

TOAMNĂ DE **FOC**, INCENDII DELOC

Conferința Națională a ARTS

Ediția a XIV-a - 27 septembrie 2022

Provocări, priorități și demersuri IGSU
pentru conștientizarea populației -
campanii actuale

Col. Ing Victor GRAURE
Inspecția de Prevenire - IGSU

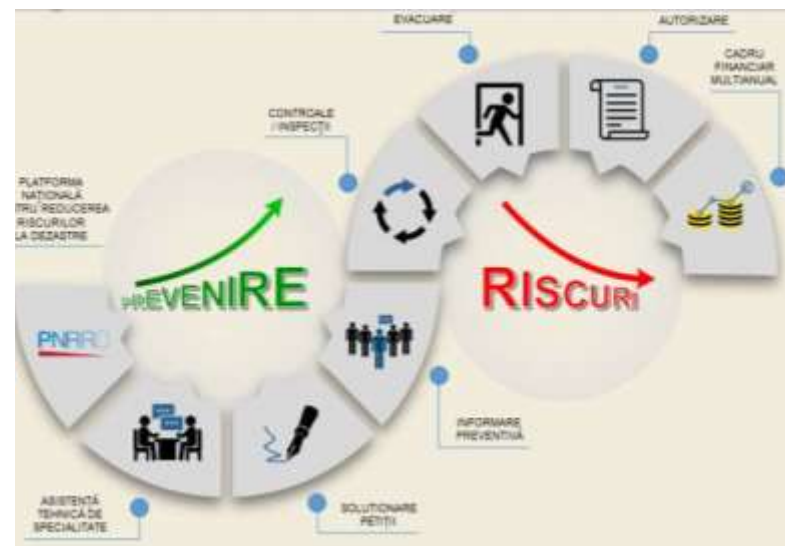
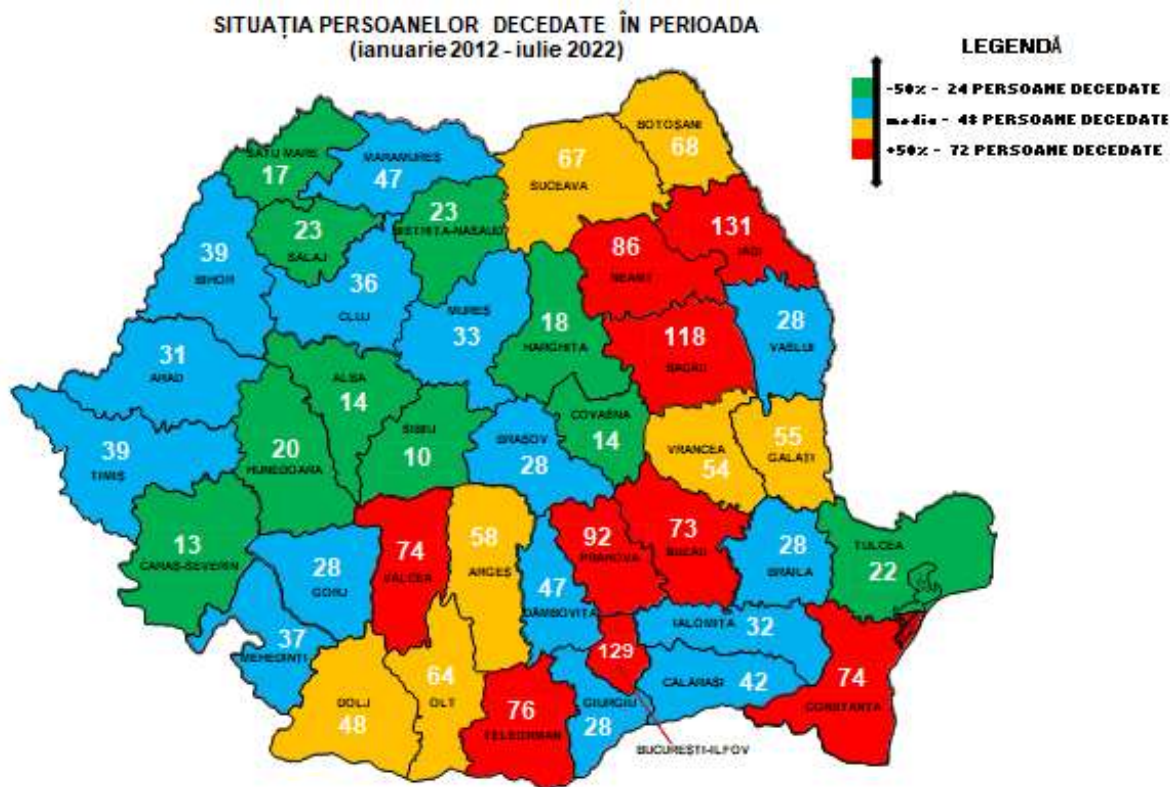
ÎMPREUNĂ, PENTRU UN VIITOR MAI SIGUR



