

[www.lasy.gov.pl](http://www.lasy.gov.pl)



Lasy Państwowe



Polskie Towarzystwo Leśne  
Oddział w Warszawie

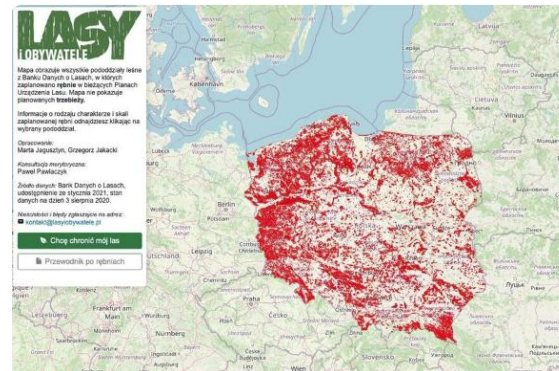
# Marketing społeczny drewna, a efektywna komunikacja społeczna użytkownika lasu.

**XII Konferencja Ekonomiczno-Leśna  
„Współczesne wyzwania komunikacji  
społecznej w leśnictwie”**

**Kołobrzeg, 26-28 listopada 2025 r.**

# Pozyskanie drewna jako kluczowy problem w komunikacji społecznej w leśnictwie

Zobacz, czy Lasos Państwowe wytną twój las.  
Powstała społeczna mapa wycinek



Stop wycinkom lasos w Warszawie i okolicach!

Nie ma lipy! – stop niekontrolowanym wycinkom



# Ataki na leśników – przyczyną spadku społecznej akceptacji użytkowania lasu



# Charakterystyka ataków

- Nowoczesny mix społecznych działań komunikacyjnych łączących nowe technologie ze skutecznością tradycyjnych realizowany przez koalicję NGO-sów.
- Tworzenie szerokiego poparcia społecznego dla negatywnej oceny LP.
- Wsparcie naukowców, mediów i autorytetów pop-kultury krytykujących gospodarkę leśną.
- Szerokie zastosowanie mediów społecznościowych i happeningów.
- Długofalowa strategia.
- Płatne kampanie medialne.
- Sojusze z samorządami.
- Liczne petycje.



**Główny kierunek ataku:  
Lasy Państwowe jako firma rabunkowo  
eksploatująca polskie lasy i niszcząca polską  
przyrodę.  
Lasy Państwowe i leśnicy zajmują się tylko  
pozyskaniem drewna.**



# Czy rzeczywiście „leśnictwo jak wydobywanie węgla kamiennego trzeba w Polsce wygaszać”, a drewno zastępować innymi materiałami?



**Deklaracja Seulska wieńcząca XV Światowy Kongres Leśny w 2022 r. (podpisana przez 160 krajów):**

**„Drewno jest jednym z najstarszych surowców ludzkości, ale przenosi nas w przyszłość – jest odnawialne, nadaje się do recyklingu i jest niezwykle wszechstronne”. „Aby przekształcić sektor budowlany, zapewnić energię odnawialną i innowacyjne nowe materiały oraz przejść w kierunku biogospodarki obiegu zamkniętego i neutralności klimatycznej, należy wykorzystać pełny potencjał, produkowanego w sposób zrównoważony i pozyskiwanego legalnie drewna.”**

