taču nav izpētīts, cik ilgi sudrabs palīdzēs turēties ūdenim tīrākam, tāpēc attieksmei pret šo paņēmienu tomēr vajadzētu būt kritiskai. Tas pats attiecināms uz citām valdošajām ezotēriskajām pārliecībām, kā ūdens nostādināšana, sasaldēšana un atsaldēšana, pīlādža vai ievas zaru ievietošana ūdenī. Kritiski jāvērtē arī “zinātne” par ūdens atmiņu, kristāliņiem, to, ka ūdens atceroties labos un sliktos vārdus.

3. Ū VITAMĪNS UN KOMUNIKĀCIJAS RĪKI

3.1. Ū VITAMĪNS INICIATĪVA UN ZĪMOLS



Kāpēc Ū VITAMĪNS?

Jo ŪDENS ir viens no cilvēka organismam svarīgākajiem elementiem

Lai veicinātu sabiedrības izpratni par veiktajiem uzlabojumiem Latvijas ūdensapgādes sistēmās un dzeramā ūdens kvalitāti, ir nepieciešams veikt atbilstošas sabiedrības izglītošanas kampaņas. Biedrība “Latvijas Ūdensapgādes un kanalizācijas uzņēmumu asociācija” sadarbībā ar Rīgas Tehniskās universitātes Ūdens pētniecības laboratoriju un kafejnīcām, kuru galvenais motivētājs ir Innocent Cafe, ir izveidojoši zīmolu Ū-vitamīns.

#DzeramŪdeniNoKrāna

Iniciatīvas Ū-vitamīns mērķis ir dzeramā ūdens patērētāju rīcības maiņa kontekstā ar videi draudzīgāka dzīvesveida veicināšanu. Galvenie iniciatīvas darbības virzieni:

♦ Veicināt dzeramā ūdens pieejamību

Dzeramais ūdens ir nepieciešams ikvienai dzīvai būtnei - atbilstoša šķidruma daudzuma organismā uzturēšana ļauj justies enerģiski un veselīgi. Iniciatīvā iesaistās restorāni, kafejnīcas, kā arī citas publiskas un sabiedriskas vietas.

♦ Kļiedēt stereotipus un aizspriedumus

Iedzīvotāji neuzticas krāna ūdens kvalitātei. Par spīti tam, ka krāna ūdens kvalitāti Latvijā stingri uzrauga un eksperti atzīst, ka to var droši dzert, liela daļa iedzīvotāju joprojām to vāra, vai arī dod priekšroku fasētam dzeramajam ūdenim. Lai gan ūdens kvalitātes prasības ir vienādas visā Eiropā - Latvijas cilvēku paradumi izskaidrojami ar sabiedrībā valdošiem stereotipiem. Cilvēki nepadomā, ka šo pašu ūdeni varam uzpildīt savā pudelē, jo vienkārši ērtāk ir ieiet veikalā un to nopirkt. Ir arī ļoti daudz iesīkstējuši stereotipi. Iztēlojoties, ka ūdenī ir hlora smaka, cilvēki pat nemēģina to pagaršot.

♦ Izglītēt

Cilvēki reizēm neaizdomājas, cik ūdenim ir svarīga nozīme tā dzīvē. Sniedzot informāciju un lieku reizi atgādinot par ūdens nozīmību cilvēka dzīves kvalitātes nodrošināšanai, kā arī vienkāršā veidā pierādot, ka krāna ūdens ir vispieejamākais arī no ekonomiskā viedokļa un tā lietošana ir videi visdraudzīgākais veids, iespējams ilgtermiņā mainīt cilvēku paradumus.

ZĪMOLS “Ū VITAMĪNS”



Dažādi pētījumi liecina, ka cilvēki labāk uztver un atceras informāciju, kas saistās ar kādu konkrētu zīmolu. Lai nodrošinātu iniciatīvas ietvaros veikto aktivitāšu ilgtspējību un atpazīstamību, izveidots “Ū vitamīns” zīmols.

Nosaukums “Ū vitamīns” izvēlēts, lai atraktīvā un radošā veidā piesaistītu sabiedrības uzmanību un veicinātu zīmola atpazīstamību. Asociācijas ar vitamīniem uzsver dzeramā ūdens lietošanas svarīgumu cilvēka dzīvē. Zīmola vizuālais tēls – ar roku zīmētas mākslinieciskas ilustrācijas, spilgti un dzīvespriecīgi krāsu toņi, pievērš uzmanību un paliek atmiņā.

Ir ļoti svarīgi, lai visas aktivitātes būtu savstarpēji vizuāli līdzīgas, lai zīmols tiktu izmantots konsekventi. Tāpēc ir izveidoti vairāki materiāli, izvēlēts raksturīgs burtveidols jeb šrifts, radītas unikālas ilustrācijas, sagatavoti dažādi informatīvi bukleti, izdales materiāli, suvenīru dizains, kuru var izmantot, lai efektīvāk komunicētu.

Zīmola logotips. Pieejama gan pilna versija ar ilustrācijām, gan arī vienkāršota vienkrāsas versija, kuru izmantot dažādos materiālos.



Zīmola “Ū vitamīns” vizuālais stils, vēstījumi, burtveidola un ilustrāciju paraugs. Līdzīgā stilistikā pieejami visi komunikācijas materiāli.

Iniciatīvas ietvaros dzeramo krāna ūdeni popularizējošas darbības vērstas gan uz akcijas veida pasākumiem, gan uz regulārām aktivitātēm. Akcijās tiek uzrunāta kāda konkrēta mērķauditorijas daļa tai saistošā veidā, aicinot pievērst uzmanību kādai aktuālai problēmai. Savukārt regulārie pasākumi vērsti uz plašākas mērķauditorijas uzrunāšanu atbilstoši patērētāju ilgtermiņa vajadzībām, vienlaikus pārsteidzot ar kādu jaunu niansi (jo zināms, ka pārāk sausa un formāla komunikācija rada pretestību un auditorija to neuztver!).

Iniciatīvas pasākumiem tiek izmantoti dažādi “praktiski” palīgi, kā:

- ♦ interaktīva mājaslapa www.uvitamins.lv,
- ♦ izdales materiāli papīra un elektroniskā formātā (bukleti, lidlapas, afišas, uzlīmes),
- ♦ stends ārtelpu pasākumiem “Ūdens bārs”,
- ♦ informācija par dažādiem iekārtu risinājumiem publiskām vietām ērtai un pareizai krāna ūdens lietošanai,
- ♦ uzskates iekārta iekštelpu pasākumiem “Demo dzeramā ūdens strūklaka”.



