

Przegląd i aktualizacja planu przeciwdziałania skutkom suszy

Propozycje ograniczenia skutków suszy dla analizowanych case study

Autorzy: studenci
uczestniczący w warsztatach

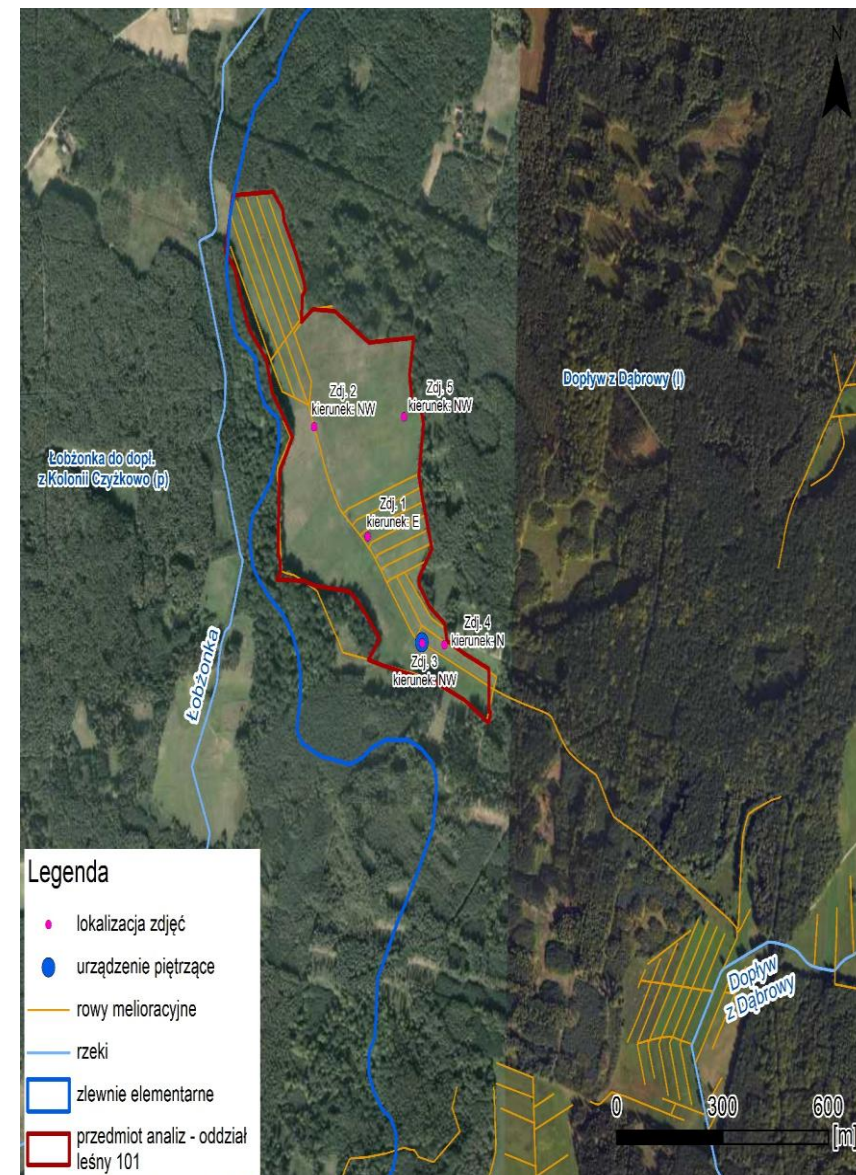
Kraków, 27 maja 2025 r.