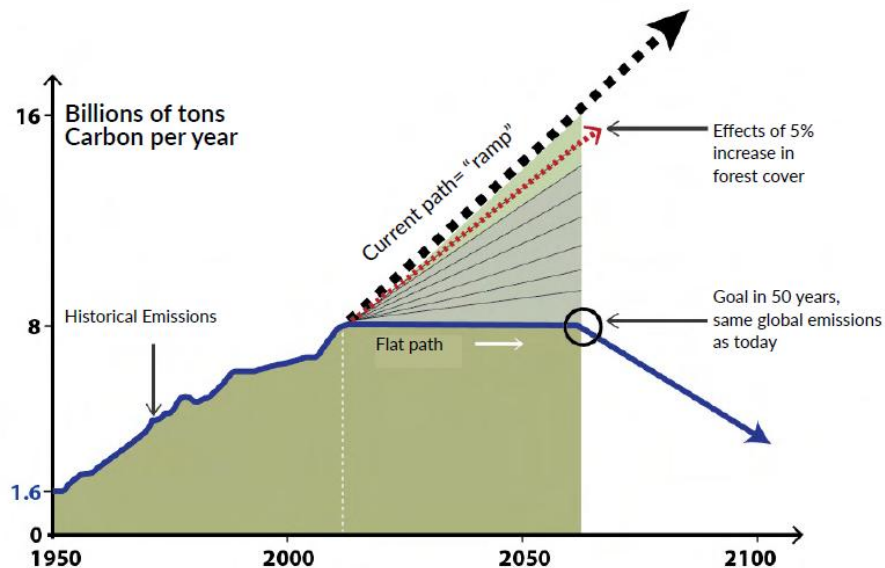


## Rola lasów i drewna w walce ze zmianami klimatu:

- **Las jako naturalny pochłaniacz CO<sub>2</sub>.**
- **Drewno jako substytut bardzo energochłonnych materiałów.**
- **Przyjmuje się w uproszczeniu, że 1 m<sup>3</sup> drewna wiąże 1 t CO<sub>2</sub> i dzięki zastąpieniu drewnem innych materiałów nie wyemitowano do atmosfery kolejnej tony CO<sub>2</sub>.**



**Samym wiązaniem CO<sub>2</sub> przez lasy nie zatrzymamy globalnego ocieplenia – potrzebny jest spadek emisji m.in. zmniejszając ślad węglowy produktów. Drzewa nie uratują klimatu, ale drewno może to zrobić.**



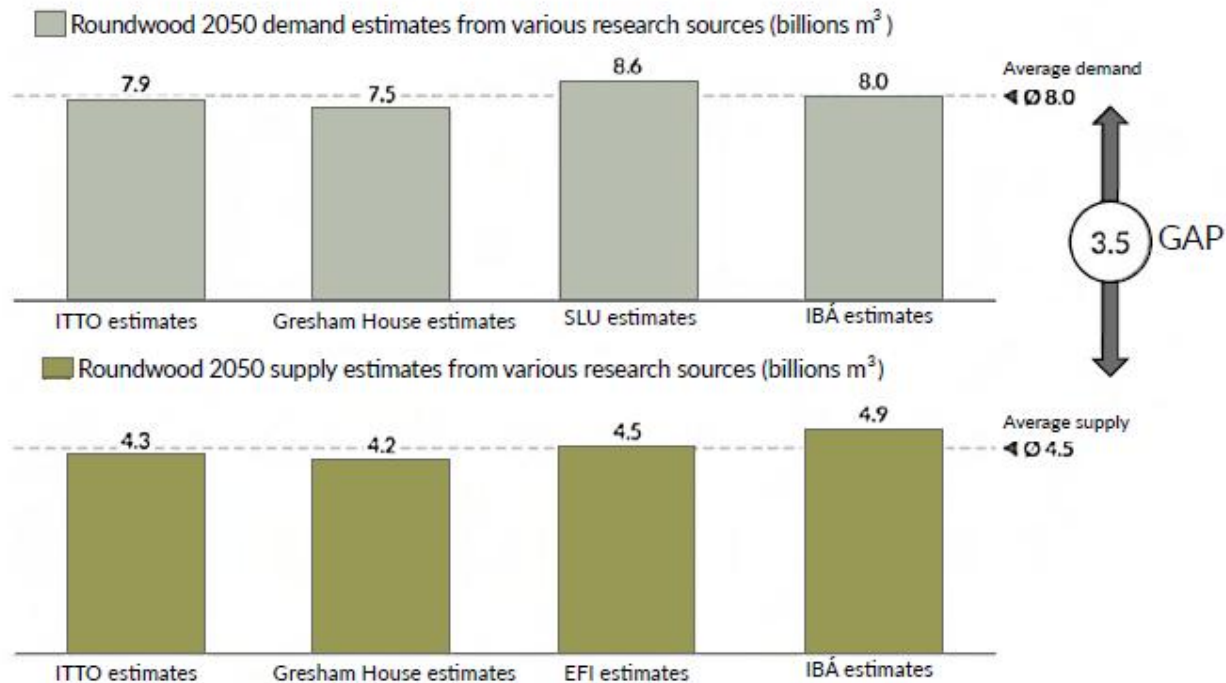
Analiza wpływu 5% wzrostu pokrycia lasów na sekwestrację dwutlenku węgla i spadek emisji (Dalberg, 2022).

