УТВЕРЖДАЮ

Финансовый директор
ЗАО «МИХАЙЛОВ И ПАРТНЕРЫ. УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИМИ КОММУНИКАЦИЯМИ»

_____ Лобанов П. Л.
м.п. «31» июля 2013 г.

УТВЕРЖДАЮ

Исполнительный директор
АНО «Международный центр устойчивого энергетического развития» под эгидой ЮНЕСКО

_____ Посысаев Ю.Ю.
м.п. «____»_____2013 г.

Проект ГЭФ/Минприроды/ПРООН

Учет экологических факторов при подготовке и проведении Олимпиады Сочи 2014: Стратегия и план действий для формирования "Зеленого наследия"

ОТЧЕТ

ЗАО «МИХАЙЛОВ И ПАРТНЕРЫ. УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИМИ КОММУНИКАЦИЯМИ» по выполнению контракта в интересах АНО «Международный центр устойчивого энергетического развития» под эгидой ЮНЕСКО по Договору № l/6/S- ISEDC от 8 апреля 2013 г. в рамках оказания услуг по теме: «Стратегия информирования общественности и разъяснительно-пропагандистской деятельности по вопросам изменения климата и формированию «Зеленого наследия» во время проведения Зимних Олимпийских игр в Сочи»

Первый этап

Москва
2013

Предлагаем отчет ЗАО «МИХАЙЛОВ И ПАРТНЕРЫ. УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИМИ КОММУНИКАЦИЯМИ» (далее - Компания) по реализации первого этапа в рамках оказания услуг по теме «Стратегия информирования общественности и разъяснительно-пропагандистской деятельности по вопросам изменения климата и формированию «Зеленого наследия» во время проведения Зимних Олимпийских игр в Сочи» для АНО «Международный центр устойчивого энергетического развития» под эгидой ЮНЕСКО за период с 8 апреля по 31 июля 2013 года.

Описание

В соответствии с Договором № l/6/S- ISEDC от 8 апреля 2013 г. основная деятельность Компании была направлена на реализацию первого этапа работ в рамках разработки стратегии информирования общественности и разъяснительно-пропагандистской деятельности по вопросам изменения климата и формированию «Зеленого наследия» во время проведения Зимних Олимпийских игр в Сочи.

Основные направления оказания услуг:

1) Разработка Программы информирования общественности и разъяснительно-пропагандистской деятельности по вопросам изменения климата в рамках формирования «Зеленого наследия»;
2) Разработка перечня мероприятий для межведомственной информационной кампании с участием выявленных заинтересованных сторон;
3) Проведение совещания с участием официального «углеродного спонсора» Олимпийских Игр Сочи 2014 и другими заинтересованными сторонами совместно с Заказчиком;
4) По итогам проведенного совещания - корректировка Программы с планом мероприятий по поддержке «углеродного спонсора» и других заинтересованных сторон (не более 7) в реализации информационной кампании по вопросам климата.

Описание услуг

1) Разработка Программы информирования общественности и разъяснительно-пропагандистской деятельности по вопросам изменения климата в рамках формирования «Зеленого наследия»

За указанный период Компанией была разработана идеология коммуникационной кампании, а также проведены встречи с дизайнером для разработки основной концепции коммуникационной кампании «CO2кращай».

Было проведено несколько встреч с дизайнером Бачуриной Анастасией для постановки задач по содержанию концепции для дальнейших работ по визуализации. На встречах обсуждались возможные варианты написания слогана, возможные носители, цветовые гаммы. По итогам встреч, дизайнером было предложено четыре варианта концепции.

Вариант 1

Вариант 2

Вариант 3

Вариант 4

Было разработано два способа реализации концепции, а также основные этапы реализации:

1. Клуб «Углеродных Партнеров»
2. Коммуникационная программа по изменению климата

Вариант 1.
Клуб «Углеродных Партнеров»

Создание Клуба «Углеродных Партнеров» Игр, который объединит компании на базе инициативы «CO_2кращай» во главе с Министерством природных ресурсов и экологии РФ, Оргкомитетом Сочи 2014 и Основным Углеродным Партнером – The Dow Chemical Company.

Задача: Расширить активность, направленную на борьбу с изменением климата, и увеличить количество проводимых мероприятий в рамках проекта, что значительно увеличит итоговую полезность Клуба на правах партнеров Игр.