Datele statistice și activitatea de informare preventivă

Analiză privind persoanele decedate în **perioada ianuarie 2012 – iunie 2022 (1964)** în urma incendiilor produse:

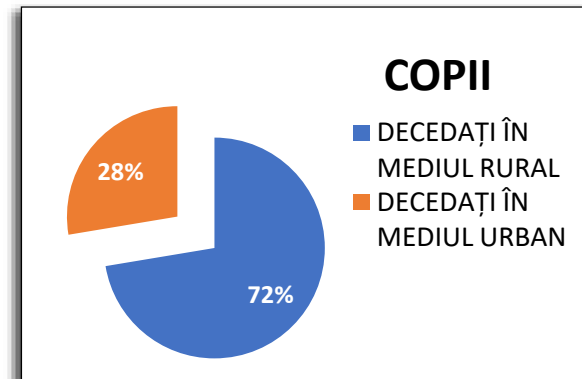
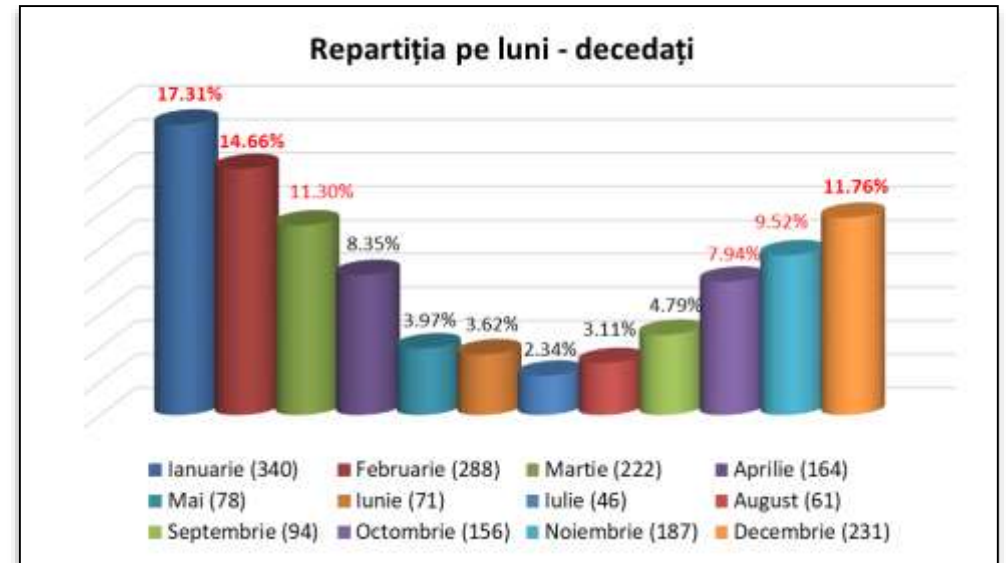
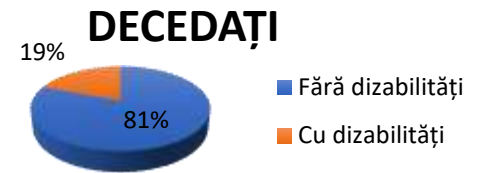
- Raportat la județul unde s-au produs cele mai multe decese, situația cu cele mai multe persoane decedate se prezintă astfel: IS=131, BIF=129, BC=118, PH=92, NT=86, TR=76, CT=VS=74, VS=74 și BZ=73, iar la polul opus se află: HR=18, SM=17, AB=14, CV=14, CS=13, SB=10.



PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

Datele statistice și activitatea de informare preventivă

- aproximativ **19,2%** din totalul persoanelor decedate (1964) sunt **persoane cu dizabilități**;
- cele mai multe persoane au decedat în lunile: **ianuarie** – 17,31%, **februarie** – 14,66%, **decembrie** – 11,76%, **martie**– 11,30% și **noiembrie** - 9,52%;
- din totalul persoanelor decedate **3,86%** au fost **copii**. Din totalul copiilor decedați, aproximativ **72%** provin din **mediul rural**, ceilalți 28% provenind din mediul urban;

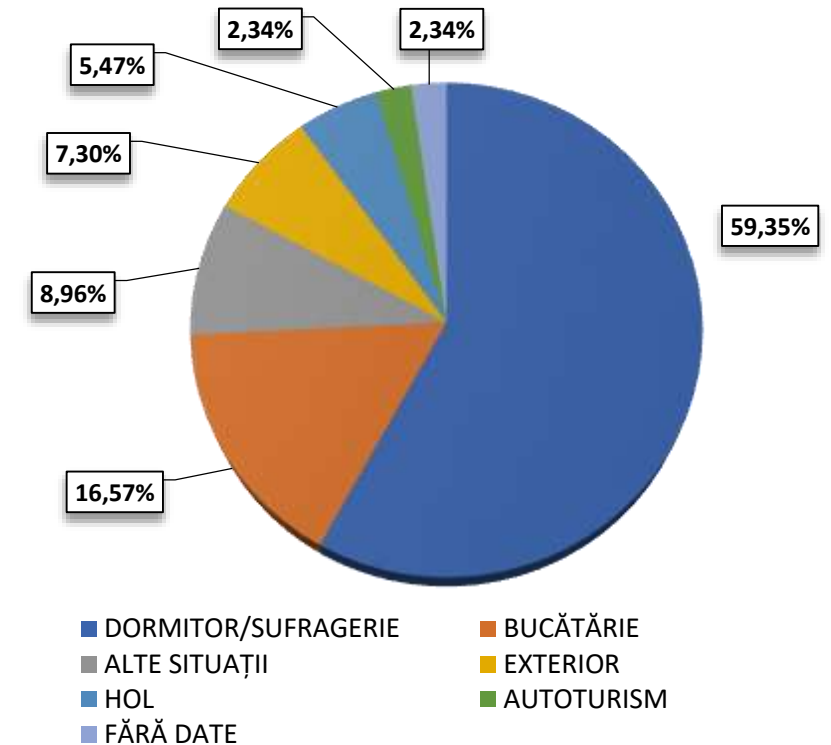


Datele statistice și activitatea de informare preventivă

ÎMPREJURAREA DETERMINANTĂ:

- sisteme de încălzire defecte sau mijloace de încălzire improvizate ori nesupravegheate – **15,33%**;
- focul deschis – **16,19%**;
- cenușă, jar scântei de la sistemele de încălzit – **15,73%**;
- instalații electrice defecte – **10,69%**;
- cos, burlan de fum defect sau necurățat – **9,73%**;
- acțiunea intenționată – 4,89%;
- echipamente electrice improvizate sau sub tensiune – 4,18%;
- accident urmat de incendiu – 1,37.

LOCUL IDENTIFICĂRII VICTIMEI



PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

Datele statistice și activitatea de informare preventivă

- procentul persoanelor decedate în mediul rural este de **66,45%**, iar în mediul urban de **30,40%**, în afara localității pe șosele, pe câmp sau în păduri au decedat **1,32%** persoane, iar în alte situații **1.83%**;
- procentul de victime în funcție de vârstă se prezintă în tabelul alăturat
- Din totalul victimelor, **19,2%** (377 - persoane) prezentau dizabilitate permanentă, din care:
 - Handicap fizic – **76,57%** persoane;
 - Handicap psihic – **14,44%** persoane;
 - Handicap vizual – **4,09%** persoane;
 - Alte categorii de handicap – **3,81%** persoane;
 - Pentru 1,09% persoane nu s-a raportat tipul de dizabilitate.

