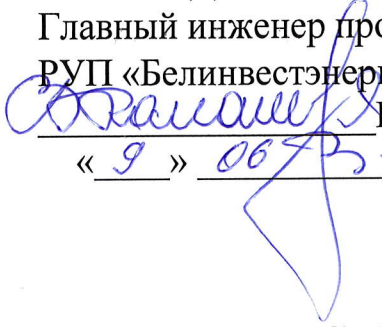


УТВЕРЖДАЮ:

Главный инженер проектов

РУП «Белинвестэнергосбережение»

 В.Н. Комашко

« 9 » 06 2021 г.

**КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ УСЛУГИ
ОТБОР ИНДИВИДУАЛЬНЫХ КОНСУЛЬТАНТОВ**

**Отбор
Руководителя проекта международной технической
помощи
«Проект по расширению устойчивого
энергопользования»**

ППП No.: SESUP/GEF/IC/21/01

**Проект международной технической помощи
«Проект по расширению устойчивого
энергопользования»**

Страна: Республика Беларусь

Номер гранта ГЭФ: TF0B4559

Выпущено: [июнь 2021]

СОДЕРЖАНИЕ

Запрос на выражение заинтересованности.....	4
Образец формы анкетных данных.....	6
Расчет стоимости оказания услуг Руководителя проекта международной технической помощи «Проект по расширению устойчивого энергопользования».....	8
Техническое задание.....	9
Приложение.....	18

ЗАПРОС НА ВЫРАЖЕНИЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТИ (КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ УСЛУГИ – ОТБОР ИНДИВИДУАЛЬНЫХ КОНСУЛЬТАНТОВ)

Республика Беларусь

Проект международной технической помощи «Проект по расширению устойчивого энергопользования»

Номер гранта ГЭФ: TF0B4559

Донор международной технической помощи (далее - донор): Глобальный экологический фонд через Международный банк реконструкции и развития

Наименование задания: отбор Руководителя проекта международной технической помощи «Проект по расширению устойчивого энергопользования»

Справочный No.: SESUP/GEF/IC/21/01

Проект направлен на поддержку усилий Республики Беларусь по повышению энергоэффективности многоквартирных жилых домов, расширения использования древесной биомассы в теплоснабжении.

Консультационные услуги («Услуги») включают предоставление Заказчику услуг, в том числе обеспечивающих:

- оперативное руководство проектом международной технической помощи в соответствии с зарегистрированными в Министерстве экономики документами по указанному проекту, процедурами Всемирного банка и Глобального экологического фонда (ГЭФ), национальными требованиями к реализации проектов международной технической помощи;
- подготовку технических заданий для выбора исполнителей, консультантов и экспертов для реализации мероприятий проекта международной технической помощи;
- контроль своевременного выполнения работ, их оценка и приемка;
- подготовку аналитических отчетов, обязательных промежуточных и ежегодных отчетов о реализации проекта международной технической помощи;
- решение текущих вопросов реализации проекта международной технической помощи и др.

Подробное Техническое задание (ТЗ) прилагается к данному запросу на выражение заинтересованности.

Ожидается, что задание будет выполняться по 30 апреля 2025 года.

Источником финансирования контракта (договора), заключаемого по итогам процедуры отбора с Консультантом, являются средства международной технической помощи «Проект по расширению устойчивого энергопользования», предоставленной в соответствии с Соглашением о предоставлении гранта ГЭФ (Проект по расширению устойчивого энергопользования) между Республикой Беларусь и МБРР, подписанному 28 ноября 2019 г. (номер гранта ГЭФ TF0B4559).

РУП «Белинвестэнергосбережение» в настоящий момент приглашает правомочных индивидуальных консультантов (физических лиц со статусом индивидуального предпринимателя) (далее-«Консультанты») выразить свою заинтересованность в предоставлении Услуг.

Заинтересованные Консультанты должны предоставить подробную информацию о наличии надлежащей квалификации, компетенции и опыта в предоставлении Услуг в соответствии с прилагаемым ТЗ, а также подробное обоснование стоимости услуг (включающее в себя все затраты по выполнению услуг, а также все налоговые обязательства и иные обязательные платежи) и структуру ставок.

Критерии для оценки Консультанта: общая квалификация, приемлемость для проекта, знание языка и необходимый опыт

Заинтересованным Консультантам следует обратить внимание на пункты 3.14, 3.16 и 3.17 раздела III документа «Всемирный банк. Правила закупок для заемщиков ФИП», датированного июлем 2016 года и пересмотренного в ноябре 2017 года и августе 2018 года («Правила закупок»), в котором определяется политика Всемирного Банка в отношении конфликта интересов.

Отбор Консультанта будет осуществляться на основании метода открытого конкурсного отбора Индивидуальных консультантов.

Дополнительная информация может быть получена по нижеуказанному адресу в рабочее время с 08:30 по 17:00.

К запросу на выражение заинтересованности прилагаются следующие документы:

- Образец формы анкетных данных.
- Образец расчета стоимости оказания услуг Руководителя проекта международной технической помощи "Проект по расширению устойчивого энергопользования".
- Техническое задание.

Выражение заинтересованности должно быть доставлено в письменном виде по нижеуказанному адресу (лично, по почте) до **11:00 (по местному времени) 30 июня 2021 г.**

После оценки анкетных данных индивидуальных консультантов кандидат, получивший наибольшее количество баллов, приглашается для проведения переговоров и подписание контракта.

РУП «Белинвестэнергосбережение»

Вниманию: г-на Кныш В.В.

Почтовый адрес:

ул.Долгобродская,12, пом. 2Н, 220037, г. Минск, Республика Беларусь

тел/факс: +375 17 360 46 83

тел: +375 17 360 20 78

e-mail: tender@bies.by

ОБРАЗЕЦ ФОРМЫ АНКЕТНЫХ ДАННЫХ

Задание: _____

Ф.И.О консультанта: _____

Профессия: _____

Дата рождения: _____

Членство в профессиональных обществах: _____

Детальное описание порученных заданий: _____

Квалификация:

(Перечислить опыт и образование консультанта, непосредственно относящиеся к поручаемым заданиям. Описать обязанности, возложенные на консультанта в связи с ранее выполняемыми заданиями с указанием, дат и мест их выполнения)

Образование:

[Указать высшее (университет/ институт) и иное имеющееся образование, полученное консультантом, название учебных заведений, даты посещения и полученные дипломы].

Ранее занимаемые должности:

[Начиная с занимаемой в настоящее время должности перечислить в обратном хронометрическом порядке все ранее занимаемые должности. Перечислить все должности, занимаемые консультантом со времени окончания учебного заведения с указанием дат, наименований организаций, должностей и мест выполнения работы. При указании опыта, приобретенного за последние десять лет, также указать вид выполняемой деятельности имена клиентов, могущих дать рекомендации. Информацию изложить на двух страницах.]

Знание языков:

[При перечислении языков указать степень владения языком: свободно, хорошо, удовлетворительно, слабо.]

Другая важная информация:

Подтверждение:

Я, нижеподписавшийся, удостоверяю, что, вышеуказанная информация обо мне верна и правильно отражает мой опыт и квалификацию.