Плюсы: Реализация проекта под эгидой Игр, во главе с Министерством природных ресурсов и экологии РФ, Оргкомитетом Сочи 2014 и Официальным Углеродным Партнером позволит добиться более широкого интереса СМИ. Возможность использовать официальные олимпийские медиа площадки, информировать об инициативе, используя логотип Игр, привлекая ресурсы Оргкомитета и каждого партнера клуба. У каждого партнера клуба есть возможность позитивно позиционировать свою компанию, а также продукцию компании в рамках участия в клубе и поддержки инициативы «CO_2кращай».

Минусы: Компании-партнеры в клубе будут иметь не равные права, так как лидерам клуба изначально будет отведена ключевая роль. Клуб «Углеродных Партнеров» существует только в рамках подготовки и проведения Игр.

Вариант 1.
Клуб «Углеродных Партнеров»

Лидеры Клуба «Углеродных Партнеров»– Министерство природных ресурсов и экологии РФ, Оргкомитет Сочи 2014 и The Dow Chemical Company выступят инициаторами Клуба «Углеродных Партнеров» и станут ключевыми трансляторами всех коммуникаций Клуба. Лидеры должны коммуницировать основные сообщения по изменению кдлимата, приглашению новых членов и поддержке мероприятий Клуба (включая мероприятия партнеров).

Члены Клуба «Углеродных Партнеров» - компании, приглашенные лидерами клуба к участию в инициативе по изменению климата в рамках Игр. Члены Клуба могут поддерживать мероприятия, инициированные лидерами Клуба, а также предлагать свои решения/активности по уменьшению выбросов CO2. Возможность позиционирования бренда компаний за счет ресурсов партнеров Клуба, а также другой категории клиентов. *(Предполагается участие в Клубе не менее трех официальных спонсоров Игр Сочи 2014).*

Возможности Министерства природных ресурсов и экологии РФ	**Возможности** Оргкомитета Сочи 2014	**Возможности** The Dow Chemical Company
• Выполнение государственной программы по модернизации г. Сочи; • Статус ключевого транслятора углеродных ценностей до и во время Игр; • Использование символики министерства на всех информационных носителях Клуба; • Увеличение собственной эффективности за счет вклада других партнеров.	• Статус ключевого транслятора углеродных ценностей до и во время Игр; • Реализация поставленных перед Оргкомитетом Сочи 2014 задач в рамках углеродной нейтральности • Привлечение Олимпийских партнеров к активной деятельности • Использование символики компании на всех информационных носителях Клуба	• Статус ключевого транслятора углеродных ценностей до и во время Игр; • Поддержка международных экологических организаций; • Позиционирование компании на рынке как социально ответственной; • Улучшение имиджа - узнаваемости компании; • Использование символики компании на всех информационных носителях Клуба.

Клуб «Углеродных Партнеров»
Зоны ответственности Клуба

Партнер	Зона ответственности	Публичная роль
Лидеры Клуба «Углеродных Партнеров»	Основные идеологи кампании, организаторы и трансляторы ценностей углеродной нейтральности, инициируют ключевые мероприятия Клуба, а также поддерживают мероприятия других членов Клуба, связанные с изменением климата. Участвуют логотипом, предоставляют персонал, размещают информацию на сайте компании, частично финансируют мероприятия.	Обеспечивают реализацию концепции Клуба, являются официальным представителем в публичном пространстве, от их имени исходят заявления, анонсы, пресс-релизы. Разрабатывают логотип и сайт клуба.
Члены Клуба «Углеродных Партнеров»	Вступают в Клуб по приглашению основного партнера, следуют его программе, а также организовывают свои активности в рамках проекта (по согласованию с лидерами клуба). Участвуют логотипом, предоставляют персонал, размещают информацию на сайте компании, частично финансируют мероприятия (возможно выбрать любое из перечисленного).	Участвуют во всех мероприятиях СМИ на правах партнера Клуба, делают официальное заявление о вступление в Клуб, анонсируют об участии и проведении акций.

Вариант 2.
Коммуникационная программа по изменению климата

Ключевая роль в реализации программы отдана Министерству природных ресурсов и экологии РФ, Оргкомитету Сочи 2014 при поддержке ПРООН/ГЭФ. В программе могут принимать участие как Официальные партнеры Игр, так и все заинтересованные стороны.