Case Study 1 – susza w lasach

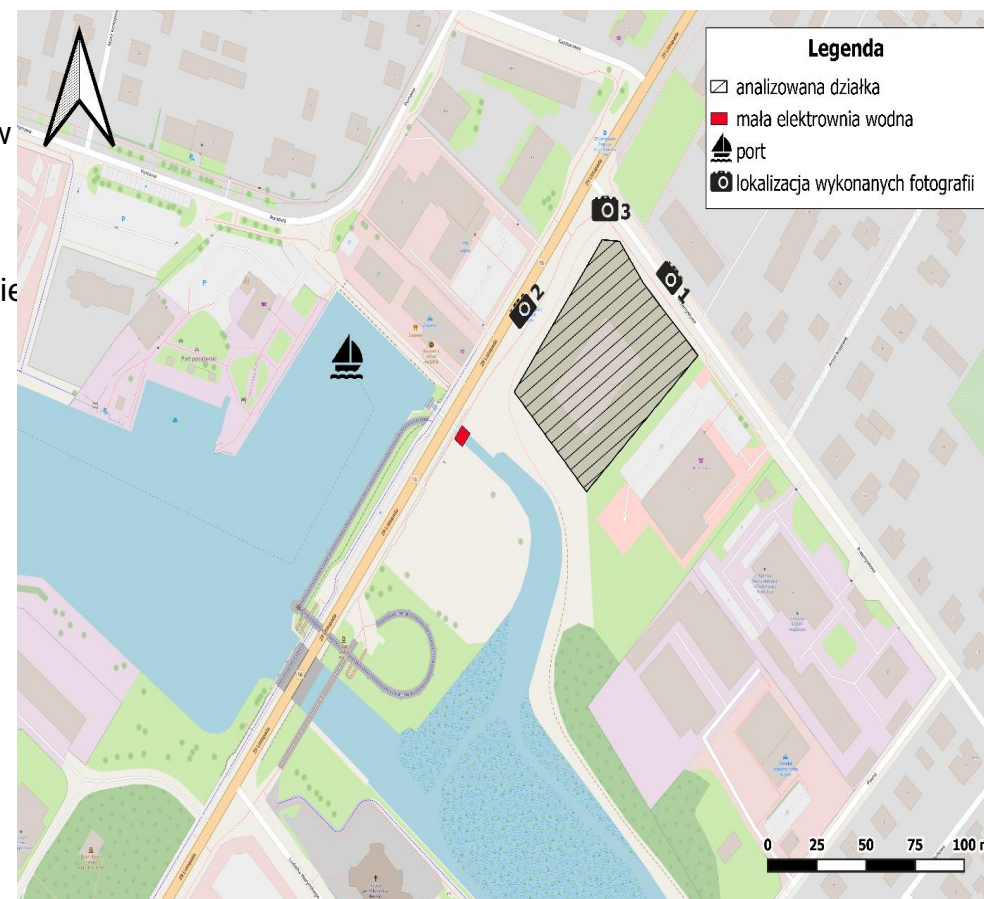
Nadleśnictwo Lutówka leży w Krainie III Wielkopolsko-Pomorskiej, Dzielnicy Pojezierza Krajeńskiego, Mezonegocie Wysoczyzny Krajeńskiej

- **Możliwe działania:** naprawa urządzenia wodnego – zastawki na rowie, odtworzenie mokradła, zbudowanie kładki edukacyjnej, stworzenie zagrody dla bobrów
- **Efekty zaproponowanych działań:** zwiększenie retencji, zwiększenie świadomości społecznej dotyczącej retencji wodnej
- **Działania ekonomicznie uzasadnione w tej konkretnej wskazanej lokalizacji:** tylko renowacja istniejącego urządzenia, ew. dobudowanie prostej kładki edukacyjnej
- **Termin realizacji projektu:** 1 rok – 2 lat
- **Źródła finansowania:** Lasy Państwowe
- **Nazwa projektu:** Wyższe piętrzenie – lepsze zabagnienie lub Bobrza kładka
- **Kampania promocyjna:** skierowana do mieszkańców – event promocyjny, social media