_____ дата: _____
[Подпись, ФИО] день/месяц/год

**ОБРАЗЕЦ РАСЧЕТА СТОИМОСТИ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ
РУКОВОДИТЕЛЯ ПРОЕКТА МЕЖДУНАРОДНОЙ ТЕХНИЧЕСКОЙ
ПОМОЩИ "ПРОЕКТ ПО РАСШИРЕНИЮ УСТОЙЧИВОГО
ЭНЕРГОПОЛЬЗОВАНИЯ"**

№ п/п	ФИО	Ставка (один рабочий день)	Время работы (к- во рабочих дней)	Итого
	Отчисления на соцстрахование			
	Возмещаемые расходы, в т.ч.:			
	<i>командировочные расходы</i>			
	<i>эксплуатационные расходы</i>			
	<i>другое</i>			
	Всего			
	Налоговые обязательства			
	Итого:			

Один (1) месяц равен двадцати двум (22) рабочим (подлежащим оплате) дням.

Продолжительность одного рабочего (подлежащего оплате) дня должна составлять не менее восьми (8) рабочих (подлежащих оплате) часов.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ НА ОТБОР РУКОВОДИТЕЛЯ ПРОЕКТА МЕЖДУНАРОДНОЙ ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОМОЩИ «ПРОЕКТ ПО РАСШИРЕНИЮ УСТОЙЧИВОГО ЭНЕРГОПОЛЬЗОВАНИЯ»

1. Описание инвестиционного проекта «Расширение устойчивого энергопользования»

В Республике Беларусь с 2020 года реализуется инвестиционный проект «Расширение устойчивого энергопользования» (далее – Проект).

Цель Проекта

Расширение эффективного энергопользования для целей теплоснабжения многоквартирных зданий и использование возобновляемой древесной биомассы на цели теплоснабжения в населенных пунктах Республики Беларусь, вошедших в Проект.

Срок реализации Проекта

Проект реализуется по 30 апреля 2025 г.

Источники финансирования Проекта

Источниками финансирования Проекта являются:

заемные средства Международного банка реконструкции и развития (далее – МБРР) – 90 млн. евро, привлеченные согласно Соглашению о займе (Проект по расширению устойчивого энергопользования) между Республикой Беларусь и МБРР, подписанному 28 ноября 2019 г. (номер займа 9014-VY);

заемные средства Европейского инвестиционного банка (далее – ЕИБ) – 90 млн. евро, привлеченные согласно Договору о финансировании (Расширение устойчивого энергопользования в Беларуси) между Республикой Беларусь и ЕИБ, подписанному 22 ноября 2019 г. (номер договора 90.003);

грант Глобального экологического фонда (далее – ГЭФ) – 3,653 млн. долларов США, привлеченный согласно Соглашению о предоставлении гранта ГЭФ (Проект по расширению устойчивого энергопользования) между Республикой Беларусь и МБРР, подписанному 28 ноября 2019 г. (номер гранта ГЭФ TF0B4559).

Справочно.

Указанные кредитные соглашения с ЕИБ и МБРР, а также соглашение с МБРР о предоставлении грантовых средств ГЭФ утверждены Указом Президента Республики Беларусь от 03.08.2020 № 296 «Об утверждении международных договоров и их реализации».

Договор о финансировании с ЕИБ вступил в силу 7 августа 2020 г., Соглашение о займе и Соглашение о гранте с МБРР – 13 августа 2020 г.

Компоненты Проекта

Проект включает 3 компонента:

Компонент 1: «Использование возобновляемой древесной биомассы для теплоснабжения».

В рамках указанного компонента предусматривается оказание поддержки в переходе на альтернативный вид топлива и повышение эффективности систем теплоснабжения в населенных пунктах, вошедших в Проект, во всех областях Республики Беларусь посредством инвестиций в использование древесной биомассы для теплоснабжения, включая, в числе прочего, работы по строительству или реконструкции котельных, установку новых котлов на древесной биомассе, установку новых газовых пиковых котлов или реконструкцию существующих, при необходимости, модернизацию сетей теплоснабжения, создание индивидуальных тепловых пунктов, систем мониторинга, управления и контроля эксплуатационных параметров и создание местных площадок для подготовки древесного топлива.

В рамках компонента планируется осуществить строительство (реконструкцию) 35 котельных организаций жилищно-коммунального хозяйства с обеспечением использования на них древесного топлива.

Компонент 2: «Тепловая модернизация многоквартирных зданий».

В рамках указанного компонента предусматривается оказание поддержки в реализации мероприятий по тепловой модернизации многоквартирных зданий в Гродненской и Могилевской областях посредством:

(а) реализации энергоэффективных мероприятий пакета А: осуществление проектов тепловой модернизации, включая создание индивидуальных тепловых пунктов или смесительных узлов в зданиях, установку терморегуляторов и необходимую модернизацию труб системы отопления в отдельных квартирах, замену входных дверей и окон в подъездах, а также другие сопутствующие малозатратные мероприятия, согласованные с Всемирным банком. Пакет А будет включать меры, которые позволят достичь экономии тепловой энергии в размере 10-15%;

(б) реализации энергоэффективных мероприятий пакета Б: осуществление проектов тепловой модернизации, включая все меры, финансируемые в соответствии с пунктом (а) выше, а также замену окон в отдельных квартирах (в которых они еще не заменены), обязательную теплоизоляцию кровли, наружных стен и перекрытий над подвалом. Пакет Б будет включать меры, которые позволят обеспечить экономию тепловой энергии в размере 40%;

(с) грантового финансирования для установки распределителей тепловой энергии и внедрения системы начисления платы за отопление по факту потребления на поквартирном уровне в рамках пакетов А и Б энергоэффективных мероприятий в качестве возможного варианта для бенефициаров в отобранных населенных пунктах, согласованных Всемирным банком.

(d) апробирования схемы субсидирования с частичным возмещением и поддержки в развертывании программы тепловой модернизации в Республике Беларусь.

В жилых домах по желанию собственников квартир предполагается реализация энергоэффективных мероприятий со снижением потребления тепловой энергии на нужды отопления. Предусматривается возмещение затрат собственниками жилых помещений в размере 50% стоимости мероприятий.

Компонент 3: «Техническая помощь и поддержка в реализации».

Предусматривается оказание технической помощи в развитии рынка, коммуникационном взаимодействии и развитии потенциала, а также общая поддержка в реализации Проекта посредством:

(a) развития рынка топлива из древесной биомассы: проведение аналитических исследований и оказание технической помощи в развитии национальной нормативно-правовой базы, регулирующей вопросы ценообразования на древесную биомассу на основании теплотворной способности;

(b) развития рынка тепловой модернизации: разработка и реализация коммуникационных и информационно-разъяснительных программ для собственников жилья, развитие потенциала органов государственного управления, участников рынка тепловой модернизации и заинтересованных сторон;

(c) разработки и внедрения системы мониторинга, отчетности и верификации (МОВ) сокращения выбросов парниковых газов (ПГ) в секторе отопления помещений в результате тепловой модернизации;

(d) оказания поддержки в управлении Проектом, мониторинге и отчетности в рамках Проекта, в том числе посредством: (i) обучения персонала Группы по управлению Проектом (ГУП) и Групп по реализации Проекта (ГРП); (ii) консультационных услуг в области надзора за реализацией Проекта и выполнения фидуциарных функций, включая проведение аудитов; и (iii) финансирования операционных расходов ГУП и ГРП.

2. Описание проекта международной технической помощи «Проект по расширению устойчивого энергопользования»

Проект международной технической помощи «Проект по расширению устойчивого энергопользования» (далее – проект международной технической помощи) реализуется в поддержку Проекта.

Цель проекта международной технической помощи.