Lai pielāgotu kādu no zīmola materiāliem savām vajadzībām, vai arī, lai konsultētos par tā izmantošanu, aicinām sazināties ar zīmola veidotājiem, rakstot e-pastu uz seit@uvitamins.lv, vai arī sociālajā vietnē Facebook – fb.me/uvitamins. Konsultācijas pieejamas arī Latvijas Ūdensapgādes un kanalizācijas uzņēmumu asociācijā, rakstot e-pastu info@lwwwa.lv vai Facebook – fb.me/lwwwa.lv.



Zīmola izmantošanā nepieciešama kādas no iniciatīvas pusēm piekrišana, kā arī atsauce uz zīmola izmantošanu. Zīmola un aktivitāšu nesaskaņota izmantošana ir aizliegta.

3.2. FASĒTAIS ŪDENS PRETSTATĀ KRĀNA ŪDENIM

Krāna ūdens Latvijā ir viens no garšīgākajiem, kvalitatīvākajiem un drošākajiem pasaulē!!! Vienlaikus – šobrīd vismaz katrs trešais Latvijas iedzīvotājs ikdienā priekšroku dod fasētajam ūdenim.

PĒTĀM, KAS KOPIĢS UN ATŠKIRĪGS ŪDENIM, KAS TEK NO KRĀNA UN TAM, KAS FASĒTS PUDELĒS

Kvalitāte

- ◆ Sagatavošanas process fasētajam ūdenim ir tieši tāds pats, kā sagatavojot dzeramo ūdeni, kas nonāk krānos. Tas ir iegūts no pazemes, ar dažādu filtru palīdzību mazāk vai vairāk tiek attīrīts no nevēlamiem piemaisījumiem un tiek pildīts pudelēs. **Kvalitātes prasības gan vietai, kur ūdens iztek no krāna, gan fasētā ūdens iepildīšanas vietai ir vienādas.**
- ◆ Tomēr, ūdens cietība, garša un smarža var atšķirties, atkarībā no dažādu mikroelementu klātbūtnes. Pasaulē veiktie pētījumi liecina, ka vismaz 50% gadījumos pudelēs fasētais ūdens ir identiskas kvalitātes ūdens tam, kas pieejams no krāna. Latvijas gadījumā, kur krāna ūdens ir ļoti augstas kvalitātes, šis īpatsvars varētu būt pat lielāks.
- ◆ Jāatceras, ka kvalitātes prasības fasētajam ūdenim tiek noteiktas brīdīm, kad ūdens tiek pildīts pudelēs un pēc zināma stāvēšanas laika pudelēs kādi mikrobioloģiskie rādītāji varētu pasliktināties. Tas ne vienmēr būs apdraudējums veselībai, bet krāna ūdens šādā gadījumā ir kvalitatīvāks.



Ņujorkas Valsts universitātes veikts pētījums atklāja, ka pudeļu ūdenī, tostarp pasaulē populāru zīmolu ražotā, atrodas plastmasas mikrošķiedras. Pētnieki secināja, ka mikrošķiedru daudzums plastmasas pudelēs divkārt pārsniedz to, kas atrodams krāna ūdenī.

- ◆ Rādījumi par dzelzs saturu dzeramajā ūdenī sliktāki ir krāna ūdenim nekā fasētajam ūdenim, taču normas robežās. Jāatceras, ka problēma varētu būt ne pašā ūdenī, bet ūdensapgādes cauruļvados.
- ◆ Secinājumi – izņemot dzelzs koncentrāciju, nav būtiskas atšķirības starp krāna un fasēto dzeramo ūdeni.

Finances

- ◆ Fasētā dzeramā ūdens patēriņš mūsu valstī pieaug, īpaši – līdz ar ekonomiskās situācijas uzlabošanos.
- ◆ Dzeramā ūdens cena ļoti atšķiras. Cilvēkam dienā noteiktā norma būtu 2 litri, taču pētījumi rāda, ka cilvēks vidēji dienā izdzer 1 litru, tātad gadā vidēji 250 litrus. Zemāk redzamajā apkopojumā uzskatāmi secināms, ka fasētā ūdens vietā izvēloties krāna ūdeni, pie patēriņa 250 litri/gadā, iespējams ietaupīt pat vairākus simtus EUR gadā.



Dzeramā ūdens veids	EUR/litrā	Gada izmaksas, EUR
No krāna (tarifs 1 EUR/m ³)	0,001	0,25
Fasēts 0.5 l pudelē (vidēji 0.35 EUR/pudele)	0,70	175,00
Fasēts 1.5 l pudelē (vidēji 0.60 EUR/pudele)	0,40	100,00
Fasēts 5 l pudelē (vidēji 1.00 EUR/pudele)	0,20	50,00