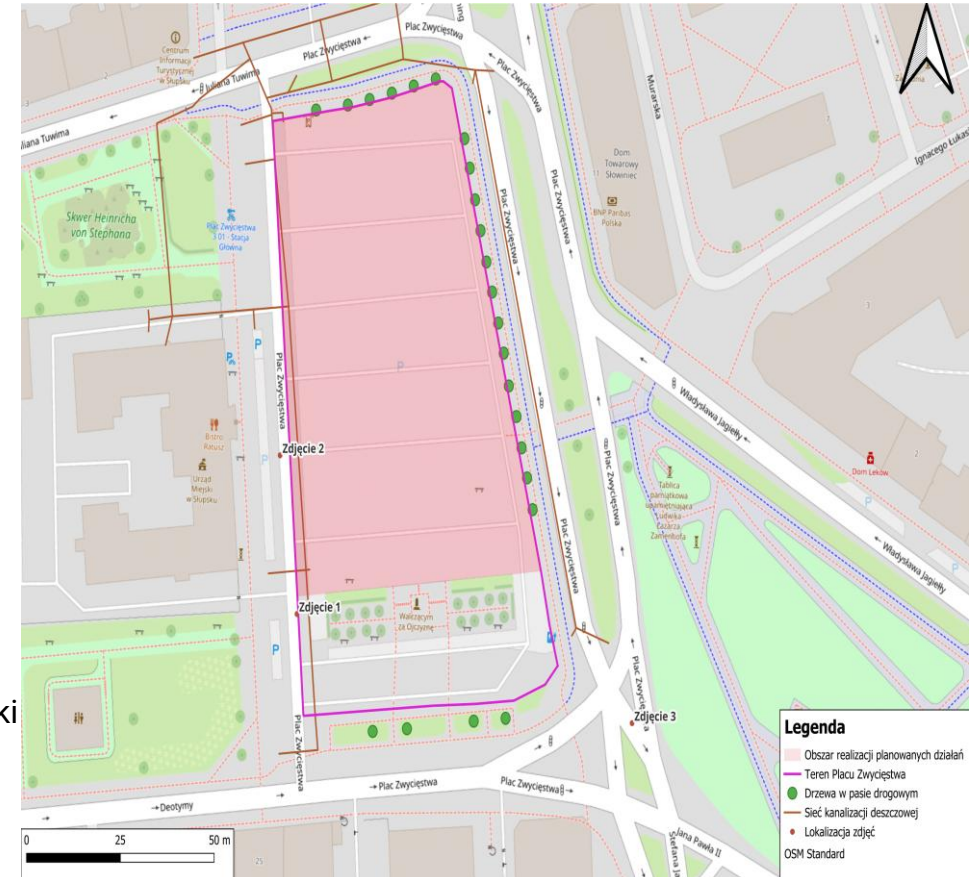
Teren przy ul. Przemysłowej w Augustowie (woj. podlaskie) to niezagospodarowana działka, będąca własnością miasta i przeznaczona do rewitalizacji.

- **Możliwe działania:** wyburzenie budynku i stworzenie na jego miejscu parku, sadzenie gatunków rodzimych, założenia naturalistyczne, aby zachować bioróżnorodność, tablice informacyjne dotyczące ochrony środowiska lub zachowanie budynku i stworzenie na jego szkieletach ogrodów wertykalnych (konstrukcja wymaga oceny ekspertów)
- **Efekty zaproponowanych działań:** efekt edukacji społeczeństwa w zakresie retencji, zmniejszenie efektu wyspy ciepła, zmiana wizualna
- **Działania ekonomicznie uzasadnione w tej konkretnej wskazanej lokalizacji:** bardziej ekonomicznie i szybciej jest wyburzyć budynek i przekształcić teren na park
- **Termin realizacji projektu:** 2 lata
- **Źródła finansowania:** gmina, miasto, UE
- **Nazwa projektu:** Park retencji
- **Kampania promocyjna:** skierowana do mieszkańców i turystów poprzez działania w social mediach, eventy, plakaty



