

Kradzież infrastruktury telekomunikacyjnej.



Michał Matuszewski

**Podsumowanie dotychczasowych
działań Grupy Roboczej
- Michał Matuszewski,
Członek Grupy Roboczej iNET group**

Kradzież infrastruktury telekomunikacyjnej.

W siedzibie UKE odbyło się już osiem spotkań Grupy Roboczej ds. kradzieży infrastruktury, ostatnie w dniu 16 maja 2012 r.

Przedstawiono dotychczasowe starania z terenu śląska (najwięcej kradzieży infrastruktury w kraju – zagęszczenie)

Opracowano założenia i koszty kampani informacyjnych, edukacyjnych w TVP.

Zaplanowano wypracowanie „szybkiego kanału komunikacji” ISP-Policja.

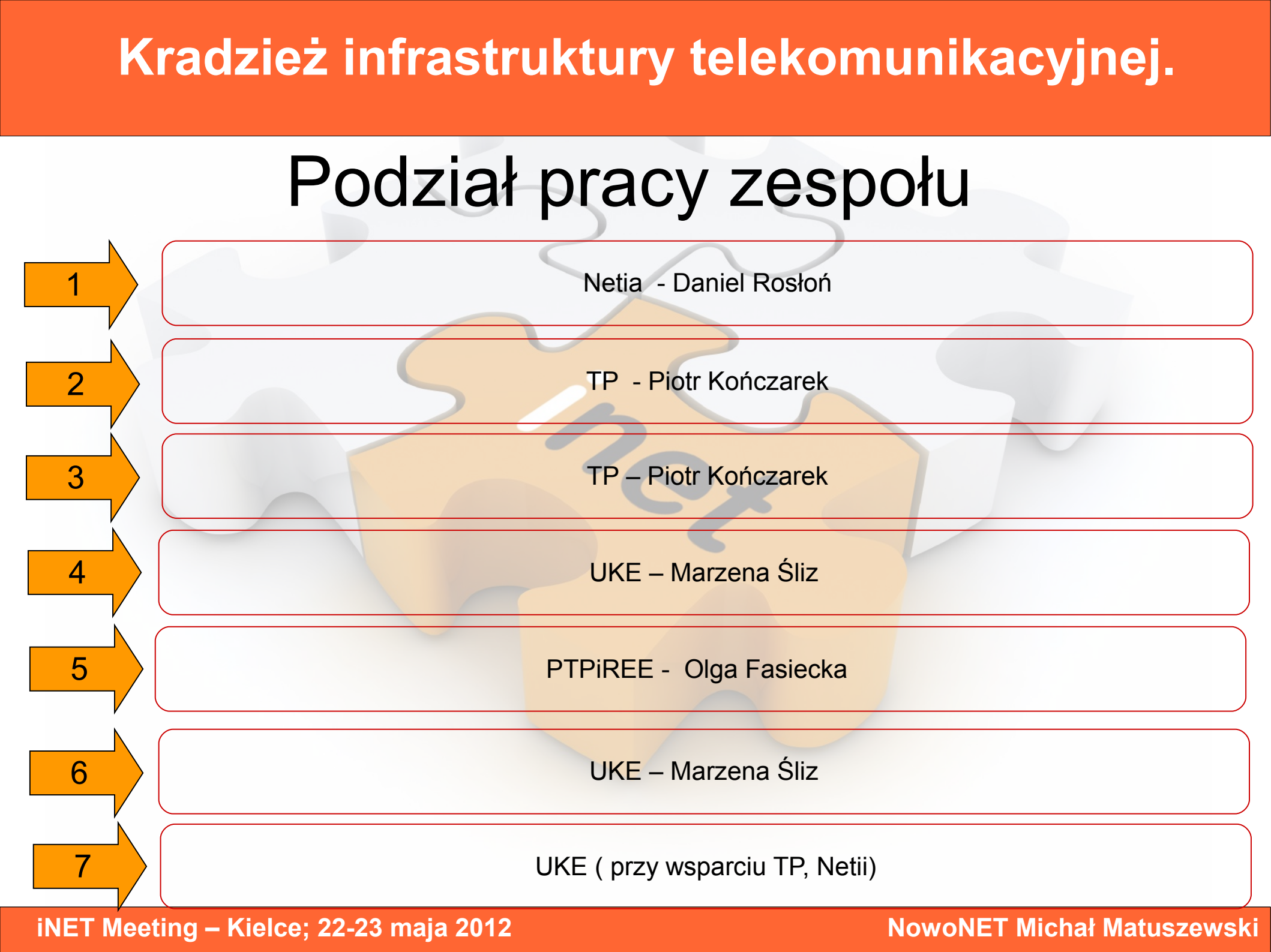
Kradzieże infrastruktury telekomunikacyjnej czy kolejowej – zagrożenie życia. Czynności służbowe vs “presja czasowa”.