Finances	◆ Fasētais ūdens ir ievērojami (pat līdz 1000 reizēm atkarībā no indivīda izvēlēta zīmola un iepakojuma veida) dārgāks par krāna ūdeni. ◆ Publiskajās (darba) vietās fasēta ūdens iegādei tiek tērēti vidēji 30-50 EUR uz darbinieku gadā. ◆ Tēriņi fasēta dzeramā ūdens nodrošināšanai Latvijas pašvaldībās vidēji sastāda 15 000 EUR/gadā.
Vide	◆ Ūdens dzeršana no dzeramajām strūklakām nerada kaitīgu ietekmi uz vidi. ◆ Ūdens dzeršana no krāna nerada kaitīgu ietekmi uz vidi, ja dzeršanai tiek izmantoti videi draudzīga materiāla trauki. ◆ Ūdeni uzpildīšanai no strūklakas vai krāna līdznešanai visatbildīgāk pildīt atkārtoti izmantojamā videi draudzīga materiāla ūdens pudelē. ◆ Pētījumi liecina, ka atkārtotā pārstrādē vai pielietojumā nonāk tikai 1/5 no plastmasas pudelēm, 4/5 nonāk vidē vai atkritumu poligonos. ◆ Plastmasa sadalās aptuveni 200-400 gadu laikā.
Mārketinga (un veselība)	◆ Ūdens tirgošana dzeršanai ir apjomīgs un ienesīgs bizness, jo cilvēki ūdeni dzers vienmēr. ◆ Saskaņā ar Eiropas Savienības normatīvajiem aktiem fasēto ūdeni iedala trīs grupās: dabiskais minerālūdens, avota ūdens un dzeramais ūdens (ūdens veidam jābūt norādītam uz marķējuma!). Dabiskajam minerālūdenim un avota ūdenim ir atsevišķi noteiktas prasības, savukārt fasētajam ūdenim ar norādi “dzeramais ūdens” attiecināmas tās pašas kvalitātes prasības, kas krāna ūdenim.  Pārtikas un veterinārā dienesta informācija liecina, ka Latvijā reģistrēti 24 fasētā dzeramā ūdens ražotāji, taču tikai 4 no tiem iegūst un ražo dabisko minerālūdeni vai avota ūdeni, kas ļauj izdarīt pieņēmumu, ka pārējie visdrīzāk fasē ūdensapgādes uzņēmumu piegādātu ūdeni. ◆ Interesanti, bet fakts – kamēr “vecajā” Eiropā cilvēki dzeramo ūdeni pārsvarā lieto no krāna un veikalā pērk tikai minerālūdeni, tad Latvijā – veikalā pārsvarā tiek pirktis tieši dzeramais ūdens. ◆ Patērētājiem jābūt informētiem, kāds dzeramais ūdens tiek piedāvāts: • dzeramā ūdens piegādātājs ir atbildīgs par iedzīvotāju informēšanu par viņiem piegādātā dzeramā ūdens kvalitāti un nekaitīgumu. Piegādātājam ir jāsniedz informācija patērētājam arī par pasākumiem, kurus ir veicis piegādātājs un kuri ir jāveic pašiem iedzīvotājiem, lai nodrošinātu dzeramā ūdens kvalitāti; • informācija par konkrētā ūdens piegādātāja piegādātā ūdens no krāna kvalitāti un analīžu rezultātiem ikvienam patērētājam pieejama pie piegādātāja; • fasētā ūdens ražotāji vairumā gadījumu patērētājiem nesniedz atbildes uz būtiskiem jautājumiem, piemēram, kur ūdens iegūts, vai un kādā veidā tā tīrība tiek pārbaudīta, vai un cik bieži konstatētas neatbilstības.  Zemkopības ministrija savulaik rosināja izmaiņas normatīvajos aktos, paredzot marķējumā norādīt ūdens ieguves vietu, bet, ja ūdens pildīts no krāna, marķējumā būtu jāmin konkrētā ūdensapgādes uzņēmuma nosaukums. Taču fasētā ūdens ražotāju lobija ietekmē šie noteikumi ir “iesprūduši”

- Patērētāji visbiežāk nekritiski attiecas pret reklāmas tekstiem, un to rīcības stimuls, pērkot fasētu ūdeni, visbiežāk ir zīmols un mārketingi, nevis ūdens tīrība, kalnu avota dzidrums vai unikālas minerālvielas.
- Fasētā ūdens veselīgums ārpus reklāmas ir grūti pierādāms, jo **tieks tirgots nevis produkts, bet stāsts**: veģetārais ūdens, vegānu ūdens, bezkaloriju ūdens, ūdens ar atmiņu, vitamīnu ūdens utt.
- Eiropas Parlamenta deputāti jau 2018.gadā atbalstīja priekšlikumus, lai uzlabotu iedzīvotāju uzticēšanos dzeramajam krāna ūdenim, kas ir ievērojami lētāks un videi draudzīgāks nekā pudelēs pildīts dzeramais ūdens. Priekšlikumu būtība vērsta uz:
 - pasākumiem piesārņotāju samazināšanai un krāna ūdens kvalitātes paaugstināšanai;
 - krāna ūdens pieejamības uzlabošanai sabiedriskās vietās, restorānos;
 - ES dalībvalstu instrumentiem, kuriem “jāveicina vispārēja ūdens pieejamība”.
- Saskaņā ar Eiropas Komisijas aplēsēm –
 - zemāks pudelēs pildīta ūdens patēriņš Eiropas mājāsaimniecībām aiztaupītu vairāk kā 600 miljonus eiro gadā,
 - lielāka krāna ūdens pieejamība un uzticība krāna ūdenim palīdzēs samazināt pudelēs pildīta ūdens patēriņu par 17%, tādējādi samazinot plastmasas atkritumu apjomu.



Industrija (pudeļu un filtru ražotāji), kas pelna uz aizspriedumu par krāna ūdeni pamata, rīko vērienīgas pretkampanjas. Lielus reklāmas laukumus aizpilda tādi uzsaukumi, kā: “Kāpēc mums būtu jāpieņem ūdens ar hlora garšu?”, “Filtrēšanas tehnoloģija samazina kaļķakmens nogulšņu, hlora un citu smaržu un garšu pasliktinošu vielu daudzumu”. To visu papildina dažādas mārketinga blēdības, piemēram: “Izdertajam ūdenim ir būtiska loma, lai smadzenes apgādātu ar nepieciešamo ūdens daudzumu, un tās varētu pilnvērtīgi darboties”, “pudeļu ūdens izvada no organisma skābes atkritumus”, “strukturēts ūdens veselības uzlabošanai”

- Rezumējot – krāna ūdens lietošanas veicināšanas aktivitātēs ir jāiegulda ievērojami mazāk līdzekļu, jo krāna ūdens pozitīvās iezīmes nav papildus jāpierāda, tās jau ir pierādītas. Nosacījums – patērētāji ir jāizglīto un jābūt pietiekamai politiskajai gribai. Dzeramais ūdens nevar nodrošināt individuālu “pastāvīgu laimes plūsmu”, taču var pildīt tam domāto uzdevumu – izmantot to dzeršanai. Un šim mērķim lieliski der tīrs krāna ūdens, kas pretstatā fasētajam ūdenim ir ekonomiskākā izvēle un videi draudzīgākais risinājums (jo tam līdzī “nenāk” plastmasas pudele, kurai pēc tam nepieciešama īpaša apsaimniekošana, lai tā jau piesārņojuma veidā pie mums neatgrieztos ar nākamo ūdens pudeli).

3.3. KOMUNIKĀCIJAS CEĻVEDIS

- Ar terminu „**dzeramais ūdens**” saprot virszemes un pazemes ūdeni, kas neapstrādātā veidā vai pēc apstrādes paredzēts patēriņam uzturā, uztura pagatavošanai, kā arī izmantošanai pārtikas ražošanā neatkarīgi no piegādes veida (pa ūdensvadu, cisternās vai fasējumā).



- “**Krāna ūdens**” ir dzerams. Taču, lai tas iegūtu pievilcību kā produkts patērētāju acīs, ir jāuzsver tā visi aspekti – garša, drošība, kvalitāte, pievienotā vērtība.