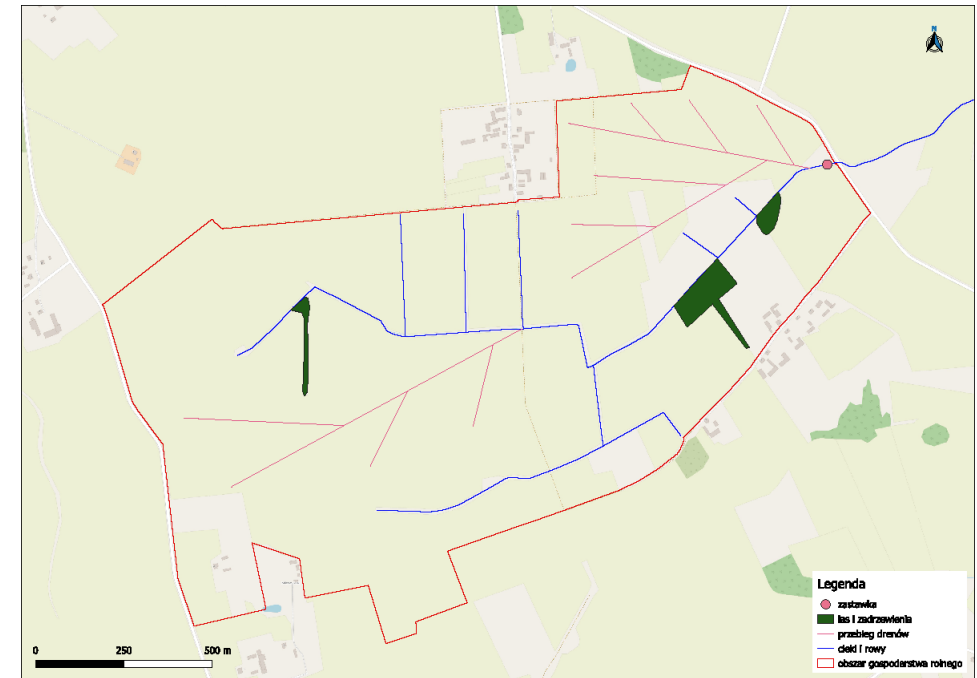
Przestrzeń miejska, która przeznaczona jest do analizy to Plac Zwycięstwa położony w samym sercu Słupska, tuż obok jednego z kluczowych punktów w mieście – Ratusza

- **Możliwe działania:** błękitno – zielony parking, zbiorniki retencyjne i hydrofitowe, zadrzewienie, zmiana nawierzchni na bardziej przepuszczalną, wiata z zielonym dachem i panelami fotowoltaicznymi
- **Efekty zaproponowanych działań:** zmniejszenie efektu wyspy ciepła, zwiększenie atrakcyjności terenu, zwiększenie retencji wodnej
- **Działania ekonomicznie uzasadnione w tej konkretnej wskazanej lokalizacji:** uzasadnione ekonomicznie – centrum miasta, więc warto inwestować
- **Termin realizacji projektu:** prace etapami, aby zapewnić komfort życia mieszkańcom
- **Źródła finansowania:** dofinansowania na błękitno – zieloną infrastrukturę z UE, budżet obywatelski
- **Nazwa projektu:** Zielona przystań
- **Kampania promocyjna:** na początku parking za darmo dla mieszkańców miasta, ładowanie samochodów elektrycznych za darmo, działania informacyjne dla mieszkańców – plakaty, media społecznościowe



Gospodarstwo rolne położone w gminie Krasne miejscowość Filipy o powierzchni ok. 2 km² (200 ha)

- **Możliwe działania:** odbudowa zastawki lub jej modernizacja, trójpolówka – płodozmiany, zbiornik retencyjny, hydrożele, wprowadzenie roślin modyfikowanych pod kątem odporności na stres wodny, nawożenie organiczne
- **Efekty zaproponowanych działań:** zwiększenie retencji i wydajności plonów, poprawa bioróżnorodności, zmniejszenie ilości pestycydów, poprawa walorów krajobrazowych i turystycznych, zmniejszenie erozji gleby
- **Działania ekonomicznie uzasadnione w tej konkretnej wskazanej lokalizacji:** w przypadku dofinansowania koszty realizacji inwestycji będą zmniejszone
- **Termin realizacji projektu:** po uzyskaniu decyzji ok. 1 – 1,5 roku
- **Źródła finansowania:** UE, NFOŚ, wkład własny, UR, PK
- **Nazwa projektu:** Zastawka trzech przełomów
- **Kampania promocyjna:** media społecznościowe, eventy dla rolników



Dziękujemy za uwagę

www.stopsuszy.pl