Nieobecni nie mają głosu.

Propozycje obszarów działań - cele

- 1 Podniesienie świadomości i zwiększenie zaangażowania instytucji państwa i wymiaru sprawiedliwości w zwalczaniu zjawiska kradzieży infrastruktury przesyłowej
- 2 Podniesienie świadomości i zwiększenie zaangażowania społeczeństwa w walce z znieczulicą , brak reakcji na otaczające nas akty przestępstw
- 3 Wypracowanie i wdrożenie nowych standardów współpracy operacyjnej policji i operatorów infrastruktury przesyłowej na szczeblach lokalnych i centralnych
- 4 Zbadanie i wykorzystanie rozwiązań w innych krajach UE w zakresie zwalczania i przeciwdziałania przestępczości przeciwko mieniu operatorów
- 5 Opracowanie Raportu Otwarcia
- 6 Komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna planu i efektów działań.
Opracowanie założeń i harmonogramu prac.
- 7 Opracowanie założeń i harmonogramu działań.

Podział pracy zespołu



1	Netia - Daniel Rosłoń
2	TP - Piotr Kończarek
3	TP – Piotr Kończarek
4	UKE – Marzena Śliz
5	PTPiREE - Olga Fasiecka
6	UKE – Marzena Śliz
7	UKE (przy wsparciu TP, Netii)

Kradzież infrastruktury telekomunikacyjnej.

Propozycja agencji MCA:



SIÓDME: NIE KRADNIJ! JEDENASTE: REAGUJ!

**KOALICJA NA RZECZ ZAPOBIEGANIA KRADZIEŻOM I DEWASTACJOM
INFRASTRUKTURY**

Ogólnopolska społeczna kampania edukacyjna
Adresaci: społeczeństwo, w tym szczególnie osoby pozostające w domach



Kradzież infrastruktury telekomunikacyjnej.

Podstawowe pytanie: - Kto kradnie?

Dziś kradną jednemu, drugiemu, za chwilę może to spotkać i mnie – świadomość wspólnego celu.

Wypracowane dobre przykłady: - Projekt kampani społecznej.

Ważne: pilnujemy tego co mamy, inwentaryzujemy.

projekt:

Kampania społeczna

Kampania Społeczna

- > Geneza
- > Plan kampanii społecznej
- > Koszty
- > Uwarunkowania



Geneza

Kampania społeczna - **Geneza**



Istotnym kierunkiem budowania systemu bezpieczeństwa jest dawanie potencjalnym sprawcom wyraźnego obywatelskiego sygnału, że ich negatywne zachowania nie pozostaną bez społecznej i instytucjonalnej reakcji. Niejednokrotnie brak reakcji lokalnych społeczności na zagrożenia czy naruszenia prawa występujące w ich otoczeniu wpływa na to, że sprawcy czują się bardziej pewni i zupełnie bezkarni.

Proponowanym rozwiązaniem długoterminowym jest Kampania Społeczna jako element wspólnych działań w trosce o bezpieczne jutro. Kampanię mającą zwiększyć wrażliwość społeczną na widziane przestępstwa z docelową zmianą świadomości społecznej i zachowań wspierających działania organów ścigania. Inspiracją do podjęcia działań związanych z uruchomieniem kampanii społecznej mającej na celu zaktywizowanie obywateli są również doświadczenia innych policji europejskich w tym zakresie. Potwierdzeni to znalazło na jednym ze spotkań przedstawicieli Komendy Wojewódzkiej Policji w Katowicach z Komendantem Policji małej bawarskiej miejscowości Unterhaching, gdzie 95% zatrzymań sprawców na gorącym uczynku nie jest skutkiem tego, że policja jest tam liczniejsza, lepiej wyposażona czy zorganizowana, lecz sygnałów samego społeczeństwa. Dla przykładu w województwie śląskim wskaźnik ten wynosił 35%.