Krāna ūdens lietošanas veicināšana ir efektīvi paveicama, ja pieturamies pie pamatvēstījuma, ka - **ŪDENS IR SVARĪGS AVOTS LABAS GARĪGĀS UN FIZISKĀS VESELĪBAS NODROŠINĀŠANAI, LĪDZ AR TO - ARĪ DZĪVES KVALITĀTES JAUTĀJUMS**. Pietiekams ūdens daudzums ir viens no cilvēka dzīvības un labas veselības priekšnosacījumiem, jo ūdens, gluži tāpat kā gaiss, nepieciešams dzīvības procesu uzturēšanai: cilvēks bez pārtikas var izdzīvot apmēram mēnesi, savukārt bez ūdens – tikai aptuveni piecas dienas.

Izstrādājot komunikācijas stratēģiju, jāveic komunikācijas elementu savstarpēja koordinācija ar tiem atvēlētiem naudas līdzekļiem. Lai komunikācijas stratēģija sniegtu nepieciešamo atdevi ilgstošā laika periodā, mārketinga un reklāmas darbībām jāpapildina vienai otra un jābūt savstarpējā saskaņā.

KO ŅEMT VĒRĀ, PLĀNOJOT UN ĪSTENOJOT KOMUNIKĀCIJAS STRATĒGIJU?

Resursu novērtēšana

Resursu novērtēšana var būt sarežģīts aspekts jebkurā pasākumā:

- ja jums ir iepriekšēja pieredze, uz to var balstīties jaunas kampaņas plānošanā;
- ja nav ne pieredzes, ne datu, var mēģiniet atrast citu līdzīgu pasākumu, ko var izmantot kā aptuvenu kritēriju, lai novērtētu vajadzību pēc dažādu veidu materiāliem;
- ja nav līdzīgu pasākumu, tad:
 - labāk, ja resursus pārvērtē, nevis novērtē nepietiekami (jo, ja kampaņas vidū beidzas kāds no materiāliem, tas var radīt būtisku pārtraukumu, un bieži vien mazāka materiālu apjoma pasūtīšana īsā laikposmā izmaksā dārgāk vai var pat būt neiespējami sagādāt materiālus savlaicīgi vai saprātīgā termiņā),
 - mēģiniet aprēķināt, cik daudz resursu (izdales materiāli, cilvēki, laiks u.c.) būs vajadzīgs uz 100 vai 1000 cilvēkiem, kuri tiks uzrunāti. Šos skaitļus var arī koriģēt atbilstoši faktiskajai situācijai kampaņas laikā, lai ir iespējams prognozēt, vai varētu būt vajadzīgs lielāks vai mazāks resursu skaits,
 - apsveriet, kādos citos projektos/pasākumos jūs varētu izmantot tos pašus materiālus (ja kampaņas beigās paliek materiālu pārpalikums, to var novirzīt citam mērķim). Vērts noskaidrot, vai piegādātāji varētu pārpalikumu paņemt atpakaļ, lai nevajadzētu to uzglabāt vai utilizēt.
- Datu ieguve un mērķi: neatkarīgi no tā, vai mērķauditorijas uzrunāšanai plānojat izmantot elektroniskos vai papīra formāta mehānismus, ir nepieciešams apsvērt, kādi dati vajadzīgi kampaņas uzsākšanai un kādi – tās rezultātu novērtēšanai.

Resursu novērtēšana

- ♦ Izvērtēšana: nav šaubu, ka katrai kampaņai būs jāpierāda sava efektivitāte attiecīgajā vietā/vidē un katrai kampaņai būs savas prasības attiecībā uz izvērtēšanu. Izvērtēšanu var uzskatīt par sava veida eksperimentu, lai izpētītu, kāds ir faktiskais resursu patēriņš turpmākām rīcībām, kā arī ļauj novērtēt kampaņas ietekmi uz konkrēto mērķauditoriju. Tāpēc svarīgi, lai jau no paša sākuma būtu pārdomāts uzraudzības plāns, kam sekot visas kampaņas gaitā, un nodrošinātu, ka notiek reāla virzība uz rezultātu sasniegšanu.
- ♦ Nenoliedzami, visas reklamēšanas un izglītošanas darbības nebūs efektīvas, ja nenotiks laba koordinācija starp ūdensapgādes uzņēmumu, klientu, pakalpojuma sniegšanā iesaistītajām citām pusēm, kā arī medijiem, tāpēc jāatceras – laba komunikācija ir viens no priekšnoteikumiem efektīvai informatīvai kampaņai. Lai kampaņa izdotos, ir jāidentificē galvenie partneri un ieinteresētās personas, kas būs jāpiesaista (piemēram, politiķi, pašvaldības, pārtikas uzņēmumi, uztura speciālisti, nevalstiskās organizācijas (saistībā ar veselību vai vidi) utt.). Viņu ieguldījums varētu būt tieša tūlītējo rezultātu nodrošināšana; tās var būt konsultācijas/padomu sniegšana vai ilgākā termiņā sasniegto rezultātu izvērtēšana. Jebkurā gadījumā ir jāpanāk to atbalsts un iesaistīšanās jau no paša sākuma, lai maksimāli palielinātu ieguvumus kampaņai un precīzi formulētu, kas tiek sagaidīts no viņu iesaistīšanas.

Mērķauditorijas izvēle

- ♦ Auditorijas izvēlē jābalstās – tieši, kurus patērētājus vai potenciālos patērētājus vēlamies sasniegt (piemēram, pamatskolas skolēni vai jaunieši, dzīvokļos mītošie vai privātmāju īemītņi, pastāvīgi dzīvojošie vai tūristi u.tml.).
- ♦ Mērķa teritorijas vai vietas izvēle – izvēloties, kur īstenot kampaņu, ir jāņem vērā dažādi aspekti, lai maksimāli palielinātu iesaistīšanas tvērumu un attiecīgo ietekmi. Tas nozīmē, ka ir jānovērtē cilvēku esošā pieejamība krāna ūdenim (tostarp dzeramajām strūklakām) un jāapzina jau esošā informācija/pakalpojumi, kas pieejami, lai to veicinātu. Turpmāk ir uzskaitīti aspekti, kas jāņem vērā.
 - infrastruktūra: vai dzeramā krāna ūdens lietošanai ir nodrošināta atbilstoša infrastruktūra? Būtu jāidentificē iedzīvotāji, kuriem nav piekļuves ūdenim vai arī piekļuve ir apgrūtināta, un jāizvērtē piekļuves trūkuma iemesli un iespējas piekļuves nodrošināšanai;



Daļu potenciālo patērētāju krāna ūdens nelietošanas pamatā var būt tas, ka dzīvesvietā nemaz nav centralizētās ūdensapgādes un citas publiskas dzeramā ūdens iegūšanas vietas (piemēram, brīvkrāni). Šai auditorijai iesaiste kampaņā būtu jāsāk ar skaidru informāciju par pašvaldības plāniem konkrētā apvidus pievienošanai centralizētajai ūdensapgādei un skaidrojumu, kā pati auditorija var veicināt šo procesu.