Vârsta	Procent victime
1 lună - 6 ani	3,01%
7 - 12 ani	1,02%
13 - 18 ani	0,40%
19 - 30 ani	2,50%
31 - 40 ani	3,86%
41 - 50 ani	7,10%
51 - 60 ani	14,26%
61 - 70 ani	18,75%
71 - 80 ani	20,11%
81 - 90 ani	21,25%
>90 ani	2,95%



PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

Date statistice și activitatea de informare preventivă

Concluzii:

- Procente ridicate - **victimelor** cu vârste cuprinse între **61 și 90 de ani**, urmate de cele cu vârste între **51 și 60 de ani**.
- cele mai numeroase victime s-au înregistrat din **cauza neglijenței față de sine (1.071 decedați)** având drept cauză jarul căzut din sistemele de încălzire, focul deschis, mijloace de încălzire nesupravegheate sau improvizate și nu în ultimul rând a fumatului/fumatul.
- numărul persoanelor decedate - mediul rural **este de 2 ori mai mare** decât numărul persoanelor - mediul urban, diferențele fiind chiar mai mari pe unele categorii de vârste.
- cele mai multe cazuri de persoane decedate se înregistrează în perioada sezonului rece, respectiv **1 octombrie – 31 martie**, cu un **vârf în luna ianuarie**.



F.O.C. - Flăcările Omoară Copii

Inițiată în 2012

Obiectiv - *reducerea numărului de incendii la locuințe și implicit al victimelor din rândul copiilor.*

Grupul țintă al acțiunilor este constituit din reprezentanții legali ai copiilor: părinți, bunici, asistenți sociali etc.

Materiale suport realizate :

1 spot video, 1 spot audio, 1 flyer, 10 afișe format A2, 2 stickere și 2 cutii de chibrituri personalizate.

Pagină de facebook:

www.facebook.com/flacarileomoraracopii.





PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

CAMPANII NAȚIONALE DE PREVENIRE – IGSU

RISC. Proiectul I – Renunță! Improvizatiile Sunt Catastrofale!

Inițiată în 2013

Obiectiv - reducerea numărului de incendii și explozii generate de improvizații la instalațiile electrice și de gaze naturale la locuințele cetățenilor.

Grupul țintă: copii, tineri și adulți.

Materiale suport realizate :

1 spot video, 5 spoturi audio (miros de gaz, instalații electrice defecte sau improvizate, improvizații la instalațiile de gaze, coș de fum necurățat sau cu improvizații, instalații electrice defecte), 3 flyere, 4 afișe format A₂ și 2 stickere.

Link accesare detalii campanie:

<https://www.igsu.ro/Comunitate/CampaniiInformare>

Link spot video: <https://www.youtube.com/watch?v=lkwOT9eJceQ>





PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

CAMPANII NAȚIONALE DE PREVENIRE – IGSU

RISC. Proiectul II – Siguranța nu e un joc de noroc!

Inițiată în 2014

Obiectiv - *reducerea numărului de incendii generate de coșurile de fum la locuințele cetățenilor.*

Grupul țintă: copii, tineri și adulți.

Materiale suport realizate:

1 spot video, 2 spoturi audio (improvizații și defecțiuni la instalațiile de gaze, coș de fum necurățat sau cu improvizații), 3 flyere, 5 afișe format A₂ și 2 minicalendare

Link accesare detalii campanie:

<https://www.igsu.ro/Comunitate/CampaniiInformare>

Link spot video:

<https://www.youtube.com/watch?v=sgR1BuXIAXg>





PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

CAMPANII NAȚIONALE DE PREVENIRE – IGSU

RISC. Proiectul III – Siguranța NU e un joc de noroc!

Inițiată în 2015

Obiectiv - *reducerea numărului de incendii generate de improvizații și de suprasolicitarea instalațiilor electrice la locuințele cetățenilor.*

Grupul țintă: copii, tineri și adulți.

Materiale suport realizate :

1 spot video, 1 spot audio (improvizații la instalațiile electrice), 1 flyer și 1 afiș format A₂.

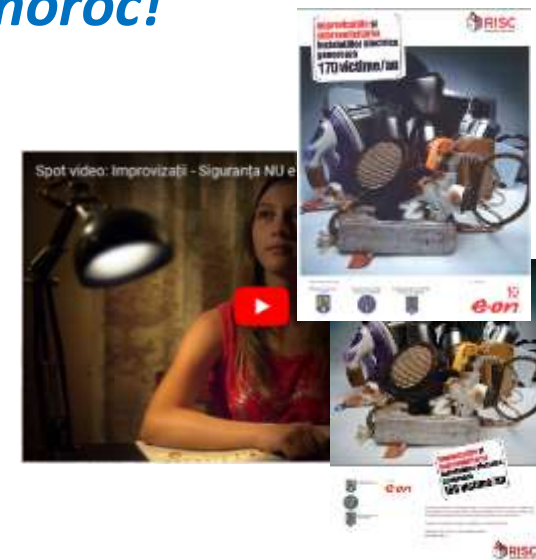
Link accesare detalii campanie:

<https://www.igsu.ro/Comunitate/CampaniiInformare>

Link accesare spot video: <https://www.youtube.com/watch?v=Q14728rKBAM>

În anul 2015, suplimentar au mai fost realizate:

- 4 spoturi animate privind pericolul de electrocutare, 4 spoturi audio (linii înaltă tensiune, cablu electric căzut pe sol, panou electric deschis și căi ferate electrificate), 4 afișe format A₂, 4 flyere și un minicalendar
- 2 spoturi animate privind modul ce comportare atunci când simți miros de gaze, 1 spot audio (scăpări de gaze în locuință), 4 afișe format A₂ și 4 flyere.





PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

CAMPANII NAȚIONALE DE PREVENIRE – IGSU

RISC. Proiectul IV – Mai bine previi, decât să nu fii!

Inițiată în 2016

Obiectiv - *informarea preventivă a populației pentru adoptarea unei atitudini proactive, prin sensibilizarea opiniei publice în vederea montării detectoarelor de incendiu în locuința proprie*

Grupul țintă: copii, tineri și adulți – rural și urban

Materiale suport realizate:

1 spot video, 2 spoturi audio (detectoare de gaz și de incendiu), 1 afiș format A₂ și 1 flyer

Link accesare detalii campanie:

<https://www.igsu.ro/Comunitate/CampaniiInformare>

Link-ul accesare spot video:

<https://www.youtube.com/watch?v=zr5E3WqSQck>





PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

CAMPANII NAȚIONALE DE PREVENIRE – IGSU

RISC. Proiectul V – Scăpările de gaze

Inițiată în 2018

Obiectiv - informarea, conștientizare și pregătirea populației pentru a reacționa corect în situația în care sesizează scăpări de gaze

Grupul țintă: tineri și adulți – rural și urban

Materiale suport realizate:

1 spot video, 3 flyere și 2 stickere.

Link accesare detalii campanie:

<https://www.igsu.ro/Comunitate/CampaniiInformare>

Link accesare spot video:

<https://www.youtube.com/watch?v=krX33sB8Qh8>





PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

CAMPANII NAȚIONALE DE PREVENIRE – IGSU

Campania "Ai grijă la cea mai mare grijă: siguranța copilului tău!"

Inițiată în 2020

Obiectiv - *conștientizarea adulților asupra importanței supravegherii copiilor și a respectării regulilor de siguranță în locuințe*

Grupul țintă: adulți, fie ei bunici, părinți sau aparținători

Materiale suport realizate:

5 spoturi video și 8 vizualuri

Link accesare detalii campanie:

<https://www.igsu.ro/Comunitate/CampaniiInformare>

Spoturile aduc în prim-plan reprezentanți de seamă ai categoriilor profesionale care se bucură de credibilitate și respect din partea populației, cum ar fi: pompieri, profesori, medici, preoți, actori.





PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

CAMPANII NAȚIONALE DE PREVENIRE – IGSU

„România Sigură” - pagina de Facebook

Proiectul a fost inițiat în anul **2017**

Obiectiv de bază - *informarea preventivă a populației privind măsurile și modul de comportare specifice tipurilor de risc generatoare de situații de urgență.*

Scopul de a se asigura o expunere largă în social media a campaniilor derulate de către Inspectoratul General pentru Situații de Urgență și a măsurilor de prevenire a situațiilor de urgență.

Grupul țintă al acțiunilor este reprezentat de copii, tineri și adulți, atât din mediul urban cât și rural.

Pagina de facebook dedicată - www.facebook.com/RomaniaSigura1/.



PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

CAMPANII NAȚIONALE DE PREVENIRE – IGSU

MARȚI 13 - ZIUA INFORMĂRII PREVENTIVE

Inspectoratul General pentru Situații de Urgență a stabilit ca, începând cu anul 2011, fiecare dată de 13 care este într-o zi de marți, să fie declarată "ZIUA INFORMĂRII PREVENTIVE".

Obiectivul de bază al campaniei: conștientizarea cetățenilor asupra pericolelor la care se pot expune în cazul nerespectării măsurilor și regulilor de comportare specifice tipurilor de situații de urgență

Grupul țintă: copii, tineri și adulți.