Каждая компания-участник самостоятельно выбирает мероприятия, которые внедряет в свою стратегию активности в рамках концепции «CO2кращай» независимо от остальных партнеров.

Сохраняется положительный эффект от их деятельности в рамках подготовки к Играм в Сочи 2014, но компании не ограничены договоренностями с другими участниками.

Плюсы: Реализация непосредственно связанных с деятельностью компании мероприятий независимо от других участников. Положительное влияние на информированность общественности о проблемах изменения климата. Повышение узнаваемости бренда как социально-ответственного бизнеса.

Минусы: Отсутствие целостной информационной кампании, ограниченный спектр коммуникационных инструментов, меньший охват аудитории.

Реализация коммуникационной кампании
Основные этапы реализации концепции

В рамках реализации концепции «CO_2кращай» предполагается два коммуникационных этапа:

1.Информирование

На этапе запуска проекта требуется привлечение внимания, информирование максимального количества людей об изменении климата.

2. Вовлечение

Привлечение широкой общественности к мероприятиям движения и активной деятельности по уменьшению антропогенного воздействия на климат.

1 этап
Информирование
Клуб «Углеродных партнеров»

При реализации концепции Клуба «Углеродных партнеров» предполагается использовать ряд коммуникационных инструментов, а также мероприятий, направленных на увеличение информированности общественности по теме изменения климата.

Инструменты:

1. Лидеры Клуба: Министерство природных ресурсов и экологии РФ, Оргкомитет Сочи 2014, а также компания The Dow Chemical Company объявляют о создании Клуба «Углеродных партнеров» во время официального мероприятия, на котором присутствуют представители СМИ.
2. Разрабатывается сайт проекта и логотип Клуба «Углеродных Партнеров».
3. Рассылка пресс-релиза от лидеров клуба о создании клуба «Углеродных Партнеров», разъяснении целей клуба и движения «CO_2кращай», основных терминов, а также приглашению к участию компаний, заинтересованных в поддержке движения.
4. Все компании, которые согласились войти в клуб, в свою очередь, размещают символику Клуба (лого+ информацию о проекте) на корпоративном сайте.
5. Распространение информации о движении/мероприятиях через использование ресурсов членов Клуба: корпоративные сайты, пресс-релизы, информационные рассылки, брошюры, статьи в журналах, баннеры (дополнительно уточняется с каждым партнером).

Основная коммуникационная стратегия поддерживается рядом мероприятий:

- **Комментарии экспертов** – Комментарии экспертов в ведущих СМИ о ключевом значении углеродной проблемы и влиянии действий каждого человека на климат.
- **Размещение информации в Экологическом бюллетене Оргкомитета Сочи 2014 –** Подготовка материалов об изменении климата для публикации.
- **Поддержка мероприятий Культурной Олимпиады –** Поддержка мероприятий в рамках года музеев.
- **Размещении информации в приложении Коммерсанта Review –** Вставка информации в приложение Коммерсант по теме изменения климата.

Информирование
Коммуникационная программа по изменению климата

Реализовывая коммуникационную программу по изменению климата необходимо запустить инициативу «CO_2кращай», транслировать основные термины от лица Министерства природных ресурсов и экологии РФ, Оргкомитета Сочи 2014 и при поддержке ПРООН/ГЭФ, а также разместить информацию о проводимых мероприятиях на корпоративных сайтах компаний-участников.

Инструменты:

1.Рассылка пресс-релиза (от лица Министерства природных ресурсов и экологии РФ, Оргкомитета Сочи 2014, ПРООН/ГЭФ) о запуске инициативы «CO_2кращай» и разъяснении основных терминов.

2.Размещение информации на сайтах инициаторов и партнеров информации о создании движения «CO_2кращай».

3.Распространение информации о движении/мероприятиях через использование ресурсов компаний-участников: корпоративные сайты, пресс-релизы, информационные рассылки, брошюры.

Основные этапы и инструменты реализации концепции
Вовлечение

На этапе вовлечения необходимо привлечь целевые аудитории к активной деятельности по уменьшению антропогенного воздействия на климат за счет реализации ряда мероприятий при поддержке компаний-участников.

Возможные мероприятия:

1.Приложение Review Сочи 2014 к газете Коммерсант

2.Информационные вкладки в поездах и самолетах с пакетиками-семенами

3.Показ фильмов по теме изменения климата в рамках научного фестиваля кино совместно с Политехническим музеем

4.Серия видеороликов для компаний-партнеров для размещения в поездах и самолетах.