Ja teritorijā, kurā plānojat īstenot kampaņu, ir labs centralizētās ūdensapgādes pārklājums un daudz publiskās un izglītības iestādes, tad vērā ņemams faktors ir apstākļi, ka cilvēki lielāko daļu darba dienas pavada savā darbavietā vai mācību iestādē – līdz ar to, krāna ūdens pieejamība (piemēram, dzeramo strūklaku veidā) visas dienas garumā ir saistošs veids kā padarīt atrašanos skolā vai darbā veselībai draudzīgāku.

- informācija: vai ir pieejama pilnīga informācija (pieslēgums centralizētajai ūdensapgādei vai citi lokāli – un kādi – risinājumi, analīžu rezultāti, esošie izmantotie risinājumi (fasētā ūdens iekārtas, filtri u.tml.) dzeramā ūdens lietošanai u.tml.) par attiecīgo teritoriju, vai arī informācijas trūkst? Aktuālu datu ieguve ir labs veids, kā pārliecināties, ka ir aptverta visa vajadzīgā informācija, tomēr jāatceras, ka jaunas informācijas apkopošana aizņems mazliet vairāk laika nekā gatavu materiālu izmantošana;
- stimuli: jāapsver, kuras iesaistītās puses vēl būtu ieinteresētas jūsu kampaņā – dažādu ražotāju (piemēram, vairākkārt lietojamo ūdens pudeļu, dzeramo strūklaku, tipogrāfisko materiālu) un partneru (piemēram, pašvaldības vadības, skolas administrācijas) iesaistīšanās kampaņā var būt ļoti noderīga viņiem pašiem, jo sniedz tiem iespēju uzlabot savu tēlu sabiedrībā un gūt ekonomisko labumu (iespēja ilgtermiņā palielināt produkcijas ieņēmumus vai samazināt iestādes saimnieciskos izdevumus). Varbūt jūsu uzņēmums kampaņas laikā noteiktu periodu ir gatavs “dalīt krāna ūdeni” par brīvu?
- mājokļi un kultūra: kādu veidu mājokļi ir teritorijā, kur vēlaties īstenot kampaņu? Ja kampaņas laikā kā viens no instrumentiem plānots tieša iedzīvotāju aptaujāšana vai informēšana, tad jāņem vērā, ka pieklūt dzīvokļiem var būt sarežģītāk nekā pieklūt mājām, bet tas nenozīmē, ka jūsu kampaņā tas nebūs iespējams. Ja teritorijā, kur plānojat īstenot kampaņu, piekļuves iespējas ir ierobežotas, ieteicams sazināties ar ēku īpašuma pārvaldniekiem, lai vienotos par piekļuves (piemēram, pastkastītēm) iespējām. Svarīgi ir arī ņemt vērā jūsu apvidus iedzīvotāju mentalitāti un kultūru (piemēram, atturīgie kurzemnieki pretstatā Latgales reģionā dzīvojošajiem, visdrīzāk neatvērs durvis svešiniekiem neatkarīgi no jūsu kampaņas atraktivitātes). Labs veids, kā iesaistīt cilvēkus, neriskējot iejaukties viņu privātajā telpā, ir organizēt sabiedriskus pasākumus, kuru laikā cilvēki var vērsties pie jums.
- Mērķauditorijas apzināšana: daži cilvēki būs atsaucīgāki atkarībā no tā, kurā paradumu maiņas procesa posmā viņi atrodas. Ir dažādi veidi, kā noskaidrot, kurās konkrētās iedzīvotāju grupās ir vislielākā gatavība pāriet uz krāna ūdens lietošanu dzeršanai (piemēram, valsts pētījumi, patēriņa modeļi, statistikas dati, darbavietās/skolās veikti apsekojumi par dzeramā ūdens lietošanas jautājumiem). Meklējiet datus, kas norāda uz paradumu mainīšanās potenciālu vai liecina par izmaiņu nepieciešamību, kā piemēram,
 - iedzīvotāju veselības stāvokļa pasliktināšanās uztura dēļ;
 - zems iedzīvotāju fiziskās aktivitātes līmenis;
 - liels fasētā ūdens pieprasījums;
 - ar vides piesārņojumu ar plastmasu saistīti jautājumi.



Lai maksimāli izmantotu kampaņas resursus, visvērtīgāk ir vērsties pie cilvēkiem, kuriem ir lielāka vēlme mainīties.

Vērts pievērst īpašu uzmanību iespējamiem pārejas paradumu gadījumiem – kā cilvēku dzeramā ūdens lietošanas paradumus ietekmē dzīvesveida maiņa, piemēram, pārcelšanās uz jaunu mājvietu vai darbu, skolas beigšana, kļūšana par vecākiem, bezdarbnieku vai pensionēšanās. Ir pētījumi, kas norāda, ka nozīmīgi notikumi vai pārejas laiki cilvēku dzīvēs sniedz lielu iespēju viņus ietekmēt – jo šajos periodos viņi paši pārvērtē savus paradumus un prasības!