# Innowacyjne drewno



## Szacunki popytu i podaży na drewno na 2050 r. – z kilku źródeł

Fig 22. 2050 roundwood demand-supply gap (Dalberg, 2022)





# W jaki sposób poprawić komunikację społeczną użytkownika lasu i zwiększyć jego akceptację?

**Marketing społeczny drewna obok konieczności adaptacji lasów do zmian klimatycznych głównym kierunkiem działań.**

# Trochę o historii marketingu społecznego drewna w LP i Polsce:

1. W 2004 r. powołano Fundację Promocji Drewna „Teraz Drewno”, która w 2017 r. została zlikwidowana. Brak jest śladu konkretnych działań.
2. W 2017 r. projekt rozwojowy LP „Polskie Domy Drewniane – mieszkają w zgodzie z naturą” i Zarz. Nr 9 DGLP dot. budowy budynków mieszkalnych i biurowych z drewna.
3. W 2019 r. utworzenie Spółki Polskie Domy Drewniane – wydatki 100 mln zł.
4. W 2022 r. LP ogłosiły konkurs „Drewno jest z lasu” – koszt 11 mln zł.
5. W 2023 r. LP zorganizowały 31 pikników „Drewno surowiec wszech czasów” – koszt 3 mln zł.

**Żadne z powyższych działań nie przyniosło realnego efektu!!!**



Lasy Państwowe



## KONFERENCJA „DREWNO MATERIAŁEM PRZYSZŁOŚCI”

8 października 2024 r., Instytut Badawczy Leśnictwa w Sękocinie Starym

Patronat honorowy:



Ministerstwo  
Rozwoju i Technologii



Lasy Państwowe



Organizatorzy:



Regionalna Dyrekcja  
Lasów Państwowych w Warszawie



Polskie Towarzystwo Leśne  
Oddział w Warszawie



Stowarzyszenie Inżynierów i Techników  
Leśnictwa i Drzewnictwa  
Oddział w Warszawie



# Diagnoza

1. Badania jakościowe metodą wywiadów grupowych.
2. Badania ilościowe techniką CAWI próba n-1005.



# Diagnoza - wyniki

1. Pozytywny obraz drewna, świadomość ogromnej wartości użytkowej.
2. Plastik to oczywista alternatywa dla drewna, ma jednak silnie negatywny wizerunek.
3. Drewno to ważny i potrzebny surowiec w polskiej gospodarce.
4. Świadomość ogromnej, niekwestionowalnej wartości lasu na poziomie rekreacyjnym, klimatycznym i gospodarczym.
5. Kwestia ingerencji w las nie jest czarno-biała.
6. Brak wiedzy o pozyskiwaniu drewna.
7. Oczekiwanie równowagi w pozyskiwaniu drewna.
8. Negatywny wizerunek Lasów Państwowych, ale pozytywny wizerunek leśników.

## Diagnoza – wyniki cd

9. 74% polskiego społeczeństwa uważa, że lasów w Polsce ubywa.
10. 81% polskiego społeczeństwa uważa, że starych lasów w Polsce ubywa.
11. Odpowiedzi na pytanie: Dlaczego sądzisz, że lasów w Polsce ubywa?
  - i) 52% - bo widzą puste miejsca po wycince
  - j) 44% - bo wycina się stare lasy, takie jak Puszcza Białowieska
  - k) 39% - bo w mediach mówi się, że lasów jest coraz mniej
12. 51% polskiego społeczeństwa twierdzi, że wycinka drzew w polskich lasach nie jest dobrze kontrolowana.
13. 53% polskiego społeczeństwa twierdzi, że powinniśmy robić wszystko, żeby chronić przyrodę – dlatego wycinkę drzew w lasach powinno się robić tylko w niezbędnym zakresie.

# Diagnoza – wyniki cd

14. 52% polskiego społeczeństwa uważa, że leśnicy powinni pomagać lasom w dostosowywaniu się do zmian klimatu.