Оказание содействия в финансировании расширения эффективного энергопользования для целей теплоснабжения многоквартирных зданий и использования возобновляемой древесной биомассы для теплоснабжения в населенных пунктах Республики Беларусь, вошедших в Проект.

Срок реализации проекта международной технической помощи.

Проект международной технической помощи реализуется с 7 мая 2021 г. по 30 апреля 2025 г.

Источник финансирования проекта международной технической помощи.

Источником финансирования проекта международной технической помощи является грант ГЭФ в сумме 3,653 млн. долларов США, привлеченный согласно Соглашению о предоставлении гранта ГЭФ (Проект по расширению устойчивого энергопользования) между Республикой Беларусь и МБРР, подписанному 28 ноября 2019 г. (номер гранта ГЭФ TF0B4559).

Организация – исполнитель ГЭФ – Международный банк реконструкции и развития.

Получатели международной технической помощи – Департамент по энергоэффективности, РУП «Белинвестэнергосбережение».

Компоненты проекта международной технической помощи

В рамках проекта международной технической помощи планируется оказать содействие в финансировании отдельных мероприятий компонентов 2 и 3 Проекта, в том числе:

компонента 2 (с) Проекта

в части реализации мероприятий по установке распределителей тепловой энергии и внедрению системы начисления платы за отопление по факту потребления на поквартирном уровне для включения в пакеты А и Б энергоэффективных мероприятий в качестве возможного варианта для бенефициаров в отобранных населенных пунктах, согласованных Всемирным банком

компонента 3 Проекта

в части:

(а) развития рынка топлива из древесной биомассы: проведение аналитических исследований и оказание технической помощи в развитии национальной нормативно-правовой базы, регулирующей вопросы ценообразования на древесную биомассу на основании теплотворной способности;

(б) развития рынка тепловой модернизации: разработка и реализация коммуникационных и информационно-разъяснительных программ для собственников жилья, развитие потенциала органов государственного управления, участников рынка тепловой модернизации и заинтересованных сторон;

(с) разработки и внедрения системы мониторинга, отчетности и верификации (МОВ) сокращения выбросов парниковых газов в секторе отопления помещений в результате тепловой модернизации, перехода с ископаемого топлива на экологически устойчивую древесную биомассу и реализации других энергоэффективных мер;

(d) оказания поддержки в управлении Проектом, мониторинге и отчетности в рамках Проекта. Мониторинг и отчетность будут включать в себя активно популяризируемый и легко доступный механизм рассмотрения жалоб, основанный на недавно актуализированном механизме рассмотрения жалоб в рамках совместного с Всемирным банком проекта «Использование древесной биомассы для централизованного теплоснабжения» и обеспечивающий дополнительную поддержку и совершенствование эффективной работы с обращениями и жалобами граждан, в частности, связанными с тепловой модернизацией и схемой субсидирования на условиях возмещения.

Перечень мероприятий проекта международной технической помощи прилагается.

Специфика реализации мероприятий проекта международной технической помощи заключается в том, что их осуществление должно производиться в соответствии с национальными требованиями к реализации проектов международной технической помощи и требованиями Всемирного банка к реализации инвестиционных проектов с его участием.

3. Описание вакансии руководителя проекта международной технической помощи

Название должности:	Руководитель проекта.
Проект:	Проект международной технической помощи «Проект по расширению устойчивого энергопользования».
Условия работы:	Физическое лицо со статусом индивидуального предпринимателя. Постоянная работа в собственном или арендуемом офисе.
Продолжительность контракта:	В соответствии с календарным планом реализации проекта международной технической помощи (по 30 апреля 2025 года).
Квалификационные требования, профессиональные навыки и опыт работы	• Высшее образование по инженерным специальностям (одной или несколькими) в сфере энергетики, энергетического менеджмента, энергоэффективности, объектов энергетического строительства, экономики или охраны окружающей среды; • Опыт практической работы в сфере энергетики, энергетического строительства, энергетического менеджмента, энергоэффективности, экономики

или охраны окружающей среды не менее 10 лет, демонстрация профессиональных достижений, связанных с успешным участием в комплексных проектах, что подтверждается соответствующими документами;

- Знание национальной и международной нормативно-правовой базы в сфере энергоэффективности, теплоснабжения, жилищного или промышленного строительства, сокращения выбросов парниковых газов;
- Наличие опыта взаимодействия с республиканскими органами государственного управления, местными исполнительными и распорядительными органами;
- Наличие опыта подготовки отчетов, презентаций, докладов;
- Хорошее владение русским и английским языками;
- Навыки работы на компьютере, включая пакет MS Office, электронную почту, а также программы удаленной коммуникации;
- Наличие опыта работы/руководства проектами международной технической помощи, финансируемыми международными финансовыми организациями, является преимуществом;
- Преимуществами будут являться конкретный опыт работы по внедрению распределителей тепловой энергии, и/или применению ценообразования на древесную биомассу на основании ее теплотворной способности, и/или сокращению выбросов парниковых газов, и/или внедрению программ коммуникаций включая веб-сайты, базы данных, SMM-технологии, «горячие» линии, и/или совершенствованию систем менеджмента качества, и/или организации и проведения энергоаудитов в жилых домах;
- Приветствуется наличие коммуникативных навыков и опыта публичных выступлений.

4. Описание обязанностей и ответственности Руководителя проекта международной технической помощи

К обязанностям руководителя проекта международной технической помощи будут относиться:

- обеспечение оперативного руководства проектом международной технической помощи в соответствии с зарегистрированными в Министерстве экономики документами по указанному проекту, процедурами Всемирного банка и ГЭФ, национальными требованиями к реализации проектов международной технической помощи.
- обеспечение реализации проекта международной технической помощи согласно политике и нормативам Всемирного банка в области закупок, окружающей среды, социальной сферы и обеспечения безопасности;
- в рамках реализации проекта международной технической помощи принятие мер по достижению его целей в установленные сроки в соответствии с принятыми индикаторами. Участие в мониторинге достижения целевых показателей Проекта;
- мониторинг рисков реализации проекта международной технической помощи и участие в мониторинге Проекта, обеспечение своевременной разработки мер по минимизации указанных рисков;
- стратегическое планирование деятельности в рамках реализации международной технической помощи, подготовка годовых планов и соответствующих месячных планов;
- финансовое планирование и обеспечение эффективного управления бюджетом проекта международной технической помощи, включая контроль за расходованием финансовых средств в строгом соответствии с целями и задачами этого проекта, а также зарегистрированными в Министерстве экономики документами по указанному проекту;
- подготовка технических заданий для выбора исполнителей, консультантов и экспертов для реализации мероприятий проекта международной технической помощи;
- инициирование подготовки и проведения в РУП «Белинвестэнергосбережение» необходимых закупок в рамках деятельности по реализации мероприятий проекта международной технической помощи;

- контроль своевременного выполнения работ в рамках проекта международной технической помощи, их оценка и приемка;
- обеспечение реализации проекта международной технической помощи в соответствии с правилами Всемирного банка (в области закупок, охраны окружающей среды, социальной сферы и безопасности);
- взаимодействие с руководством РУП «Белинвестэнергосбережение» и руководителями структурных подразделений предприятия в целях обеспечения реализации проекта международной технической помощи;
- обеспечение подготовки аналитических отчетов, обязательных промежуточных и ежегодных отчетов о реализации проекта международной технической помощи;
- обеспечение проведения промежуточного и итогового финансовых аудитов проекта международной технической помощи;
- обеспечение реализации в рамках проекта международной технической помощи информационной и коммуникационной стратегий Проекта;
- обеспечение координационного взаимодействия, сотрудничества, партнерских отношений с заинтересованными сторонами Проекта;
- взаимодействие с миссиями Всемирного банка и коммуникация со специалистами группы Всемирного банка в энергетической, экологической и социальной сферах;
- в рамках реализации проекта международной технической помощи организация семинаров, конференций, презентаций по вопросам реализации Проекта;
- решение текущих вопросов реализации проекта международной технической помощи.