- ◆ Cilvēku paradumu maiņas mērķis būtībā ir panākt nelielas, vienkāršas pārmaiņas, kas uzlabo dzīvi un padara krāna ūdens lietošanu pašu par sevi saprotamu.
- ◆ Tomēr, lai mēs varētu ietekmēt un, iespējams, mainīt cilvēku paradumus, tie vispirms ir labāk jāsaprot.
 - Cilvēkiem, kuri apsver savu ūdens dzeršanas paradumu maiņu vai gatavojas mainīt savus ūdens dzeršanas paradumus, ļoti noderēs informācija par alternatīvām dzeršanas izvēlēm. **Uzsverot ieguvumus**, ko sniegs ūdens dzeršanas veida maiņa, viņu pārliecība, ka paradumi jāmaina, tikai nostiprināsies.
 - Tāpat, ja kāds jau ir sācis rīkoties, noderīgi ir **motivēt** viņu tā rīkoties arī turpmāk. Mērķtiecīga kampaņa nostiprina cilvēka lēmumu turpināt pārmaiņas, jo viņš apzinās ieguvumus un pierod pie jaunajiem paradumiem.
 - Ja kāds jau regulāri lieto dzeršanai krāna ūdeni tā vietā, lai iegādātos fasēto dzeramo ūdeni - joprojām ir svarīgi piedāvāt viņam padomu un atbalstu, ja tiek izrādīta tāda vēlme.
- ◆ **Cilvēka paradumus veido viņa attieksme!** Ja cilvēki ierosinātos paradumus uztver pozitīvi, ir lielāka iespējamība, ka viņi tos pārņems. Uzsverot ilgtspējīgas ūdens dzeršanas sniegtos ieguvumus (piemēram, naudas ietaupīšana, veselības saglabāšana, komforts pieejamības dēļ), cilvēks kļūst atvērtāks pret tā izmantošanu.
- ◆ Iespējamība, ka cilvēki pārņems jaunus paradumus, pieaugs, ja viņi redzēs, ka to dara citi, un uzskatīs, ka tas ir „normāli“. Tāpēc ir vēlams popularizēt krāna ūdeni kā populāru un pieejamu padzēršanās veidu (piemēram, aicinot iesaistīties kādā no vietējām “krāna ūdens lietotāju” interešu grupām, uzstādot vairāk dzeramās strūklakas un ūdens uzpildes vietas, kampaņu vai konkursu veidā izplatot atkārtoti lietojamās ūdens pudeles ar zīmola simboliku).

- ◆ Sabiedrība kopumā interesējas par uztura un veselības saistību un par piemērota uztura izvēli individuālām vajadzībām. Uztura pamatprincipu zināšana un atbilstīgas informācijas pieejamība par pārtikas produktiem (tostarp, dzeramo ūdeni) ievērojami palīdz patērētājam izdarīt apzinātu izvēli. Izglītošanas un informēšanas kampaņas ir nozīmīgs instruments, lai **uzlabotu patērētāju izpratni** par pārtikas produktu informāciju.
- ◆ Jebkuras informācijas, īpaši reklāmas, pamatā nepieciešams līdzsvars starp pārdomātu vēstījumu (ziņojumu) un informācijas pasniegšanas veidu. Var gadīties, ka reklāma ir tik atraktīva un aizraujoša, ka visā reklāmas radošajā izpausmē patērētājs nepamana pašu reklamēto produktu vai pat zīmolu.
- ◆ Esošā vai potenciālā patērētāja sapratne ir spēja reklāmā pareizi nolasīt zīmola pausto ziņojumu, kā arī sasaistīt reklāmu ar konkrēto zīmolu. Turklāt svarīgi ir nošķirt sapratni spontānajā līmenī (ko patērētājs pats atstāsta no uztvertā) no virzītā (ko viņš atpazīst no dotā ziņojuma).



Skatīties un dzirdēt ne vienmēr ir ieraudzīt un saklausīt!

- Jebkuram informatīvam vēstījumam ir svarīgi ne tikai patikt patērētājiem un iespieties viņu atmiņā, bet arī motivēt. Atkarībā no kampaņas veida (piemēram, paša ūdensapgādes uzņēmuma vai Ū-vitamīna zīmola atpazīstamības veidošana, krāna ūdens pieejamības vai pārdošanas veicināšana vai cits), katrai informācijai ir jāietver kādi konkrēti motivēšanas rādītāji, kas svarīgi definētajā mērķauditorijā (esošie vai potenciālie patērētāji, mācību iestādes, sabiedrība kopumā utt.).
- Jāizstrādā pārdomāts reklāmas ziņojums:
 - informējoša rakstura reklāmas mērķis ir informēt mērķauditoriju par konkrēto produktu, tā īpašībām un kvalitātēm;
 - mūsu reklāma vienlaikus kalpo arī kā pretspars konkurentiem (fasētā ūdens un filtru ražotāju sfērai), kas izraisa nepieciešamību pēc efektīvas, efektīgas un pārliecinošas reklāmas, kas uzsver krāna ūdens lietošanas priekšrocības, ieguvumus no tā lietošanas, atgādina par augsto kvalitāti un provocē patērētāju ilgstošai patērēšanai. Neizbēgami ar reklāmas palīdzību mums tiešā vai netiešā veidā ir jāsalīdzina savu produktu ar konkurentu produktu;
 - vēl viens reklāmas mērķis ir atgādināt par produktu, neļaut patērētājiem to aizmirst, izraisot vieglas, bet noturīgas formas atkarību.
- Vēstījuma pamatā jābalstās uz ilgtspējīgu krāna ūdens pozitīvās ietekmes uzsveršanu un šādu dzeršanas paradumu pozicionēšanu kā normu, kā arī cilvēku atbalstīšanu un iedrošināšanu, nevis uz pieprasīšanu, lai viņi maina savus paradumus. Informācijai jāpanāk pārliecība cilvēkos, ka nav nekā tāda, kas būtu jādara obligāti, un ka tas, kā cilvēks tobrīd rīkojas, nav nepareizi. Kampaņu mērķis ir palielināt cilvēku neatkarību un viņu kontroli pār situāciju, sniedzot informāciju par to, kāpēc un kā mainīties, bet galu galā ļauj viņiem pašiem izlemt, kas būtu labāk viņiem.
- Maksimāli precīza mērķauditorijas noteikšana palīdz **personalizētas un noderīgas informācijas** sagatavošanai, kas savukārt ir paradumu maiņas procesa nozīmīga daļa. Cilvēkam pašam apzinoties savus šķēršļus, izlemjot, kā tos pārvarēt, un izvēloties, kāda informācija viņam ir vajadzīga atbalstam, tiek radīta motivācija fasētā ūdens vietā izmantot ilgtspējīgākus ūdens dzeršanas veidus un pastāv lielāka iespēja pavisam augšup paradumu maiņas skalā. Viens no visbiežāk minētajiem subjektīvajiem iemesliem, kāpēc netiek izmantots ilgtspējīgs dzeršanas veids, ir nepietiekamas vai neprecīzas zināšanas par alternatīvām. Tāpēc svarīgi ir, lai būtu pieejams plašs informācijas klāsts, kurā aplūkoti šķēršļi, ar ko cilvēki saskaras, un no kura var uzzināt par konkrētajā teritorijā pieejamajām iespējām. Viens no visefektīvākajiem informācijas avotiem šajā ziņā ir unikāla karte, kurā ietverta integrēta informācija par visām pieejamajām dzeramā ūdens bezmaksas/maksas vietām. Šādu “karti” drukātā veidā var piedāvāt papildus tūrisma kartēm, dažādiem informatīviem bukletiem sabiedriskās vietās un jebkādiem citiem atbilstošiem materiāliem.
- Svarīgi ir, lai piedāvātā informācija būtu aktuāla, atbilstoša, skaidri saprotama un aizraujoša.