5.Организация лектория по теме изменения климата

6.Организация выставки «CO2кращай» с интерактивными элементами

7.Фотовыставка Даниэля Белтра об экологических катастрофах на центральной площадке г. Сочи

8.Размещение энергосберегающих объектов в г. Сочи, в том числе, по федеральной программе модернизации города Сочи

9.Радио шоу с эко-экспертами

10.Обучающие ролики–лекции на Youtube

11.Экологический велокинотеатр

12.Конкурс для журналистов на тему изменения климата

13.Обучение волонтеров, привлечение волонтеров к мероприятиям

14.Размещение стенда об изменении климата на территории Олимпийского комплекса во время и после проведения Игр

15.Проведение лекций об изменении климата в Олимпийском университете

16.Работа с блогерами-тысячниками

2) **Разработка перечня мероприятий для межведомственной информационной кампании с участием выявленных заинтересованных сторон**

За указанный период Компанией были проведены предварительные переговоры по мероприятиям для проработки программы участия заинтересованных сторон, а также возможностей взаимодействия.

Организация	***Участники переговоров***	***Обсуждаемые вопросы***	***Достигнутые договоренности***
Волонтеры города Сочи	***Мария Америкова*** Заместитель начальника управления молодежной политики администрации г. Сочи	Возможность сотрудничества, варианты взаимодействия, существующие инициативы.	Предварительно было достигнуто согласие в привлечении волонтеров города Сочи к планируемым мероприятиям в рамках реализации информационной кампании «Co2Кращай». Нужно обсуждать детали участия волонтеров ближе к дате мероприятия для понимания, что конкретно необходимо от центра волонтеров.
Коммерсант Guide Сочи 2014	Рекламная служба Коммерсант Guide Сочи 2014, Редакция Коммерсант Guide Сочи 2014	Телефонные переговоры с редакцией Коммерсант для определения графика и тем выходов приложений.	По итогам переговоров были получены основные темы и даты выходов приложений Коммерсант Guide Сочи 2014. • 26 августа - старт Эстафеты огня • 20 сентября - Саммит 20 (тема – наследие) • 31 октября - 100 дней до Игр

			• 14 января 2012 – Гид-афиша по Играм
Кинофестиваль научного и документального кино 360 градусов	***Ирина Белых*** Куратор Фестиваля	Обсуждение вариантов сотрудничества, возможных фильмов для включения в программу кинофестиваля.	По итогам встречи было предложено сделать цикл по показу документального фильма, связанного с тематикой CO2 (An Inconvenient Truth, Свалка, The 11th Hour, Корпорация «Еда»), приглашению эксперта для обсуждения после показа, а также организации информационной лекции по вопросам изменения климата на площадках кинофестиваля. В рамках реконструкции Политехнического музея могут быть использованы площадки под брендом «Третьяковка» или культурного центра ЗИЛ.
Привлечение экспертов	***Дмитрий Николаевич Кавтарадзе*** Заведующий лабораторией управленческого моделирования ф акультета государственного управления Моско вский государственный университет имени М. В. Ломоносова, докт ор биологических наук	Для реализации информационной кампании были проведены предварительные переговоры с экспертом – Дмитрием Николаевичем Кавтарадзе по участию в мероприятиях концепции «CO2кращай»: видео лекции на YouTube, участие в радиопередачах.	Необходимо договариваться конкретно по датам и записям заранее, но Дмитрий Николаевич готов к сотрудничеству.
Пакетики с семенами	***Елена Смирнова*** Директор по развитию Экобюро GREENS	Запрос информации для реализации проекта по распространению «пакетиков с семенами».	Еленой были рекомендованы два сайта для возможной закупки и просчета стоимости по реализации мероприятия: http://m-shuvalova.blogspot.com