W związku z powyższym konieczne jest uświadamianie społeczeństwu ważnej roli jaką pełnią ludzie w zwiększaniu szeroko rozumianego bezpieczeństwa życia, funkcjonowania wielu instytucji państwowych i przedsiębiorstw.

W odpowiedzi na te oczekiwania w województwie śląskim zainicjowano i przeprowadzono w okresie od 21.09.2011r. do 27.02.2012r kampanię społeczną „NIE REAGUJESZ AKCEPTUJESZ”.

W tym czasie Policja odnotowała większą aktywność społeczeństwa w zgłaszaniu przestępstw, gdzie policjanci dokonali ogółem na terenie całego garnizonu śląskiego 2495 zatrzymań na gorącym uczynku z czego **1075** zatrzymań dokonano na podstawie zgłoszeń obywatelskich w ramach kampanii co potwierdza przyjęty i konieczny kierunek działań.

Wymiernym efektem podjętej współpracy z Policją był spadek w 1Q2012 roku ilości zdarzeń kradzieży infrastruktury telekomunikacyjnej na Śląsku o **27%** w stosunku do analogicznego okresu w 2011 roku.

W 2012 roku proponuje się kontynuację kampanii społecznej z rozszerzeniem działań na skalę ogólnopolską bazując na zebranych doświadczeniach na Śląsku czyli aglomeracji o największej skali przestępstw pospolitych w kraju.

Kampania społeczna - **Geneza , rok 2011**



Partnerzy kampanii organizowanej w 2011 roku na Śląsku:

- Komenda Wojewódzka Policji w Katowicach
- TVP Katowice
- Radio Katowice
- Dziennik Zachodni
- Echo Miasta
- Gość Niedzielny
- Koleje Śląskie
- Śląskie Sieci Metropolitalne
- Urząd Marszałkowski
- Urząd Wojewódzki
- Telekomunikacja Polska SA
- Tauron Dystrybucja SA
- SKOK Silesia-Centrum

Promowanie kampanii:

- Wyemitowano **292** komunikaty medialne TVP , Radio
- Udzielono **193** wywiadów w lokalnych środkach masowego przekazu;
- Ukazało się **399** informacji prasowych;
- Rozwieszono **3143** plakaty promujące kampanię społeczną „NIE REAGUJESZ AKCEPTUJESZ

- 4mln odbiorców

- Policja przeprowadziła :

- **1102** spotkania z mieszkańcami w trakcie których uczestniczyło **9045** osób;

- **810** spotkań z młodzieżą –w trakcie których uczestniczyło **23 180** osób;

- **202** spotkania z seniorami –w trakcie których uczestniczyło **2495** osób;

- **506** spotkań z przedstawicielami różnych instytucji, organizacji itp. – w trakcie

których uczestniczyło **1663** osób;

Kampania społeczna - **Geneza** , rok 2011



Powstały materiały medialne : - 3 clipy telewizyjne, 1 clip radiowy



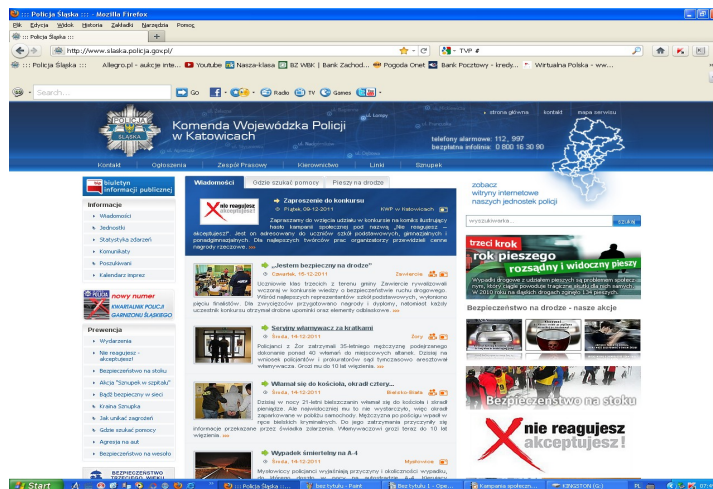
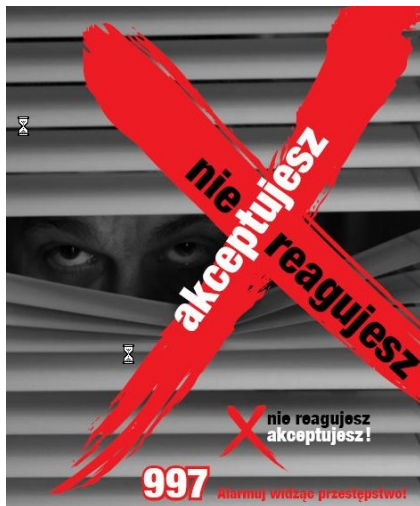
-programy telewizyjne (gość w studio, informacje w aktualnościach TVP Katowice, felieton)