DAŽI PIEMĒRI PAR INFORMĀCIJU ŠĶĒRŠĻU NOVĒRŠANAI:

Šķēslis	Informācijas piemērs
Uzskats, ka krāna ūdens lietošana dzeršanai ir nedroša	- informācija par ūdens kvalitāti un tuvākajām laboratorijām, kur pārbaudīt ūdens kvalitāti; - karte ar vietējiem bezmaksas krāna ūdens pieejamības punktiem, kur "pamēģināt notestēt krāna ūdeni"; - ekskursijas uz ūdens sagatavošanas vietām; - var izmantot vadlīniju pielikumā pievienoto bukletu, kurā apkopoti visbiežāk skeptiķu uzdotie jautājumi un sniegtas atbildes.
Nav pietiekami lielas ieinteresētības izmantot ilgtspējīgu dzeršanas paradumu	Jāuzsver ekonomiskie ieguvumi un ieguvumi veselībai un apkārtējai videi. Daži no būtiskākajiem ieguvumiem, ko var norādīt: - leguvums veselībai un personīgie ieguvumi - pietiekama ūdens dzeršana uzlabo fizisko, garīgo un emocionālo veselību. Šie mūsu dzīves elementi ir savstarpēji saistīti un būtiski ietekmē mūsu labklājību darbā, mācībās, mājās un pavadot brīvo laiku; - retāka pudeļu dzeramā ūdens lietošana palīdz saglabāt vidi tīrāku; - krāna ūdens lietošana ļauj ietaupīt laiku un nodrošina komfortu un ērtības. Krāna ūdens jums pieejams mājās (arī naktī) vai darbā/skolā nelielā attālumā un vienmēr pa rokai, kamēr citi pavadā laiku, dodoties to iegādāties tirdzniecības vietās. - Ekonomiskie ieguvumi - krāna ūdens lietošana ir lēta, un regulārā tā pieejamība ļauj ietaupīt arī uz veselības rēķina; - cilvēks, kas pietiekamā daudzumā saņem ūdeni, ir veselīgāks un produktīvāks, mazāk slimo un mazāk kavē darbu vai mācības; - darbavietām, mudinot savus darbiniekus izmantot krāna ūdeni, samazinās to tēriņi par fasētā ūdens vai filtru iegādi un to tehnisko apkopi. - leguvumi sabiedrībai - kopīga tiekšanās uz ilgtspējīgiem risinājumiem palielina sociālo mijiedarbību sabiedrībā, tādējādi vietējās sabiedrības kļūst saliedētākas un laimīgākas; - tiek vairāk atbalstīti vietējie uzņēmumi, kas pievienojušies kopējai idejai, piemēram, kafejnīcas, restorāni. - leguvumi videi - ilgtspējīga dzeramā ūdens lietošana mazina klimata pārmaiņu izraisītos draudus - samazinās siltumnīcefekta gāzu emisijas (no PET pudeļu masveidīgās ražošanas un apsaimniekošanas), tādējādi samazinās toksiskais gaisa piesārņojums, kas izraisa elpceļu slimības un veicina īpašuma bojāšanu un skābos lietūs.

Pareizo “atslēgvārdu” izvēle	<table> <tr> <th data-bbox="341 248 619 293">Šķērslis</th><th data-bbox="619 248 1497 293">Informācijas piemērs</th></tr> <tr> <td data-bbox="341 293 619 461">Uzskats, ka krāna ūdens pieejamība ir ierobežota vai tas nav pieejams</td><td data-bbox="619 293 1497 461"> ♦ karte ar vietējiem bezmaksas krāna ūdens pieejamības punktiem; ♦ informācija par pieslēgšanās iespējām centralizētajai ūdensapgādes sistēmai. </td></tr> </table>	Šķērslis	Informācijas piemērs	Uzskats, ka krāna ūdens pieejamība ir ierobežota vai tas nav pieejams	♦ karte ar vietējiem bezmaksas krāna ūdens pieejamības punktiem; ♦ informācija par pieslēgšanās iespējām centralizētajai ūdensapgādes sistēmai.
Šķērslis	Informācijas piemērs				
Uzskats, ka krāna ūdens pieejamība ir ierobežota vai tas nav pieejams	♦ karte ar vietējiem bezmaksas krāna ūdens pieejamības punktiem; ♦ informācija par pieslēgšanās iespējām centralizētajai ūdensapgādes sistēmai.				
Sasniedzamības un informētības veicināšana	Lai ar kampaņas palīdzību sasniegtu lielāku cilvēku skaitu, svarīgi noteikt optimālāko informācijas pasniegšanas veidu un brīdi. ♦ Veids • kampaņu var īstenot dažādos veidos, ko var pielāgot atkarībā no pieejamā budžeta un resursiem. Jo intensīvāka būs informācijas sniegšana, jo pamanāmāka būs kampaņa, tādējādi liekot auditorijai „sarosīties”. • Lai veidotu veiksmīgu “produkta” tēlu sabiedrībā un tādējādi veicinātu atpazīstamību, svarīgi ir, lai “produktam” būtu savs zīmols (lieliski noder pašu ūdensapgādes uzņēmumu simbolika vai arī var izmantot Ū-vitamīns zīmolu). Zīmolu vēlams iekļaut informācijas materiālos, veicināšanas pasākumos un pat norādīt uz kampaņā iesaistīto cilvēku apģērbiem. • Jebkuras kampaņas īstenošanā jāseko līdzi tam, lai notiktu konsekventa vēstījumu nodošana —ja uzņēmumā nav atsevišķa komunikācijas speciālista, tad jāpārliedz, ka visi kampaņā iesaistītie darbinieki, mediji, citas iesaistītās personas uzrunā auditoriju ar vienādu informāciju. • Cilvēku paradumi mainās ik dienu - tie ir kļuvuši ātrāki, zinātkārāki, nepacietīgāki un vēlas iegūt vairāk informācijas. Tas savukārt nozīmē izvērtēt, kuri komunikācijas pasākumi labāk sasniegs auditoriju mutiskā, kuri drukātā, un kuri – elektroniskā vidē. • Plakāti, brošūras un uzlīmes: plakāti vislabāk pievērš uzmanību un tos var izvietot vietējā teritorijā dažādās sabiedriskās vietās, līdz ar to arī kampaņas ideja tiek viegli pamanīta. Brošūras var izmantot, lai kampaņu izskaidrotu plašāk (var ievietot pastkastītēs, pievienot ikmēneša rēķiniem), savukārt uzlīmes ir vienkāršs veids, kā zīmolu „pārnest” uz ikdienā lietojamiem priekšmetiem. • Publicitāte drukātajos plašsaziņas līdzekļos: preses relīzes un raksti vietējos laikrakstos/žurnālos popularizēs un sniegs informāciju par kampaņas mērķiem, tādējādi palielinot pamanāmību plašākā mērķauditorijā. • Reģionālā radio/televīzija: tāpat kā preses relīze šis ir lielisks veids, kā popularizēt kampaņu plašākā mērogā. Sazinieties ar radio vai televīziju, lai paaugstinātu, vai jūs var nointervēt vai varat iegūt bezmaksas reklāmas vai sižeta iespējas. • Jārespektē, ka lielai daļai šodienas sabiedrības grūti iedomāties dzīvi bez mobilā tālruņa un interneta (kas savukārt nozīmē, ka ūdensapgādes uzņēmuma mājaslapai jābūt mobilajai videi draudzīgai, lai tajās publicētais sasniegtu auditoriju). • Sociālos plašsaziņas līdzekļus var izmantot, lai uzturētu regulāru interesi par dzeramā krāna ūdens jautājumiem. Lai piesaistītu vairāk sekotāju, iespējams organizēt viktorīnas, konkursus.				