Выполнение работ Руководителем проекта международной технической помощи должно осуществляться в тесном сотрудничестве с группой по реализации Проекта РУП «Белинвестэнергосбережение» и другими участниками Проекта согласно годовому плану (месячным планам) работ.

Руководитель проекта международной технической помощи будет ответственен за выполнение своих обязанностей по каждому из мероприятий проекта международной технической помощи (указаны в Приложении),

включая мониторинг их выполнения и прогресса в достижении результатов, а также за подготовку и представление необходимой отчетности.

ПРИЛОЖЕНИЕ
ПЕРЕЧЕНЬ
мероприятий проекта международной технической помощи *

№ п.п.	Наименование мероприятия	Примечание
1.	Реализация демонстрационного мероприятия по внедрению начисления платы за отопление с использованием распределителей тепловой энергии (РТЭ) и другого оборудования, позволяющего осуществлять оплату по факту потребления на поквартирном уровне	
2.	<i>Обеспечение дальнейшего развития рынка топлива из биомассы</i>	
2.1	Аналитическое исследование и техническая помощь по вопросам ценообразования на древесную биомассу на основании теплотворной способности	
3.	<i>Разработка и внедрение системы мониторинга, отчетности и верификации (МОВ) сокращения выбросов ПГ в секторе отопления помещений в результате тепловой модернизации, перехода с ископаемого топлива на экологически устойчивую древесную биомассу и реализации других энергоэффективных мер</i>	
3.1	Разработка концептуальных предложений по проектированию системы МОВ	
3.2	Выполнение обзора результатов применения методологии МОВ для жилищного сектора и систем ЦТ, переведенных на древесную биомассу	
3.3.	Разработка методологии МОВ выбросов ПГ при реализации таких проектов	
3.4.	Разработка методологии МОВ выбросов парниковых газов (ПГ) при реализации проектов по повышению энергоэффективности многоквартирных зданий (МКЗ)	
3.5.	Выполнение оценки снижения выбросов ПГ по результатам модернизации котельных с использованием разработанной методологии	

3.6.	Выполнение оценки влияния пилотной программы тепловой модернизации МКЗ на снижение выбросов парниковых газов	
4.	<i>Развитие рынка тепловой модернизации: разработка и внедрение программ коммуникации и повышения осведомленности для собственников жилья, развитие потенциала для участников рынка и заинтересованных сторон</i>	
4.1.	Создание цифровой карты энергопотребления для МКЗ в пилотном городе (Слоним) для визуализации и сравнения потребления тепла всеми МКЗ в городе	
4.2.	Создание и поддержка работы интерактивной карты для мониторинга мероприятий по ЭЭ и экономии, достигнутой в МКЗ, в которых был реализован Пакет А или Пакет В, для Гродненской и Могилевской областей	
4.3.	Осуществление SMM-продвижение Пилотной программы тепловой модернизации в социальных сетях/на онлайн-платформах (ОК, FB, VK, Youtube)	
4.4.	Разработка концептуальных предложений для организации реализации стратегии по вовлечению собственников жилья в тепловую модернизацию МКЗ в Гродненской и Могилевской областях, мониторинг деятельности компании, осуществляющей данную стратегию	
4.5.	Реализация долгосрочной информационно-коммуникационной стратегии по вовлечению собственников жилья в тепловую модернизацию МКЗ в Гродненской и Могилевской областях	
4.6.	Проведение двух исследований уровня удовлетворенности бенефициаров (в середине и в конце реализации Проекта)	
4.7.	Разработка информационных материалов (дизайнерские макеты, брошюры, видео, листовки, наружную рекламу, раздаточные материалы для рекламных мероприятий, другие виды материалов) для распространения среди целевых групп проекта в пилотных и других городах и на тематических мероприятиях	

4.8.	Издание информационных материалов (дизайнерские макеты, брошюры, видео, листовки, наружную рекламу, раздаточные материалы для рекламных мероприятий, другие виды материалов)	
4.9.	Доработка подробных руководств и справочников по тепловой модернизации МКЗ для домохозяйств и специалистов	
4.10.	Опубликование подробных руководств и справочников по тепловой модернизации МКЗ для домохозяйств и специалистов	
4.11.	Создание национальной платформы / руководящего комитета для отчетности о ходе реализации Пилотной программы	
4.12.	Организация и проведение не менее 5 учебно-ознакомительных семинаров (150 человек) для заинтересованных сторон программы, включая предприятия ЖКХ, проектировщиков, подрядчиков, энергоаудиторов и домохозяйства, включая подготовку соответствующих материалов	
4.13.	Организация не менее 5 учебно-ознакомительных поездок (150 человек) с покрытием командировочных расходов между участниками программы внутри страны или в страны с действующей эффективной моделью рынка тепловой модернизации МКЗ	
4.14.	Разработка и подготовка программы обучения по реализации тепловой модернизации МКЗ	
4.15.	Организация и проведение обучения по реализации тепловой модернизации МКЗ для заказчиков (предприятий ЖКХ) и проектировщиков в рамках разработанной программы	
4.16.	Подготовка и проведение общих собраний с домохозяйствами в пилотных областях по вопросам тепловой модернизации МКЗ (включая технические,	

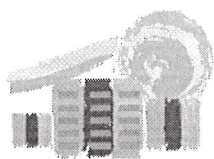
	правовые, информационно-коммуникационные и социальные вопросы)	
4.17.	Организация и поддержка работы горячей линии и сопутствующих услуг, абонентская плата за работу горячей линии	
4.18.	Разработка и поддержание работы доступного механизма рассмотрения жалоб, обеспечивающего дополнительную поддержку и повышение эффективности рассмотрения обращений и жалоб граждан	
4.19.	Разработка рекомендаций по системе менеджмента качества при проведении и приемке работ по тепловой модернизации МКЗ	
4.20.	Закупка транспортного средства для обеспечения мониторинга реализации проектов тепловой модернизации и предоставления сотрудниками ГУП консультаций целевым группам Проекта в Гродненской и Могилевской областях	
4.21.	Разработка веб-сайта TeploGrodnoMogilev.by и интегрированная база данных Пилотной программы тепловой модернизации в Гродненской и Могилевской областях	
4.22	Проведение выборочной технической оценки и теплоэнергоаудитов (оценку эффективности систем теплоснабжения и уровня потребления тепловой энергии на нужды отопления) на нескольких пилотных домах с разработкой соответствующих строительных проектов	
5.	<i>Управление проектом, мониторинг и отчетность</i>	
5.1.	Предоставление консультационных услуг по надзору за реализацией проекта и выполнению фидуциарных функций, включая проведение аудитов	

* Финансирование мероприятий проекта международной технической помощи будет осуществляться из средств гранта ГЭФ согласно Плану закупок.