<http://www.tvp.pl/katowice/informacyjne/gosc-aktualnosci/wideo/24-listopada/5726522>
<http://www.tvp.pl/katowice/informacyjne/aktualnosci/wideo/24-listopada-1830/5726514>
<http://www.tvp.pl/katowice/polecamy/nie-reagujesz-akceptujesz/5296434>



Kampania społeczna - **Geneza** , rok 2011

Plakat , publikacje portale internetowe, prasa



Konkurs plastyczny



Cele kampanii:

Celem głównym kampanii społecznej "Nie reagujesz - akceptujesz" jest ograniczenie liczby przestępstw pospolitych, szczególnie uciążliwych dla społeczeństwa jak: uszkodzenia ciała, bójki i pobicia, rozboje, kradzieże oraz zniszczenia mienia, a także zwiększenie liczby zatrzymań ich sprawców w trakcie lub bezpośrednio po ich dokonaniu.

Cele pośrednie:

- 1) Wzmocnienie reakcji mieszkańców na naruszenia prawa szczególnie dla nich uciążliwe,
- 2) Zwiększenie świadomości obywatelskiej w zakresie reakcji na przestępstwa najbardziej szkodliwe społecznie,
- 3) Ograniczenie zdarzeń przestępczych.

Plan kampanii społecznej

Zasięg : ogólnopolski i lokalny

Formuła ogólnopolska :

- spoty telewizyjne w TVP
- spoty radiowe w Polskim Radio
- kroniki telewizyjne promujące postawy
- portale internetowe
- artykuły w prasie Polska Press

Formuła lokalna :

- spoty kinowe
- spoty na tablicach elektronicznych
- spoty w komunikacji miejskiej
- spotkania z grupami społecznymi
- plakaty, materiały promujące
- konkursy promujące dobre postawy społeczne

Kampania społeczna : **projekt działań**



Hasło kampanii :

„Nie reagujesz – akceptujesz”

Znak kampanii :



Wykorzystać opracowane w 2011 roku materiały w 2012 roku :

- plakat bazowy
- trzy 30 sek. spoty telewizyjne + jeden radiowy (kradzież samochodu, kradzież kabla, urządzenia energetyczne)
- bazowy felieton telewizyjny, audycje telewizyjne
- projekty nalepek, zakładek szkolnych, linijek, kubków do wykorzystania na spotkaniach prewencyjnych

Wykorzystanie wizerunku znanej osoby / autorytetu w kampanii : Leszek Kuzał

Scenariusz 1 spotu TV



Microsoft Word
Document

Spot Radiowy

Scenariusz 2 spotu TV



Microsoft Word
Document

Audycje / Kroniki Policyjne
w TV



Microsoft Word
Document



Microsoft Word
Document

Scenariusz 2 spotu TV

Ogólnopolskie:

Audycje w TV, 10 razy + powtórki

Informacje w aktualnościach

Spoty telewizyjne – 200 razy w TV

Spoty radiowe - 850 razy

Lokalne:

Emisje na tablicach świetlnych

Komunikacja miejska

Kina

Strona internetowa Kampanii Społecznej

Linki powiązane – tematyczne

Artykuły tematyczne w prasie

Założenia dla strony:

Projekt nawiązujący do dotychczasowego layoutu akcji. Zawartość: bieżące informacje o przebiegu akcji, odcinki programu TV, spoty, materiały prasowe o akcji, dobre przykłady, linki do stron partnerów i sponsorów, użyteczne linki i telefony (np. Niebieska Linia, Telefon zaufania, La Strada), materiały graficzne do pobrania (plakat, logo, vleпка), możliwość zadawania pytań, odpowiedzi ekspertów, FAQ.