			http://www.kontaktiva.ru
Радио передачи	Проведены телефонные переговоры с редакциями, а также рекламными отделами радиостанций МАЯК, Голос России, Серебряный дождь	Уточнение стоимости проекта по привлечению экспертов по изменению климата к популярным ток-шоу. Сотрудничество на коммерческой и бесплатной основе.	Радиостанции готовы к сотрудничеству на коммерческой основе, а привлечение экспертов к ответам на вопросы определяется тематическими выпусками или в формате комментариев к актуальным событиям.
Проект с блогером	Проведение встречи с Digital агентством A1	Выявление наиболее популярных блогеров, пишущих на тему экологии и окружающей среды.	Агентством были рекомендованы несколько блогеров (stomaster, beth4ever), которые могли принять участие в проектах.
Проведение выставки	***Юлия Тарасюк*** Куратор, арт-менеджер Политехнического музея	Возможное сотрудничество и проведение выставки в городе Москве или Сочи по вопросам изменения климата.	Во время встречи Юлия сообщила, что все площадки, которые использует Политехнический музей, забронированы до конца 2013 года, поэтому организацию выставки возможно запланировать только на январь-февраль 2014 года. Для планирования, переговоров и оформления транспортировки выставки, монтажа/демонтажа, печати полиграфических материалов - необходимо около 6 месяцев. На встрече обсуждались следующие возможные варианты: Выставка British Science Museum, но много специфики непосредственно английской (так как выставка делалась под/про Лондон); фотовыставки на тему экологии http://moussemagazine.it/

			55vb-nordic-pavilion/, но возможно это слишком общая тематика по экологии не совсем связанная с проблемами изменения климата.

По итогам проведенных встреч и переговоров была разработана стратегия информирования общественности и разъяснительно-пропагандистской деятельности по вопросам изменения климата и формированию «Зеленого наследия» во время проведения Зимних Олимпийских игр в Сочи, полную версию которой, можно найти в Приложении 1.

3) Проведение совещания с участием официального «углеродного спонсора» Олимпийских Игр Сочи 2014 и другими заинтересованными сторонами совместно с Заказчиком

Организация и Дата	**Участники встречи**	**Повестка встречи**	**Обсуждаемые вопросы**	**Достигнутые договоренности**
Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации 05/07/2013	UNDP, Министерство природных ресурсов и экологии РФ, Оргкомитет Олимпиады 2014 (экология и пресс-служба), ЗАО «Михайлов и Партнеры. Управление стратегическими коммуникациями».	Презентация концепции информационной кампании в поддержку Игр без климатических изменений представителю Департамента государственной политики и регулирования в сфере охраны окружающей среды и экологической безопасности Министерства природных ресурсов и экологии РФ	Содержание информационной кампании, возможные участники кампании, распределение ресурсов (человеческих и финансовых) и ответственности сторон.	Печатная версия презентации была передана Венчиковой В.Р. для дальнейшего рассмотрения в Министерстве природных ресурсов и экологии РФ. Кроме того, была достигнута договоренность о направлении официального запроса от лица Оргкомитета Олимпиады в Сочи 2014 в адрес Министерства природных ресурсов и экологии РФ с просьбой рассмотрения возможности поддержать

				информационную кампанию.
Проект развития ООН 11/07/2013	The Dow Chemical Company, Оргкомитет Олимпиады в Сочи 2014 (экология), ЗАО «Михайлов и Партнеры. Управление стратегическими коммуникациями», UNDP	Презентация информационной кампании Официальному Углеродному Партнеру Олимпийских Игр в Сочи 2014– The Dow Chemical Company	Содержание информационной кампании, текущая деятельность и планы DOW по реализации программы углеродного партнера Игр	Детализация бюджета каждой акции, подготовка краткой презентации информационной кампании для передачи The Dow Chemical Company

4) **По итогам проведенного совещания - корректировка Программы с планом мероприятий по поддержке «углеродного спонсора» и других заинтересованных сторон (не более 7) в реализации информационной кампании по вопросам климата.**

По итогам проведенных встреч была подготовлена краткая презентация для передачи компании The Dow Chemical Company, а также проведена детализация бюджета.

МИХАЙЛОВ И ПАРТНЕРЫ

Проект Программы Информирования общественности и разъяснительно-пропагандистской деятельности по вопросам изменения климата в рамках формирования «Зеленого наследия»

Проект ПРООН/ГЭФ

Учет экологических факторов при подготовке и проведении Игр в Сочи 2014: Стратегия и план действий для формирования "Зеленого наследия"

gef

UNDP

Идеология концепции «CO_2кращай»

Основная идея коммуникационной кампании, разработанной компанией ЗАО «Михайлов и Партнеры. Управление Стратегическими коммуникациями», состоит в совмещении в одном слове идеи сокращения количества выбросов углекислого газа и призыва общественности к активным действиям.