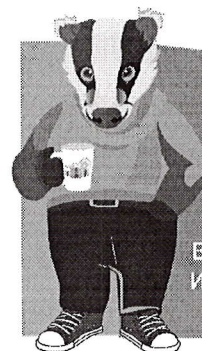
Более подробная информация по проекту международной технической помощи содержится в документе «Долгосрочная информационная и коммуникационная стратегия с аутрич-подходом¹ по вовлечению домовладельцев Гродненской и Могилевской областей в пилотную программу тепловой модернизации многоквартирных зданий в рамках Проекта по расширению устойчивого энергопользования в 2020-2025 гг.»

¹ В информационной и коммуникационной работе с собственниками жилья при реализации Пилотной программы принято решение применить **аутрич-подход**. Аутрич-работа как форма социальной деятельности все чаще используется для установления контакта с целевыми группами в наиболее привычных для них условиях – на улице, дома, в местах объединения интересов, а также на онлайн-площадках. Соответственно выбраны и форматы пиар-мероприятий и информационно-образовательных материалов, привычные целевой аудитории. Аутрич-подход предусматривает учет и понимание особенностей целевых групп, получение постоянной обратной связи и реагирование на потребности целевой аудитории.

25.05.21



**ДОЛГОСРОЧНАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ И
КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ С
АУТРИЧ-ПОДХОДОМ¹ ПО ВОВЛЕЧЕНИЮ
ДОМОВЛАДЕЛЬЦЕВ ГРОДНЕНСКОЙ И
МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТЕЙ В
ПИЛОТНУЮ ПРОГРАММУ ТЕПЛОВОЙ
МОДЕРНИЗАЦИИ МНОГОКВАРТИРНЫХ ЗДАНИЙ В
РАМКАХ ПРОЕКТА ПО РАСШИРЕНИЮ УСТОЙЧИВОГО
ЭНЕРГОПОЛЬЗОВАНИЯ В 2020-2025 гг.**



ПИЛОТНАЯ
ПРОГРАММА
В ГРОДНЕНСКОЙ
И МОГИЛЕВСКОЙ
ОБЛАСТЯХ

УВЕЛИЧЕНИЕ
КОМФОРТА И НА
15-40%
МЕНЬШЕ
ПОТЕРЬ
ТЕПЛА

Проведение долгосрочной информационно-разъяснительной кампании Пилотной программы тепловой модернизации в Гродненской и Могилевской областях.

Реализация долгосрочной информационно-коммуникационной стратегии по вовлечению собственников жилья в тепловую модернизацию МКЗ, включая: (i) проведение информационной кампании по продвижению тепловой модернизации среди целевых групп Проекта; (ii) регулярную организацию и проведение круглых столов, конференций, конкурсов, промо-акций с населением, организацию участия Проекта в тематических мероприятиях; (iii) регулярную работу со СМИ; (iv) формирование и развитие партнерского сообщества по продвижению тепловой модернизации МКЗ / энергоэффективных мер в Беларуси; (v) продвижение результатов проекта; и т.п.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	2
РЕЗУЛЬТАТЫ ПОДГОТОВИТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	5
ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ	7
ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ СТРАТЕГИИ.....	8
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОСЫЛЫ	9
ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ, ПРОМО- МАТЕРИАЛЫ, ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ.....	9
ЛОГОТИПЫ.....	10

¹ В информационной и коммуникационной работе с собственниками жилья при реализации Пилотной программы принято решение применить **аутрич-подход**. Аутрич-работа как форма социальной деятельности все чаще используется для установления контакта с целевыми группами в наиболее привычных для них условиях – на улице, дома, в местах объединения интересов, а также на онлайн-площадках. Соответственно выбраны и форматы пиар-мероприятий и информационно-образовательных материалов, привычные целевой аудитории. Аутрич-подход предусматривает учет и понимание особенностей целевых групп, получение постоянной обратной связи и реагирование на потребности целевой аудитории.

МАТЕРИАЛЫ	10
ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ	13
Задача 1: Широкая информационная кампания	13
Задача 2: Руководства и информационные ресурсы	26
Задача 3: Обучение.....	30

ВВЕДЕНИЕ

До 1996 года в Беларуси было построено более 80% многоквартирных жилых зданий. Со временем эти дома изнашиваются, кроме того, все более очевидным становится один из первостепенных недостатков старого жилфонда – повышенное потребление тепловой энергии по сравнению с новыми зданиями. Начиная с 1993 года стандарты тепловой защиты новых зданий постоянно повышались, и разница в энергопотреблении становится все более явной – здания, построенные до 1996 года, потребляют энергии в среднем примерно в два раза больше по сравнению с современными жилыми зданиями, стандарты теплоизоляции которых аналогичны действующим в странах ЕС. Большинство квартир в таких домах также не оснащено термостатическими регуляторами. Жильцы не могут самостоятельно регулировать температуру в комнатах, и это приводит к ненужному расходу тепловой энергии, особенно в относительно теплые месяцы отопительного сезона.

Указ № 327 «О повышении энергоэффективности многоквартирных жилых домов» стал «прорывным механизмом», который дает возможность жильцам провести тепловую модернизацию жилого дома, получив рассрочку оплаты до 10 лет и до 50% безвозмездной госсубсидии. Согласно Указу, тепловую модернизацию дома можно будет провести, если решение об этом на добровольной основе примут 2/3 собственников помещений в доме на общем собрании.

Чтобы помочь реализации Указа, в 2020 г. запущен новый Проект по расширению устойчивого энергопользования, в рамках которого и реализуется Пилотная программа в Гродненской и Могилевской областях.

Структура Пилотной программы:



В рамках Пилотной программы по тепловой модернизации нового Проекта собственникам жилья предлагается на выбор ряд энергоэффективных мер, которые способны предотвратить потери тепла и сделать дом более комфортным и уютным для проживания.

В рамках консультационной работы SESUP был подготовлен Информационный план, результаты которого стали основой для разработки данной стратегии. План определяет основные целевые группы, способы эффективной коммуникации с данными группами и барьеры, которые этой коммуникации мешают. Был проведен ряд мероприятий и разработан ряд информационных материалов для дальнейшей работы с целевыми группами (*подробнее в Отчете о выполнении Информационного плана*).

Для того, чтобы тепловая модернизация старого жилфонда стала реальностью, необходима командная работа не только специалистов, но и жильцов. Предварительная работа показала, что жильцы, от которых зависит окончательное решение по проведению энергоэффективных мер в их домах, нуждаются в регулярной разъяснительной работе и помощи специалистов.

Долгосрочная информационная стратегия с аутрич-подходом определяет целевые группы, каналы коммуникации, форматы информационных мероприятий и продуктов для эффективного выполнения Пилотной программы по тепловой модернизации многоквартирных жилых зданий в Гродненской и Могилевской областях в 2020-2025 гг. Стратегия охватывает все информационные и коммуникационные действия проекта, направленные на вовлечение целевых групп в Пилотную программу, обеспечивает соблюдение аутрич-подхода в информационной и коммуникационной работе, согласованность информационных действий, информационных посылов, обратную связь с целевыми группами при производстве информационных материалов, развитие партнерского сообщества для продвижения тепловой модернизации, продвижение результатов Проекта.

Стратегия развивает, продвигает и адаптирует веб-ресурсы и информационные материалы Проекта для целевых групп Проекта. Для разработки всех информационных и образовательных материалов Пилотной программы по тепловой модернизации используются общая визуальная стилистика и принцип получения обратной связи от целевых групп.

Пиар-акции, тренинги и пр. способствуют формированию партнерского сообщества по продвижению тепловой модернизации в Гродненской и Могилевской областях и во всей Беларуси.