Uczestnicy wyznaczają osoby do bezpośredniej współpracy w zakresie kampanii społecznej z koordynatorem kampanii :

- harmonogram emisji
- scenariusze spotów
- tematy w kronikach/audycjach telewizyjnych
- koszty
- itd

Raz w miesiącu powstaje raport z realizacji prac

Okres kampanii : 2012 rok

Kwiecień :

Akceptacja planu i zakresu działań

Deklaracje w zakresie współfinansowania

Złożenie listów intencyjnych

Maj . Czerwiec :

Emisja materiałów z 2011 roku w TV

Produkcja nowych spotów

Lipiec -grudzień :

Emisja materiałów , audycje TV , Radio , publikacje prasowe

Koszty

Koszty kampanii

Zakres ogólnopolski :

Produkcja 3 nowych spotów telewizyjnych – **54 tyś PLN**

Emisja spotów (200 emisji na TVP Info) – **140 tyś PLN**

Emisja i produkcja 10 Audycji telewizyjnych – **120 tys PLN** – powtórki emitowane będą bezkosztowo

Produkcja 3 spotów radiowych i Emisja 850 razy w 17 rozgłośniach- **78 tyś PLN**

Dodatek 8 stronicowy w Dzienniku Zachodnim 8 województw – **56 tyś PLN**

Łącznie ok.. 448 tyś PLN* (TVP - 700 PLN/emisję spotu, Polskie Radio – 85PLN/emisję)

* Plan pełny

Zakres lokalny :

Zakres uzależniony od lokalnych potrzeb i pomysłów promujących kampanię

Łącznie ok.. 90 tyś PLN

**** Dla obu zakresów + projekt i utrzymanie strony internetowej ok. 8 tyś PLN/rocznie**

Szczegółowy zakres i podział kosztów ujęty jest w oddzielnym pliku:



Microsoft Excel
Worksheet



Microsoft Excel
Worksheet

Uwarunkowania

- Uzyskanie akceptacji planu działań w zakresie ogólnopolskim kampanii społecznej w 2012 roku
- Uzyskanie od interesariuszy deklaracji kwot finansowania działań
- Powołanie z przedstawicieli interesariuszy zespołu współpracującego w ramach działań kampanii w zakresie ogólnopolskim jak i lokalnym
- Uzyskania decyzji prezesa TVP o patronacie medialnym jako patrona medialnego z udziałem regionalnych ośrodków TVP – bazując na doświadczeniach TVP Katowice

Kradzież infrastruktury telekomunikacyjnej.

Podsumowując:

1. Powstaną jednolite wzory zawiadomień i wniosków do prokuratury, sądów oraz na policje.
2. Powstaną ze strony Policji odpowiednie jednostki do bezpośredniego=szybszego wymieniania się informacjami, zgłoszeniami.
3. Można przystąpić do Memorandum.
4. Można określić kwotę jaką zamierza się przeznaczyć na współfinansowanie projektu.
5. Można wskazywać Policji art. KK254a

Kradzież infrastruktury telekomunikacyjnej.

Dz.U.1997.88.553

USTAWA

z dnia 6 czerwca 1997 r.

Kodeks karny.

(Dz. U. z dnia 2 sierpnia 1997 r.)

Rozdział XXXII

Przestępstwa przeciwko porządkowi publicznemu

Art. 254a. (193)

Kto zabiera, niszczy, uszkodza lub czyni niezdatnym do użytku element wchodzący w skład sieci wodociągowej, kanalizacyjnej, ciepłowniczej, elektroenergetycznej, gazowej, telekomunikacyjnej albo linii kolejowej, tramwajowej, trolejbusowej lub linii metra, powodując przez to zakłócenie działania całości lub części sieci albo linii, podlega karze pozbawienia wolności od 6 miesięcy do lat 8.