За основу взята химическая формула углекислого газа CO_2 и совмещена с глаголом повелительного наклонения, который мотивирует принять активное участие в процессе уменьшения углеродного следа.

Используется личная форма глагола для более прямого обращения, а также призыва к личной ответственности каждого участника движения. Все участники равны друг перед другом и перед обществом, и объединены общей идеей.

Слоган может быть использован как в привязке к Играм в Сочи 2014, так и независимо от них.

Ключевое сообщение: CO_2кращай

Возможные замены или дополнения ключевого сообщения: **CO_2храняй, CO_2участвуй.**

Возможные ключевые сообщения на английском языке: **CO_2mbat, CO_2nserve, CO2nstrict, CO_2ntest.**

Вариант 1

CO_2кращай

Клуб «Углеродных Партнеров»

Инициатива Министерства природных ресурсов и экологии РФ, Оргкомитета Сочи 2014 и Основного Углеродного Партнера – The Dow Chemical Company о создании Клуба «Углеродных Партнеров» Игр, который объединит компании (спонсоры и партнеры Олимпиады в Сочи 2014) на базе инициативы «CO_2кращай» (устная договоренность, направленная на борьбу с изменением климата, а также увеличение количества мероприятий, проводимых совместно с партнерами).

Клуб «Углеродных Партнеров» делится на две группы участников:

Лидеры Клуба «Углеродных Партнеров»– Министерство природных ресурсов и экологии РФ, Оргкомитет Сочи 2014 и The Dow Chemical Company выступят инициаторами Клуба «Углеродных Партнеров» и станут ключевыми трансляторами всех коммуникаций Клуба. Лидеры должны коммуницировать основные сообщения по изменению климата, приглашать новых членов и поддерживать мероприятия Клуба (включая мероприятия партнеров). Лидеры Клуба участвуют логотипом, предоставляют персонал, размещают информацию на сайте компании, частично финансируют мероприятия.

Члены Клуба «Углеродных Партнеров» - компании, приглашенные лидерами клуба к участию в инициативе по борьбе с изменением климата в рамках Игр. Члены Клуба могут поддерживать мероприятия, инициированные лидерами Клуба, а также предлагать свои решения/активности, направленные на борьбу по изменению климата. Возможность позиционирования бренда компаний за счет ресурсов партнеров Клуба, а также другой категории клиентов. *(Предполагается участие в Клубе не менее трех официальных спонсоров Игр Сочи 2014).* Члены Клуба участвуют логотипом, предоставляют персонал, размещают информацию на сайте компании, частично финансируют мероприятия (возможно выбрать любое из перечисленного).

Возможности

The Dow Chemical Company

- Статус ключевого транслятора углеродных ценностей до и во время Игр;
- Возможность для компании B2B сектора позиционировать себя для широкой общественности через свою социальную ответственность;
- Поддержка международных экологических организаций;
- Улучшение имиджа - узнаваемости компании;
- Возможность использовать официальные олимпийские медиа площадки, информировать об инициативе, используя логотип Игр, привлекая ресурсы Оргкомитета и каждого партнера клуба;
- Использование символики компании на всех информационных носителях Клуба.

Клуб «Углеродных партнеров»
Коммуникационные шаги

При реализации концепции Клуба «Углеродных партнеров» предполагается использовать ряд коммуникационных инструментов, а также мероприятий, направленных на увеличение информированности общественности, а также вовлечение общественности в тему борьбы по изменению климата.

Информирование:

1. Лидеры Клуба: Министерство природных ресурсов и экологии РФ, Оргкомитет Сочи 2014, компания The Dow Chemical Company объявляют о создании Клуба «Углеродных партнеров» во время официального мероприятия, на котором присутствуют представители СМИ (предполагается во время визита комиссии МОК с 24 по 26 сентября 2013 года.
2. Разрабатывается сайт проекта и логотип Клуба «Углеродных Партнеров».
3. Рассылка пресс-релиза от лидеров клуба о создании клуба «Углеродных Партнеров», разъяснении целей клуба и движения «CO_2кращай», основных терминов, а также приглашению к участию компаний, заинтересованных в поддержке движения.
4. Все компании, которые согласились войти в клуб, в свою очередь, размещают символику Клуба (лого+ информацию о проекте) на корпоративном сайте.
5. Распространение информации о движении/мероприятиях через использование ресурсов членов Клуба: корпоративные сайты, пресс-релизы, информационные рассылки, брошюры, статьи в журналах, баннеры (дополнительно уточняется с каждым партнером).