Materiale suport: 1 spot video, flyere, stickere, afișe.

Site: <https://www.igsu.ro/Comunitate/CampaniiInformare>

Link util:

https://www.youtube.com/watch?time_continue=32&v=xXMJl_aAzSw&feature=emb_logo





PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

CAMPANII NAȚIONALE DE PREVENIRE – IGSU

Campania „Nu încărca butelia la stația GPL!”

Inspecția de Stat pentru Controlul Cazanelor, Recipientelor sub Presiune și Instalațiilor de Ridicat, în parteneriat cu Inspectoratul General pentru Situații de Urgență, desfășoară campania de interes public „Nu încărca butelia la stația GPL!”,

Obiectivul de bază : cunoașterea riscurilor la care este expusă în situația în care apelează la încărcarea buteliilor de aragaz de la SKID-urile auto

Grupul țintă: tineri și adulți.

Materiale suport: 1 spot video și 1 spot audio.

Link către spotul video: <https://youtu.be/c8P6c0g1Cmk>

Spotul audio se regăsește la următorul link: <https://isubif.ro/local/campania-nu-incarca-butelia-la-statia-gpl/>





PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

Priorități IGSU și nevoia de adaptare a mesajului preventiv la evoluția societății de astăzi

PROIECT - Concept modern integrat pentru managementul situațiilor de urgență – **Viziune 2020-I** Cod SMIS2014 - 127943, finanțat prin POIM Axa prioritară 5, Prioritatea 5ii, OS 5.2., aferent obiectivului „Creșterea gradului de conștientizare în legătură cu riscul producerii dezastrelor”:

- **Evaluat impactul activităților de informare preventivă** din cadrul campaniilor naționale de informare preventivă derulate de către Inspectoratul General pentru Situații de Urgență;
- **Sondaj de opinie** prin care să se identifice cele mai bune soluții de elaborare a conținutului mesajului preventiv în funcție de publicul țintă;
- Realizarea de materiale publicitare - **33 de machete grafice (afișe, flyere și stickere) pentru 11 tipuri de risc (incendii, cutremure, inundații, alunecări de teren, secetă, incendii de pădure, epidemii, zoonoze, accidente de transport cu substanțe periculoase, accident nuclear, accident SEVESO).**





PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

Priorități IGSU și nevoia de adaptare a mesajului preventiv la evoluția societății de astăzi

CONCLUZII PENTRU VIITOARE CAMPANII - VIZIUNE 2020-I

Alegerea unor personaje în testimonialele din materialele de informare în concordanță cu persoana tip îngrijorată de posibilitatea producerii unor evenimente sau situații de urgență.

Personalizarea mesajelor în funcție de segmentarea specifică fiecărei situații tip.

Construirea unei strategii de informare în raport de profilul tip al persoanei cu deficit de informare privind modul de reacții în situații de urgență.

Accesibilizarea mesajului în raport de profilul grupului țintă cheie (mediul rural, fără studii superioare, sub 50 de ani).

Difuzarea mesajelor pe canalele care au gradul cel mai ridicat de penetrare: televiziunea pentru persoane peste 50 de ani și fără studii superioare și Internetul pentru cei sub 50 de ani și cu educație medie sau superioară.

Conținutul mesajelor ar trebui să conțină preponderent **informații de îndrumare privind modul de reacție în situații de urgență.**

Se recomandă utilizarea de elemente vizuale, dar fără utilizarea mesajelor cu imagini șocante sau cu puternic impact emoțional. **Românii vor mesaje pragmatice, atractive, accesibile și ilustrative.**

Mesajele viitoarelor campanii de informare să fie axate pe prevenire, reacție și conștientizare, iar din perspectiva obiectivului urmărit, pe informarea, **atragerea atenției și modificarea atitudinilor și comportamentelor.**

Temele cele mai indicate pentru **viitoarele campanii** de informare sunt **incendiu în locuință, siguranța copiilor, cutremurul și scăpările de gaze**



PROVOCĂRI, PRIORITĂȚI ȘI DEMERSURI IGSU – CAMPANII ACTUALE

Priorități IGSU și nevoia de adaptare a mesajului preventiv la evoluția societății de astăzi

PROIECT - Îmbunătățirea managementului riscurilor de dezastre - P166302, finanțat printr-un acord de împrumut cu Banca Mondială - Componenta 2 - "Îmbunătățirea capacității tehnice pentru planificarea investițiilor în reducerea riscurilor"

Campanie de conștientizare publică **coordonată** pe canale TV, radio și platforme social-media (Facebook, Instagram și Youtube)

S-au diseminat mesajele privind promovarea sistemului național de avertizare timpurie Ro-Alert, precum și materialele de informare și pregătire aferente campaniilor „Nu tremur la cutremur”, „RISC – Renunță! Improvizatiile sunt catastrofale, Siguranța nu e un joc de noroc și Mai bine previi decât să nu fii”.