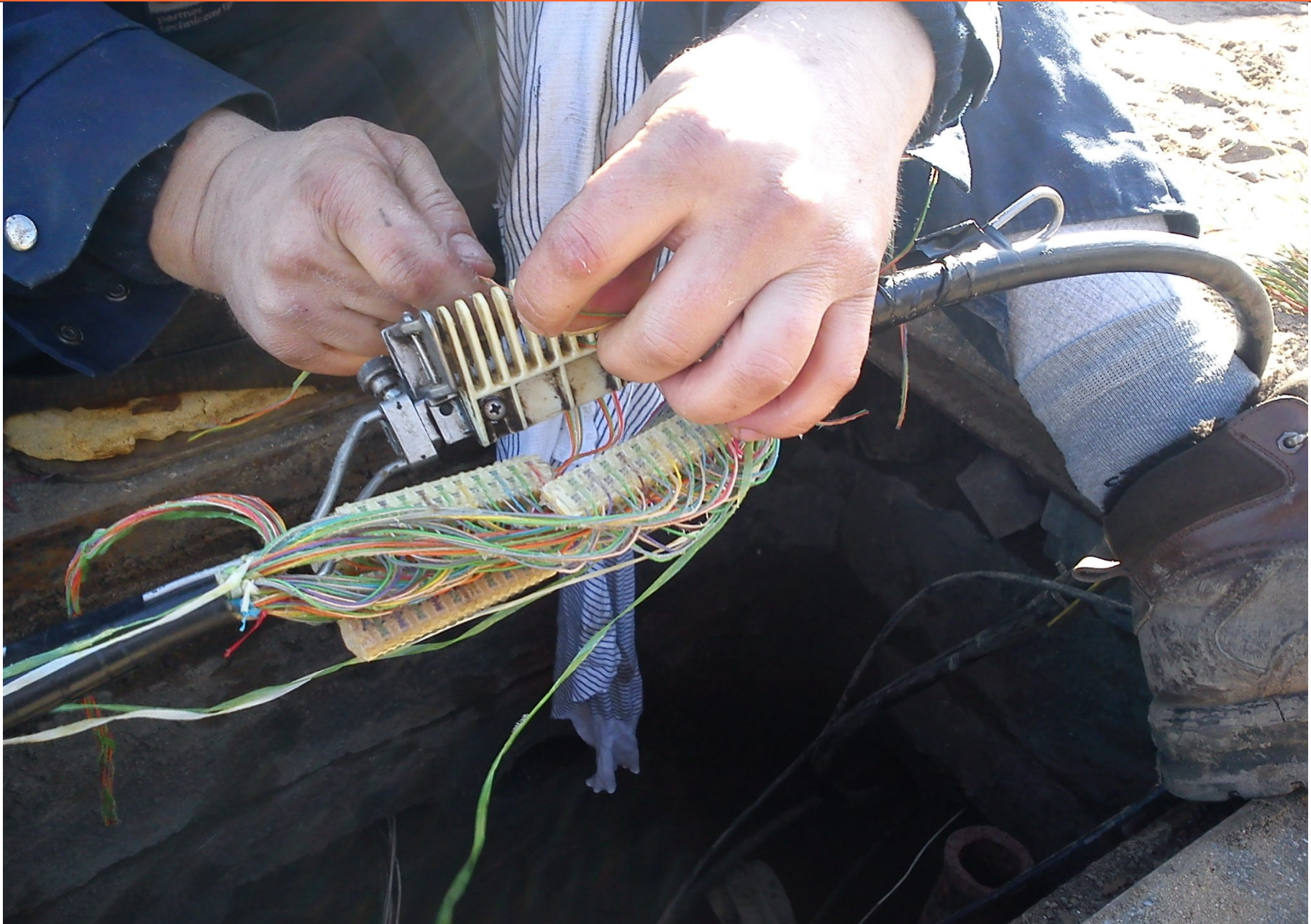
Kradzież infrastruktury telekomunikacyjnej.



Kradzież infrastruktury telekomunikacyjnej.



Kradzież infrastruktury telekomunikacyjnej.



Kradzież infrastruktury telekomunikacyjnej.

Michał Matuszewski
NowoNET Gryfice

mmatuszewski@inetgroup.pl



Kradzieże
infrastruktury.pl