Sasniedzamības un informētības veicināšana	- Laiks - No psiholoģiskā aspekta ir pierādīts, ka jaunu un alternatīvu ideju virzīšanai vispiemērotākais laiks ir no pavasara līdz rudenim, kad laikapstākļi ir kopumā labāki. Tas saskan ar dzeramā ūdens apjoma tendencēm - vasarā parasti patērējam vairāk šķidruma nekā rudenī un ziemā, kad ir auksts. - Pirms katras kampaņas īstenošanas, svarīgi ir izpētīt, kādas vēl citas iniciatīvas varētu notikt tajā pašā teritorijā vai mērķētas uz to pašu auditoriju. Citas paralēli notiekošās aktivitātes (piemēram, gadatirgi, āra festivāli, mērķteritorijā notiekošie infrastruktūras būvdarbi) var vai nu pastiprināt jūsu kampaņas ietekmi vai arī to mazināt (piemēram, pirms politiskajām vēlēšanām saziņas telpa jau tāpat ir pārsātināta ar informāciju).
Proaktīva rīcība	- Kampaņas vērts īstenot arī proaktīvā veidā, pirms ir radies pieprasījums no pašiem patērētājiem vai pieaudzis skeptiķu skaits. Daži no rīcības veidiem, ko var īstenot pēc paša uzņēmuma iniciatīvas, tādejādi radot lielāku uzticēšanos un nodrošinot labāku atgriezenisko saikni: - regulāri informēt par iedzīvotāju iespējām pieslēgties centralizētajam ūdensapgādes tīklam vai par citām iespējām iegūt piekļuvi dzeramam krāna ūdenim; - nodrošināt pastāvīgu pieeju informācijai par savas teritorijas dzeramā ūdens kvalitāti; - piedalīties dažādos sabiedriskos un publiskos pasākumos vai organizēt pašiem savus pasākumus, pēc iespējas vizuāli uzsverot sava uzņēmuma zīmolu, simboliku, suvenīru veidā dalot ar uzņēmuma simboliku apdrukātus suvenīrus u.tml. (jāatceras gan, ka šiem suvenīriem pašiem par sevi ir jābūt ilgtspējīgiem/ētiskiem un jāsaistās ar uzņēmuma darbības sfēru).

NODERĪGAS SAITES

- ♦ Viss par iniciatīvu “Ū vitamīns”:
 - www.uvitamins.lv
 - <https://www.facebook.com/uvitamins/>
 - https://www.instagram.com/u_vitamins_/
- ♦ Statistika par Latvijas ūdensapgādes tehniski ekonomiskajiem rādītājiem:
 - www.sprk.gov.lv
 - http://parissrv.lv/gmc.lv/#viewType=home_view
- ♦ Ūdens kvalitātes parametri un rādītāji:
 - <http://www.vi.gov.lv/lv/vides-veseliba/dzeramais-udens>
- ♦ Vispārēja informācija par dzeramo ūdeni:
 - <http://www.vi.gov.lv/lv/vides-veseliba/vides-veseliba-iedzivotajiem/krana-udens>
- ♦ Informācija par dzeramā ūdens monitoringa rezultātiem Latvijā:
 - <http://www.vi.gov.lv/lv/vides-veseliba/dzeramais-udens/dzerama-udens-uzraudziba-un-kontrole>
- ♦ Uz dzeramā ūdens ražošanu attiecināmie tiesību akti:
 - www.zm.gov.lv/partikas-un-veterinarais-dienests/statiskas-lapas/dzerama-udens-razosana?id=7699#jump
- ♦ Atdzelžošanas principi un to pielietojums dzeramā ūdens sagatavošanai:
 - http://www.bef.lv/fileadmin/media/Publikācijas_Udens_resursi/2007_Udens_atdzelosana.pdf



PIELIKUMI

(materiāli, ko izmantot komunikācijā par dzeramo ūdeni no krāna)

- 💧 Pielikums Nr. 1
 - Infografika “Dzeramais ūdens ES”
- 💧 Pielikums Nr. 2
 - Informatīvais materiāls “Dažādi iekārtu risinājumi publiskām vietām ērtai un pareizai krāna ūdens lietošanai”
- 💧 Pielikums Nr. 3
 - Informatīvais materiāls “Vai Tu dzer krāna ūdeni ikdienā” (TOP jautājumi un atbildes par dzeramo ūdeni no krāna)
- 💧 Pielikums Nr. 4
 - Lidlapa “ Ūdens ir mūsu svarīgākais vitamīns”
- 💧 Pielikums Nr. 5 - Buklets bērniem “Ekspedīcija “Ūdens brīnums”:
 - https://issuu.com/rigastehniskauniversitate/docs/ekspedi_cija_udens_brinums
- 💧 Pielikums Nr. 6 - Buklets ar infografikiem “Krāna ūdens”:
 - http://www.vi.gov.lv/uploads/files/krana_udens%281%29.pdf

MATERIĀLS TAPIS AR LATVIJAS VIDES
AIZSARDZĪBAS FONDA FINANSIĀLU ATBALSTU



**Latvijas
vides
aizsardzības
fonds**