Одни и те же представители целевых групп вовлекаются в различные мероприятия и получают информационные материалы разных форматов, которые используются в комплексе для усиления адресного воздействия.

Планируется, что:

- *адресная информационная кампания в соцсетях "Одноклассники" станет частью общей информационной кампании по продвижению тепловой модернизации в Гродненской и Могилевской областях, задействует соответствующие информационные материалы, разработанные в рамках Проекта;*
- *будет создана общая база всех информационных, промо-, образовательных материалов, оформлена в виде доступной пользователям библиотеки в интернете;*
- *будет обеспечено продвижение горячей линии с помощью соответствующих информационных материалов и мероприятий;*
- *специалисты при проведении собраний с домовладельцами используют соответствующие информационные и образовательные материалы, созданные в соответствии с требованиями стратегии по работе с целевыми группами,*
- *общая информационная кампания по продвижению Пилотной программы в Гродненской и Могилевской областях использует возможности веб-сайта и базы данных, интерактивных карт, данные проведенных в рамках проекта исследований, обучающие материалы, руководства и т.д.*
- *Разработанные информационные и образовательные материалы всех форматов (текстовые, визуальные) будут предоставлены для проведения обучающих мероприятий и т.п.*

Информационными и коммуникационными мероприятиями информационно-коммуникационной стратегии с аутрич-походом планируется в общей сложности охватить не менее 60 000 домовладельцев и не менее 250 специалистов в 2020-2025 гг.

Отдельным вызовом стала сложная эпидемиологическая ситуация в связи с COVID-19. Стратегия предусматривает использование в основном онлайн-форматов информационных и коммуникационных мероприятий, а также продвигает профилактические практики при организации и проведении мероприятий.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПОДГОТОВИТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Результаты подготовительной консультационной работы SESUP, которые определили принципы и подходы данной долгосрочной стратегии для Проекта устойчивого энергопользования:

1. Во время подготовительной работы были определены основные информационные и коммуникационные барьеры на пути вовлечения домовладельцев и специалистов в меры по тепловой модернизации:
 - *Ценовой фактор и длительный срок окупаемости, особенно в условиях низких тарифов на тепловую энергию, снижают мотивацию жильцов, которые в силу недостаточной информированности о преимуществах тепловой модернизации не рассматривают другие факторы для принятия решений;*
 - *Технический дизайн новых систем и новый финансовый механизм трудно понять без специальных знаний;*
 - *Целевые группы Проекта не обладают полной информацией о преимуществах тепловой модернизации, ожидаемом качестве результата, порядке и сроках работ, точной стоимости тепловой модернизации.*

Планомерная подготовительная работа с партнерами проекта, СМИ и жильцами позволила изменить общее восприятие идеи тепловой модернизации жилфонда.

Изначально специалисты ЖКХ испытывали недоверие к готовности жильцов участвовать в данной программе, а также определенные сомнения в своих способностях эффективно управлять этим процессом в рамках Проекта; также было достаточное количество недоверия и непонимания об особенностях функционирования нового финансового механизма.

При проведении в рамках подготовительной работы собраний с жильцами в Слониме (пилотный город Проекта), Пилотная программа в целом вызвала интерес и готовность обсуждать преимущества тепловой модернизации и особенности реализации программы в Гродненской и Могилевской областях с учетом запросов населения.

2. Первоначальные публикации в СМИ выявили ряд проблем. Так, в первых публикациях о Проекте и возможных мерах по тепловой модернизации жилфонда наблюдались разночтения, так как некоторые детали еще не были точно определены (например, стоимость работ, размер субсидии). Необходима была согласованная позиция всех партнеров при взаимодействии со СМИ. Вопрос был решен с помощью выпуска и размещения на партнерских сайтах согласованной и унифицированной информации для всех партнеров Проекта, что привело к изменению общего тона публикаций в СМИ на более конструктивный. Необходима дальнейшая работа с информационным полем в части насыщения публикациями, предлагающими читателям конкретные эффективные алгоритмы и примеры энергоэффективных мероприятий. Рекомендуется сосредоточиться на СМИ Гродненской и Могилевской областей, используя как традиционные, так и новые медиа. Для работы со СМИ рекомендуется использовать информационные

рассылки, стримы.

В СМИ общий тон публикаций уже в конце 2019 года стал меняться на более конструктивный, вместо простого информирования сегодня все чаще дается анализ преимуществ тепловой модернизации многоквартирных жилых зданий. Всего в период сентябрь 2019-сентябрь 2020 вышло более 150 публикаций, связанных с Пилотной программой тепловой модернизации в Гродненской и Могилевской областях.

В процессе работы (поездка в Литву для ознакомления с зарубежным опытом, собрания с жильцами в Слониме, серия обучающих мероприятий для специалистов, распространение видеоматериалов и печатных материалов, а также специально подготовленных информационных бюллетеней, которые ответили на наиболее важные вопросы, проведение знаковой пиар-акции со СМИ (пресс-чай в Слониме с участием ключевых партнеров проекта)) удалось изменить отношение целевой аудитории на более конструктивное.

Тем не менее, это только начало изменений, и рекомендуется продолжить работу по дальнейшей минимизации упомянутых барьеров.

3. Исходя из опыта предварительной работы, следующие **форматы информационных материалов востребованы**: просветительские брошюры, листовки, плакаты А3 для подъездов, пользовательские руководства, обучающее видео, видео-опросы населения и т.д. (*макеты информационных материалов см. в разделе приложений*).

В информационных материалах для специалистов даются ответы на технические и организационные вопросы при выполнении проектов по тепловой модернизации многоквартирных жилых зданий и при проведении собраний с жильцами.

В информационных материалах для домовладельцев даются ответы на следующие вопросы:

- *Зачем нужна тепловая модернизация дома и почему ее не может заменить капремонт;*
- *Во сколько может обойтись тепловая модернизация собственнику квартиры и какие существуют льготы;*
- *Как действует финансовый механизм с использованием госсубсидии и рассрочки оплаты;*
- *Кто будет гарантировать, что работы будет осуществлять качественная подрядная организация и кто будет отвечать за качественное выполнение работ и т.д.*

4. Целесообразно использование одного информационного онлайн ресурса для аккумулирования всей полезной для целевых групп информации, так или иначе касающейся Пилотной программы тепловой модернизации в Гродненской и Могилевской областях. В данный момент информация аккумулируется на сайте Департамента по энергоэффективности energoeffekt.gov.by. На главной странице сайта находится баннер (графическое изображение барсука – символа Пилотной программы), который ведет на страницу Пилотной программы. В дальнейшем

планируется разработка отдельного веб-сайта и интерактивной базы данных Пилотной программы.

5. Основные принципы выбора информационных материалов и продуктов:

- *Учет особенностей целевых групп, включая гендерные аспекты, получение обратной связи;*
- *Оптимальное сочетание стоимости и качества: один продукт с максимальным информационным воздействием лучше, чем много продуктов с низким охватом аудитории;*
- *Работа с информационными и коммуникационными барьерами, препятствующими реализации целей Проекта;*
- *Обеспечение устойчивости (информационные практики и продукты должны работать после завершения Проекта).*

6. Все информационные мероприятия Проекта содействуют реализации государственных программ в области капитального ремонта, энергоэффективного строительства; Целей устойчивого развития, направленных на обеспечение всеобщего доступа к недорогим, надежным, устойчивым и современным источникам энергии (Цель № 7) и решение проблем, связанных с климатическими изменениями (Цель №13); других соответствующих программ и инициатив.