Studiu sociologic privind identificarea modului de conștientizare și schimbare a comportamentului publicului general referitor la prevenirea și pregătirea pentru producerea unor dezastre naturale.

Concluziile studiului vor sta la baza proiectării unei viitoare Campanii naționale prin care se intenționează schimbarea comportamentale populației în aplicarea măsurilor de prevenire a situațiilor de urgență.



PROIECT - Îmbunătățirea managementului riscurilor de dezastre - P166302

OBIECTIVUL GENERAL al studiului sociologic - configurarea unui concept privind înțelegerea factorilor psihologici, sociali și culturali majori care sunt relevanți pentru a determina implementarea **campaniei naționale de informare publică (CN) prin care se vor putea declanșa/genera schimbări comportamentale în rândul populației, pe scară largă, cu privire la dezastrele naturale.**

Ascultare socială - monitorizarea conversațiilor online pe mai multe platforme de socializare pentru a înțelege ce subiecte legate de dezastre naturale sunt discutate și sentimentul din jurul acestor discuții;

Cercetare cantitativă - Sondaj de opinie pe un eșantion reprezentativ la nivel național pentru populația adultă a României, prin interviuarea unui număr de 2441 persoane prin completarea telefonică a chestionarelor și 518 persoane prin completarea chestionarelor on-line.

Cercetare calitativă a presupus:

- **15 Interviuri cu respondenții-cheie** – experții și oficialii guvernamentali
- **21 Interviuri** cu bărbați/femei din diverse grupe de vârstă ce locuiesc în zone care sunt/nu sunt expuse la riscul de dezastre naturale.
- **15 Discuții la nivel de focus-grup** cu bărbați/femei din diverse grupe de vârstă ce locuiesc în zone care sunt/nu sunt expuse la riscul de dezastre naturale.



DEMERSURI PRIORITARE IGSU

- *Proiectarea unei viitoare Campanii naționale prin care se intenționează schimbarea comportamentală a populației în aplicarea măsurilor de prevenire a situațiilor de urgență, în cadrul **Componentei 2 – din ”Îmbunătățirea managementului riscurilor de dezastre” - P166302 și implementarea concluziilor din studiul sociologic și sondajele de opinie – Proiectul Viziune 2020-I***
- *Continuarea difuzării Campaniilor naționale F.O.C., „RISC – Renunță! Improvizările sunt catastrofale, Siguranța nu e un joc de noroc și Mai bine previi decât să nu fii”, Ai grijă la cea mai mare grijă! Siguranța copilului tău!*
- *Diversificarea modalităților de transmitere a mesajului de informare preventivă*



Comunicarea offline

✓ Mijloace media tradiționale

- difuzări la posturile de televiziune și de radio
- participare la emisiuni pe posturile de radio și televiziune
- publicarea de articole în presa locală
- afișarea pe panouri digitale

✓ Activități în teren

- exerciții și aplicații de simulare a producerii unor seisme
- puncte mobile de informare preventivă
- lecții deschise în unitățile de educație

✓ Afișaj la punctele/centrele de informare

- sediile serviciilor de urgență profesionale și ale autorităților locale
- zonele intens circulate de la nivelul localităților
- asociațiile de proprietari/locatari



Comunicarea on-line

- ✓ Site-urile oficiale ale Departamentului pentru Situații de Urgență, Inspectoratului General pentru Situații de Urgență și inspectoratelor pentru situații de urgență județene/București-Ilfov;
- ✓ rețelele de socializare - pagina de facebook și Instagram „România Sigură”, paginile de facebook și instagram ale inspectoratelor pentru situații de urgență județene și București-Ilfov și cele ale cadrelor instituției;
- ✓ canalele youtube - Departamentului pentru Situații de Urgență și Informare Preventivă IGSU;
- ✓ Platforma „Fii pregătit”
- ✓ Aplicația DSU

Vă mulțumesc!