Основная коммуникационная стратегия поддерживается рядом мероприятий:

- **Комментарии экспертов** – Комментарии экспертов в ведущих СМИ о ключевом значении углеродной проблемы и влиянии действий каждого человека на климат.
- **Размещение информации в Экологическом бюллетене Оргкомитета Сочи 2014 –** Подготовка материалов об изменении климата для публикации.
- **Поддержка мероприятий Культурной Олимпиады –** Поддержка мероприятий в рамках года музеев.
- **Размещении информации в приложении Коммерсанта Review –** Вставка информации в приложение Коммерсант по теме изменения климата.

Возможные мероприятия

На этапе вовлечения необходимо привлечь целевые аудитории к активной деятельности по уменьшению антропогенного воздействия на климат за счет реализации ряда мероприятий при поддержке компаний-участников.

Проведение мероприятий запланировано с середины осени 2013 года по весну 2014 года.

Возможные мероприятия:

1. Приложение Review Сочи 2014 к газете Коммерсант
2. Информационные вкладки в поездах и самолетах с пакетиками-семенами
3. Показ фильмов по теме изменения климата в рамках фестиваля актуального научного кино 360 градусов совместно с Политехническим музеем
4. Серия видеороликов для компаний-партнеров для размещения в поездах и самолетах
5. Организация лектория по теме изменения климата
6. Организация выставки «CO_2кращай» с интерактивными элементами
7. Фотовыставка Даниэля Белтра об экологических катастрофах на центральной площадке г. Сочи
8. Размещение энергосберегающих объектов в г. Сочи, в том числе, по федеральной программе модернизации города Сочи
9. Радио шоу с эко-экспертами
10. Обучающие ролики–лекции на Youtube
11. Экологический велокинотеатр в рамках кинофестиваля H2O в городе Сочи
12. Конкурс для журналистов на тему изменения климата
13. Обучение волонтеров, привлечение волонтеров к мероприятиям
14. Размещение стенда об изменении климата на территории Олимпийского комплекса во время и после проведения Игр
15. Проведение лекций об изменении климата в Олимпийском университете
16. Работа с блогерами-тысячниками.

Бюджет (предварительный)

Направление работ	Сроки	Стоимость, руб., без НДС
Мероприятия (прямые расходы)		
Фестиваль актуального научного кино 360 (3 показа в Москве, привлечение эксперта и проведение 1 лекции)	2-3 месяца	от 100 000
Организация выставки «CO2кращай»	от 2-6 месяцев	TBD
Радио шоу с эко-экспертами (в зависимости от формата программы и времени эфира при реализации на коммерческой основе)	1 месяц	от 400 000 – 550 000
Приложение Коммерсанта Review (возможно бесплатное размещение при содействии Оргкомитета Сочи 2014)	12 месяцев	TBD
Размещение альтернативных источников энергии (60 000 -1 солнечная батарея, 107 000 – 1 ветрогенератор) ** предварительная стоимость за размещение одного источника*	от 1 месяца	от 170 000*
Экологический Велокинотеатр (15-20 велосипедов, 15-20 велогенераторов, 5 блоков электропитания, 1 экран, 1 система звука, 1 проигрыватель)	2 месяца	350 000 - 450 000
Счет за свет (печать, дизайн, покупка лампочек 100 000шт)	2-3 месяца	от 5 200 000
Пакетик с семенами	3-4 месяца	от 750 000
Проект с блогером (при реализации спец проекта с The Village или Большой город)	2-3 месяца	от 800 000
Ролики-лекции на YouTube (без инфографики) **стоимость указана за один ролик 3-5 минут, съемка и монтаж*	2-3 месяца	50 000- 75 000*
Организация выставки Даниэля Белтра	5-7 месяцев	от 2 500 000
Мероприятия при поддержке «Михайлов и партнеры. Управление стратегическими коммуникациями»		
Конкурс среди журналистов	3-4 месяца	от 500 000
Сопровождение/организация мероприятий (в рамках абонентского обслуживания). Стоимость сопровождения/организации отдельных мероприятий просчитывается дополнительно.	1 месяц	от 500 000

Приложение 1

«Стратегия информирования общественности и разъяснительно-пропагандистской деятельности по вопросам изменения климата и формированию «Зеленого наследия» во время проведения Зимних Олимпийских игр в Сочи»