КРАСИВЫЙ МИР-2024

благотворительный фонд
красивые дети в красивом мире
www.detipriroda.ru

Принципы конкурса:

- Прозрачность
- Сотрудничество
- Решение системных задач
- Развитие и устойчивость

В чем новизна?

- Появилась новая тематическая просветительская номинация
- Равный доступ для федеральных и региональных ООПТ
- Увеличение грантового пула
- Поддержка крупных и длительных проектов

Номинации:

- «Охрана природы и биологическое разнообразие»
  специальная номинация при поддержке Группы «М.Видео-Эльдорадо»;
- «Нет лесным пожарам: проще предотвратить, чем восстановить»;
- «Заповедная профориентация на базе проекта «Дом на дереве»».

Этапы конкурса:

Подача заявок	Работа экспертов	Объявление победителей	Вебинар для победителей	Договор и перевод средств
18.03 – 10.04	15.04 – 14.05	15.05	20.05 – 30.05	До 15.06

Номинация «Заповедная профориентация на базе проекта «Дом на дереве»»*

- Создание и реализация разнообразных просветительских программ для информирования школьников о деятельности ООПТ и заповедной профориентации на базе материалов сайта https://домнадереве.рф
- Повышение привлекательности заповедных профессий;
- Вовлечение подростков в деятельность ООПТ, создание офлайн и онлайн-сообществ вокруг ООПТ;
- Популяризация заповедной системы среди подростков.

*Данная номинация только для федеральных ООПТ

Структура проекта «Дом на дереве»»

- просветительский курс (представлен как история одного календарного года)
- уроки, дополнительные материалы и глоссарий к курсу
- профориентационный блок (тесты, карьерный трек, обзор актуальных и перспективных профессий)
- картотека заповедных территорий
- комментарии экспертов отрасли

Варианты использования в проекте материалов «Дома на дереве»»

1. Создание и реализация просветительских курсов для учащихся средней и старшей школы
2. Создание и реализация профориентационных курсов для “клубов друзей” или других тематических сообществ школьников, а также создание таких клубов
3. Создание и реализация медиа-проектов: онлайн-фестивалей, онлайн-курсов, марафонов, циклов вебинаре с сотрудниками ООПТ и т.п.
4. Организация и проведение тематических профориентационных лагерей, фестивалей и т.п., посвящённых заповедным профессиям
5. Организация и проведение волонтёрских программ для школьников на территории ООПТ, включающих образовательную профориентационную программу

Номинация «Охрана природы и биологическое разнообразие»

- Сохранение природных экосистем и биоразнообразия, включая исследования, сохранение и восстановление как природных ландшафтов, так и отдельных видов дикой флоры и фауны.
- Повышение уровня экологической грамотности детей и взрослых, включая формирование знаний посетителей о деятельности ООПТ и/или изменение поведения посетителей на ООПТ
- Решение конкретных природоохранных задач ООПТ.
- Разработка системных решений и их масштабирование в природоохранной деятельности.
- Содействие повышению эффективности природоохранной деятельности ООПТ

Номинация «Нет лесным пожарам: проще предотвратить, чем восстановить»

- Предотвращение пожаров на ООПТ и в ценных лесах;
- Использование современных научных высокотехнологических методов, компьютерных технологий, программ и достижений IT-науки для обеспечения оперативной и эффективной борьбы с пожарами на ООПТ, в том числе по антропогенной причине.

Критерии оценки заявок:

1. Для номинаций «Охрана природы и биологическое разнообразие» и «Нет лесным пожарам: проще предотвратить, чем восстановить»:

- природоохранная значимость;
- вклад на экорегиональном или глобальном уровне;
- коммуникационный эффект;
- масштабируемость и тиражируемость;
- устойчивость проекта после завершения финансирования фондом;
- технологичность и инновационность.

2. Для номинации «Заповедная профориентация на базе проекта «Дом на дереве»»:

- оригинальность авторской идеи;
- проработанность материалов;
- охват участников;
- коммуникационный эффект;
- масштабируемость и тиражируемость;
- устойчивость проекта

По каждому из критериев эксперт может поставить от нуля до трех баллов, где 0 – проект не соответствует критерию или соответствие не отражено в заявке, 1 – частично соответствует, 2 – соответствует, но требует уточнения или доработки, 3 – полностью соответствует.