7. Основное внимание в рамках Проекта уделяется Гродненской и Могилевской областям, но опыт, полученный в ходе его реализации, может быть востребован в других областях.

8. Стратегия мобильна и адаптируется к требованиям и нуждам Проекта/Пилотной программы.

ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ

Информационная и коммуникационная работа проводится со следующими целевыми группами (учитывая данные Национального обследования домохозяйств касательно готовности со-финансировать работы по тепловой модернизации многоквартирных жилых зданий, а также тот факт, что группа «Домовладельцы» неоднородна и требует более адресного воздействия):

1. Домовладельцы²:

- ✓ *Семейные работающие пары в возрасте 25-44 года, воспитывающие детей младше 18 лет;*

² При проведении мероприятий информационной кампании следует учитывать тот факт, что, по данным Гендерного обзора Всемирного банка по Республике Беларусь (2016 год), 70% домохозяйств в Беларуси возглавляют женщины.

- ✓ Семейные пары 44-60 лет, 2 человека, работающие и помогающие детям;
 - ✓ Молодые люди 25-44 лет, помогающие родителям;
 - ✓ Пенсионеры старше 60 лет;
 - ✓ Домохозяйства с низким уровнем дохода.
2. Городские организации жилищно-коммунального хозяйства;
 3. Городские и областные исполнительные комитеты;
 4. Представители органов государственного управления (Министерство жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь, Департамент по энергоэффективности Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь, др.);
 5. СМИ (как канал коммуникации и как целевая группа);
 6. Специалисты в области энергоэффективного проектирования и строительства.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ СТРАТЕГИИ

Цель стратегии – вовлечение домовладельцев с помощью широкой информационно-разъяснительной кампании, проведения регулярных консультаций, а также вовлечение специалистов в области жилищно-коммунального хозяйства, энергоэффективного проектирования и строительства с помощью информационно-обучающих мероприятий в меры по тепловой модернизации в 2020-2025 гг. в Гродненской и Могилевской областях.

Задача 1: Проведение широкой информационной кампании по продвижению тепловой модернизации с помощью разработанных информационных материалов и информационных продуктов в Могилевской и Гродненской областях

Задача 2: Предоставление качественных обучающих материалов и информационных ресурсов по внедрению конкретных технических решений и механизмов финансирования заказчикам и домовладельцам в Могилевской и Гродненской областях

Задача 3: Организация и поддержка информационно-обучающих мероприятий для целевых групп Проекта

Ожидаемые результаты реализации стратегии:

- Домовладельцы в Гродненской и Могилевской областях с помощью широкой информационной кампании информированы о преимуществах тепловой модернизации и мотивированы вкладывать средства в энергоэффективные мероприятия;

- Заказчики осведомлены о возможностях наращивания своего потенциала в области тепловой модернизации и участвуют в соответствующих мероприятиях в Гродненской и Могилевской областях³, направленных на обучение проведению консультаций и общие собрания с домовладельцами и эффективному предоставлению новых услуг домовладельцам.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОСЫЛЫ

Следующие информационные послы используются в широкой информационно-просветительской кампании с домовладельцами:

Шаг 1: Энергоэффективные мероприятия и тепловая модернизация – что это такое (комфорт, экономия по счетам, и т.д.). Пилотная программа тепловой модернизации в Гродненской и Могилевской областях: примеры, специфика, «как это может быть у нас».

Шаг 2: Вы можете сами сделать более комфортным свой дом: есть новые механизмы финансирования с использованием государственного субсидирования и предоставлением оплаты в рассрочку. Как это будет работать (сложно только на первый взгляд). Тепловая модернизация для «чайников».

Рабочий слоган:

✓ Цяпло ў хату за меншую аплату

Для социальных сетей используются варианты коротких запоминающихся хештегов с привязкой к месту (наиболее популярными хештегами среди белорусских пользователей являются так называемые региональные хештеги: Беларусь, Минск, Немига, Свислочь и т.д.).

Хештеги: #ТеплоГродно, #ТеплоМогилев, #ТеплоСлоним, #ТеплоВсем

ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ, ПРОМО-МАТЕРИАЛЫ, ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

В рамках подготовительной консультационной работы разработан фирменный стиль для информационных материалов Пилотной программы тепловой модернизации многоквартирных зданий в Гродненской и Могилевской областях. Логотипы и информационные материалы прошли тестирование с участием целевых групп Проекта.

Единый стиль, визуальные элементы и единая подача материала, а также постоянное информационное и коммуникационное взаимодействие между ключевыми участниками и партнерами Пилотной программы тепловой модернизации в Гродненской и Могилевской областях необходимы для повышения

³ При наличии времени и возможностей, обучающие мероприятия могут охватить также другие области.

узнаваемости Пилотной программы. Единый визуальный стиль позволяет усиливать действие информационных материалов, которые воспринимаются целевой аудиторией в комплексе, отчего усиливается эффективность отдельных материалов.

ЛОГОТИПЫ

Логотип 1 (предназначен в основном для обучающих материалов, презентаций):



Логотип 2 (используется в материалах для жильцов)

Персонаж для этого логотипа был выбран исходя из предпочтений целевой аудитории и характеристик данного представителя фауны Беларуси (барсуки характеризуются хозяйственностью, семейственностью, передают жилище по наследству и т.д.).



МАТЕРИАЛЫ

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ЖИЛЬЦОВ: БРОШЮРА ДЛЯ ЖИЛЬЦОВ, ЛИСТОВКА О ЛЬГОТАХ, БУКЛЕТ-ШПАРГАЛКА ПИЛОТНОЙ ПРОГРАММЫ, БИЛЛБОРД, ОБРАЗЕЦ ОПРОСНИКА, ПЕРЕНОСНОЙ СТЕНД И ДР.

Данные материалы разъясняют технические детали, финансовые условия, дают информацию о возможных льготах и ответы на часто задаваемые вопросы. Ссылка на макеты (образцы материалов) для предоставления в типографии:

<https://drive.google.com/drive/folders/1vVWafjQWMrFKgd6QNJ6cVjLts2Fq9rkD?u>

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СЕРИАЛ «ЦЯПЛО Ў ХАТУ ЗА МЕНШУЮ АПЛАТУ»

Сериял содержит 18 серий примерно по 5 минут каждая, а также 2-минутный трейлер. Каждая серия в увлекательной манере рассказывает про энергоэффективные системы, финансовый механизм Пилотной программы, дает ответы на часто задаваемые вопросы. Сериял предоставляется по ссылке с возможностью скачивания:

<https://drive.google.com/drive/folders/1ZbZBfvaHR78jS3z62gbWkXm0duJe04DH?usp=sharing>

Сериял также размещен на youtube-канале Департамента по энергоэффективности: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLKoCtk2F-2TUrRulvukgrqE34fUWqhnUT>

ИНТЕРНЕТ-БАННЕР

Графическое изображение, которое размещается на главной странице сайта и содержит пересылку на другой сайт или страницу в интернете.

Баннер может вести как на страницу с размещенными материалами на сайте *energoeffekt.gov.by*, так и на страницу с размещенными материалами Пилотной программы на сайте исполкома или ЖКХ.

<https://drive.google.com/drive/folders/1WBJht6-tiDusSYXM6Zrnuq-qXa8XU6gS?usp=sharing>

РУКОВОДСТВА (на финальной стадии)

МОНИТОРИНГ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

Для оценки эффективности информационной и коммуникационной работы с целевыми группами используются:

- Отзывы от целевых групп: информационные материалы, предоставленные Проектом, (а) понятны и (б) полезны;
- Данные поведенческих исследований;
- Клиппинги (сбор и анализ публикаций в СМИ).