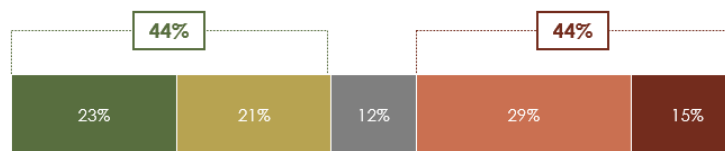
15.

**STWIERDZENIE 1**

Powinniśmy takie materiały, jak tworzywa sztuczne (np. plastik), beton czy stal coraz bardziej zastępować drewnem, bo jest ono bardziej naturalne, ekologiczne i zdrowe – a na miejsce wyciętych drzew sadzić nowe

**STWIERDZENIE 2**

Lepiej, żebyśmy ograniczyli wycinki lasów i pozyskiwanie drewna oraz używali nadal materiałów takich, jak tworzywa sztuczne (np. plastik), stal czy beton, bo są praktyczne i trwałe, można je recyklingować – i nie wymagają wycinki drzew

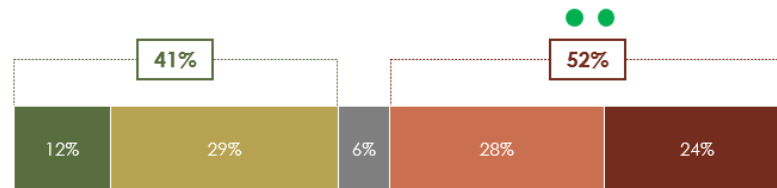


**STWIERDZENIE 1**

Jeśli w miejsce każdego ściętego drzewa w lesie sadi się kilka nowych, to prowadzenie wycinek dla potrzeb gospodarczych nie jest powodem do niepokoju

**STWIERDZENIE 2**

Nawet jeśli w miejsce każdego ściętego drzewa w lesie sadi się kilka nowych, to powinno się wycinać mniej drzew – bo stare drzewa są lepsze



■ zdecydowanie bliższe jest mi stwierdzenie 1

■ nie wiem / trudno powiedzieć

■ zdecydowanie bliższe jest mi stwierdzenie 2

■ trochę bliższe jest mi stwierdzenie 2

■ trochę bliższe jest mi stwierdzenie 1

# Przykłady marketingu społecznego drewna.

- ProHolz Austria - <https://www.youtube.com/watch?v=XQOFdVLD75I>
- Confor Wielka Brytania - <https://www.youtube.com/watch?v=FcRc3F13hXc>
- Swedish Wood - <https://www.youtube.com/watch?v=hxmgccl4nTI>
- DHWR – Niemcy - <https://www.youtube.com/watch?v=0abnY3Re-tU>
- Puuinfo - [https://www.youtube.com/watch?v=Z\\_LiJzBUXhs](https://www.youtube.com/watch?v=Z_LiJzBUXhs)





KONFERENCJA  
DREWNO  
MATERIAŁEM  
PRZYSZŁOŚCI

**KONFERENCJA „DREWNO MATERIAŁEM PRZYSZŁOŚCI”**

Instytut Badawczy Leśnictwa w Sękocinie Starym

8 października 2024 r.

## **DEKLARACJA WSPÓŁPRACY „DREWNO POLSKIM MATERIAŁEM PRZYSZŁOŚCI”**

*8 października 2024 r.*



## Sygnatariusze deklaracji:

1. Lasy Państwowe,
2. Polskie Towarzystwo Leśne,
3. Stowarzyszenie Inżynierów i Techników Leśnictwa i Drzewnictwa,
4. Związek Gmin Wiejskich Rzeczypospolitej Polskiej,
5. Stowarzyszenie Papierników Polskich,
6. Ogólnopolska Izba Gospodarcza Producentów Mebli,
7. Stowarzyszenie Producentów Płyt Drewnopochodnych w Polsce,
8. Polska Izba Gospodarcza Przemysłu Drzewnego,
9. Związek Polskie Okna i Drzwi,
10. Polski Komitet Narodowy EPAL,
11. Zrzeszenie Producentów Palet i Innych Wyrobów z Drewna,
12. Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego,
13. Instytut Badawczy Leśnictwa,
14. Stowarzyszenie Energooszczędne Domy Gotowe,
15. Polski Związek Pracodawców Leśnych,
16. Stowarzyszenie Przedsiębiorców Leśnych,
17. PEFC Polska,
18. Forum Holzbau Polska,
19. Wydział Leśny i Technologii Drewna Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu,
20. Wydział Leśny Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie,
21. Ogólnopolskie Stowarzyszenie Producentów Programu Ogrodowego,
22. Stowarzyszenie Przemysłu Tartaczego,
23. Stowarzyszenie Dom Drewniany,
24. Krajowi Reprezentanci FSC w Polsce,
25. Ogólnopolskie Stowarzyszenie „Kominki i Piece”