Показатели успеха проекта

1) понятны и измеримы;
2) демонстрируют результат, а не процесс;
3) соответствуют целям и задачам проекта

Удачные примеры	Неудачные примеры
• проработана программа реинтродукции вида на основе материалов, полученных с фотоловушек (организованы система контроля, мониторинг и охрана данного вида); • количественные (в том числе в динамике) и качественные показатели работы с аудиторией; • N видов смогут остаться на зимовку	• приобретены фотоловушки; • охват аудитории; • построен объект (вольер, загон и т.д.) • Прошел семинар; • Выступил спикер

Коммуникации по проекту. Зачем?

- Объяснить – какое влияние окажет проект на территорию, что изменится в лучшую сторону;
- Увеличить охват информированного сообщества об ООПТ, важности проекта, промежуточных и финальных результатах;
- Наладить контакты с потенциальными сторонниками/волонтёрами/туристами/органами власти;
- Для фонда и его доноров – демонстрация целевого использования и эффективности направления пожертвований

Коммуникационный план проекта

Коммуникационная цель (КЦ):					
Целевая аудитория (ЦА)	Драйверы и барьеры ЦА	Ключевое сообщение	Инструменты/ канал	Индикаторы успеха (KPI)	Стоимость активности

Индикаторы успеха (KPI)

- Формулируя индикаторы – думаем о **конечном результате**, которого стремимся достичь в коммуникациях с данной целевой аудиторией;
- Индикатор – это **результат, а не процесс**;
- Необходимо «оцифровать» результат вашей коммуникационной работы, и продумать методику замеров. То есть каждый индикатор должен быть **понятен и измерим;**
- Индикатор может быть верифицирован, только если был **замерен в начале**, чтобы можно было оценить динамику.

Коммуникационный план проекта

Коммуникационная цель (КЦ):					
Целевая аудитория (ЦА)	Драйверы и барьеры ЦА	Ключевое сообщение	Инструменты/ канал	Индикаторы успеха (KPI)	Стоимость активности

Ключевое сообщение это то понимание, которое должно появиться в сознании избранной целевой аудитории в результате коммуникационного воздействия.

КРАСИВЫЙ МИР-2024

благотворительный фонд красивые дети в красивом мире www.detipriroda.ru

Пример качественного ком. плана

Коммуникационная цель (КЦ)					
Целевая аудитория (ЦА)	**Драйверы и барьеры ЦА**	**Ключевое сообщение**	**Инструменты/ канал**	**Индикаторы успеха (KPI)**	**Стоимость активности**
Коммуникационная цель №1: **Популяризация дополнительных общеобразовательных программ в области экологии**					
Родители школьников	Драйвер ЦА: желание развивать таланты у детей в сфере экологии. Барьер ЦА: отсутствие знаний о программах допобразования, реализуемых на ООПТ.	Допобразование в нацпарке – это интересно, современно и доступно!	Новостные сюжеты на телеканалах, печатные статьи и публикации в интернет-СМИ о проекте «Есть дело до лесного дела». Информация о проекте на сайте нацпарка и в социальных сетях (ВКонтакте, Facebook, Instagram). Формат контента: Фото + текст; Видео + текст. Информация об образовательных программах нацпарка на портале «Навигатор допобразования Красноярского края».	Не менее 5 сюжетов на телевизионных каналах. Не менее 20 статей в печатных изданиях. Не менее 100 упоминаний в интернет-СМИ. Охват аудитории, согласно статистике соцсетей, не менее 6 000 человек за неделю. Обратная связь (лайки, комментарии, репосты публикаций нацпарка) – не менее 3000 реакций за неделю. Не менее 50 заявок в месяц от родителей школьников на портале «Навигатор допобразования Красноярского края».	Бесплатно

Вопросы-ответы

https://www.detipriroda.ru/programms/beautifulworld/

grants@detipriroda.ru

Контакты

Благотворительный фонд
«Красивые дети в красивом мире»

г. Москва, ул. Нижняя Красносельская,
дом 40/12, строение 5, 105066

grants@detipriroda.ru

https://www.detipriroda.ru/programms/beautifulworld/