## Seminarium i warsztaty z komunikacji społecznej użytkowania lasos „Trudne rozmowy o drewnie”

9 października 2024 r., Instytut Badawczy Leśnictwa w Sękocinie Starym

Organizatorzy:



Regionalna Dyrekcja  
Lasos Państwowych w Warszawie



Polskie Towarzystwo Leśne  
Oddział w Warszawie



Stowarzyszenie Inżynieros i Technikosw  
Leśnictwa i Drzewnictwa  
Oddział w Warszawie

# Rekomendacje

## 1. Techniczne:

1. Przejście na maksymalnie łatwy, przyswajalny i zrozumiały język.
2. Zwiększenie skali publikacji w wielu różnych kanałach.
3. Maksymalne wykorzystanie przy publikacji kanałów sygnatariuszy deklaracji.
4. Wykorzystanie w większym zakresie infografik i zdjęć.

## 2. Tematy i obszary komunikacji:

1. o drewnie
2. o przyroście i zwiększaniu powierzchni lasów
3. o roli lasów i drewna w ochronie klimatu
4. o znaczeniu drewna
5. o wymianie pokoleń w lesie
6. o szerokich możliwościach wykorzystania drewna
7. o potencjale Polski w zakresie rozwoju nowoczesnego przemysłu opartego o drewno
8. o ekologicznych aspektach drewna – odnawialność, recykling, biodegradacja

# Rekomendacje cd

## 3. Taktyczne:


1. Pokaz możliwości drewna np. spektakularne projekty budowlane, mobilne wystawy itp.
2. Współpraca naukowa w zakresie dekarbonizacji budownictwa.
3. Publikacja wielu materiałów o drewnie.
4. Pokazanie synergii drewna i gospodarki.
5. Regularne informowanie o planowanych pracach w lesie np. tablice informacyjne o pozyskaniu ze zdjęciami jak będzie wyglądać ta powierzchnia po kilku latach.
6. Inicjowanie rozmów z lokalną społecznością.
7. Praca z liderami opinii np. warsztaty dla nauczycieli, dziennikarzy, samorządowców o znaczeniu drewna w gospodarce.
8. Poszukiwanie i nawiązanie współpracy z partnerami instytucjonalnymi (prasa, media, samorządy)
9. Poszukiwanie i zaangażowanie ambasadorów (aktorzy, influenserzy).

## 4. Grupy robocze wewnętrzne i zewnętrzne sygnatariuszy deklaracji: sformalizowanie działań sygnatariuszy, określenie i egzekwowanie harmonogramu prac.



# Podsumowanie

1. W wyniku ataków przeciwników leśnictwa i niewystarczającej reakcji Lasów Państwowych nastąpił spadek społecznej akceptacji użytkowania lasu.
2. Jednym z kluczowych sposobów jej odbudowy jest marketing społeczny drewna.
3. Jest duża grupa interesariuszy gospodarki leśnej i wykorzystania drewna gotowa do współpracy przy działaniach zwiększających świadomość społeczną w zakresie roli drewna w dekarbonizacji gospodarki i gospodarce obiegu zamkniętego.
4. Mamy dobre przykłady efektywnego marketingu społecznego drewna w innych krajach i własne opracowania działań komunikacyjnych.
5. Czas przejść do czynów.....



[www.lasy.gov.pl](http://www.lasy.gov.pl)

# Dziękuję za uwagę

Robert Jaśkiewicz

RDLP w Warszawie

PTL Oddział w Warszawie