На этапе создания и использования информационных материалов при необходимости проводятся фокус-группы.

Во время информационной работы с целевой группой Домовладельцы проводятся регулярные опросы (включая видеоопросы, анкетирование на сайте и т.п.) с тем, чтобы отслеживать эффективность выбранных инструментов и материалов.

Регулярный анализ публикаций и отслеживание трендов в публикациях проводятся с целью мониторинга информационного поля и при необходимости корректирования информационной работы.

В информационной и коммуникационной работе учитываются данные поведенческих исследований.

ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ

В данном разделе представлен перечень мероприятий стратегии с описанием ключевых характеристик (целевые группы, каналы коммуникации, информационные продукты и т.д.).

Задача 1: Широкая информационная кампания

ЗАДАЧА 1	ПРОВЕДЕНИЕ ШИРОКОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ КАМПАНИИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТЕПЛОВОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ С ПОМОЩЬЮ РАЗРАБОТАННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ В МОГИЛЕВСКОЙ И ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТЯХ
	Мероприятия данного раздела направлены в том числе на устранение следующих информационных и коммуникационных барьеров: - <i>Ценовой фактор и длительный срок окупаемости, особенно в условиях низких тарифов на тепловую энергию, снижают мотивацию жильцов, которые в силу недостаточной информированности о преимуществах тепловой модернизации не рассматривают другие факторы для принятия решений;</i> - <i>Целевые группы Проекта не обладают полной информацией о преимуществах тепловой модернизации, ожидаемом качестве результата, порядке и сроках работ, точной стоимости тепловой модернизации.</i>
Мероприятие	Регулярная работа со сми
Целевые группы	СМИ (как канал коммуникации и как целевая группа)
Каналы коммуникации	• Для продвижения Пилотной программы – региональные СМИ (Гродненская и Могилевская области), включая традиционные и цифровые медиа, информационные агентства и телевидение; • Сайт Проекта, сайты организаций-партнеров Проекта
Описание	Форматы пресс-мероприятий:

- Круглые столы;
- Экспертные публикации;
- Информационные рассылки;
- Ток-шоу;
- Телепередачи;
- др.

Мероприятия с участием СМИ предназначены для информирования населения о ключевых вопросах реализации Проекта и Пилотной программы и представления успешного зарубежного и белорусского опыта тепловой модернизации и продвижения результатов Проекта.

В пресс-мероприятиях кроме СМИ участвуют представители Министерства ЖКХ, Департамента по энергоэффективности, городских и областных исполнительных комитетов, эксперты, жильцы, др. Рекомендуется включать в пресс-мероприятия интерактивную часть (флешмоб, демонстрация и обсуждение видео, дискуссия и т.д.).

Серия экспертных публикаций готовится журналистами, которым предоставляются интересные факты и опыт Беларуси и других стран, актуальная статистика, комментарии экспертов в пользу таких решений, как изменения в тарифной политике, необходимость перехода на энергоэффективные технологии.

Учитывая популярность телешоу, а также тот факт, что телевидение остается сильным каналом связи в регионах, рекомендуется использовать готовый формат телешоу и тематических программ.

Возможные форматы:

- Специализированные издания и интернет-порталы (журналы «Энергоэффективность», Республиканская строительная газета, журнал «Архитектура и строительство», <http://realt.by/>, <https://ecoidea.by/ru>, <http://ecopartnerstvo.by/>, и другие специализированные издания);
- Сайты городских и областных жилищно-коммунальных хозяйств, городских и областных исполнительных комитетов;
- Сайты государственных организаций;
- Партнерские сайты <http://energoeffekt.gov.by/>, <http://www.mikx.gov.by/>, <http://bies.by/>, <https://realt.by/> и др.;
- Печатные и электронные региональные СМИ;
- Соцсети.

	В публикациях рекламируется горячая линия по актуальным вопросам тепловой модернизации в Гродненской и Могилевской областях.
Целевые показатели	- Не менее 10 пресс-конференций/круглых столов с участием партнеров проекта и СМИ; - Не менее 1 000 тематических публикаций в СМИ (включая сайты организаций-партнеров Проекта), не менее 5 пресс-релизов/информационных бюллетеней, не менее 15 публикаций с участием экспертов в специализированных изданиях
Мероприятие	Организация участия Проекта в тематических конференциях, выставках и т.п.
Целевые группы	• Городские и областные исполнительные комитеты; • Представители органов государственного управления (Министерство жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь, Департамент по энергоэффективности Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь, др.); • Специалисты в области энергоэффективного проектирования и строительства
Каналы коммуникации	Научно-практические конференции по энергоэффективности, тематические выставки и т.п.
Описание	Участие в подобных тематических мероприятиях способствует продвижению результатов Проекта и формированию партнерского сообщества, а также продвижению мер по энергоэффективности среди государственных, общественных организаций, бизнес-сообщества.
Целевые показатели	Участие в мероприятиях по возможности
Мероприятие	Производство видео-материалов
Целевые группы	• Домовладельцы; • Городские организации жилищно-коммунального хозяйства; • Городские и областные исполнительные комитеты;

	• Представители органов государственного управления (Министерство жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь, Департамент по энергоэффективности Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь, др.); • СММ (как канал коммуникации и как целевая группа); • Специалисты в области энергоэффективного проектирования и строительства
Каналы коммуникации	• Региональные СММ; • Сайт Проекта; • Партнерские сайты; • Соцсети
Описание	Формат видео – один из самых востребованных в информационной работе, поэтому планируется создание видео-материалов следующих форматов: промо-видео, обучающее видео, «лайфхаки», «жизненные истории» для демонстрации в Интернете, видео-опросы, социальная реклама (возможны другие форматы). Планируется, что новые видео-материалы продолжат ряд уже созданных в рамках подготовительной работы. Видео-материалы размещаются на региональных телеканалах, сайте проекта, партнерских сайтах, в соцсетях. В видео-материалах также рекламируется горячая линия по актуальным вопросам тепловой модернизации в Гродненской и Могилевской областях.
Целевые показатели	- Не менее 10 видео-материалов с размещением на онлайн-ресурсах проекта; - Не менее 1 видео-ролика в формате социальной рекламы с размещением на телеканалах Гродненской и Могилевской областей
Мероприятие	Производство печатных материалов
Целевые группы	• Домовладельцы; • Городские организации жилищно-коммунального хозяйства; • Городские и областные исполнительные комитеты;

	• Представители органов государственного управления (Министерство жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь, Департамент по энергоэффективности Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь, др.); • СМИ (как канал коммуникации и как целевая группа); • Специалисты в области энергоэффективного проектирования и строительства
Каналы коммуникации	• Пиар-акции, собрания жильцов, обучающие мероприятия и т.д.; • Сайт Проекта
Описание	Для информационной и коммуникационной работы с целевыми группами планируется выпустить ряд печатных материалов в форматах, которые, по результатам подготовительной работы Проекта, признаны наиболее удобными для целевых групп: • Брошюры и листовки для домовладельцев с общей информацией, разъяснениями наиболее важных вопросов; • Плакаты с информацией о Пилотной программе и приглашением на собрание жильцов; • Опросники; другие материалы. Разные материалы «увязываются» между собой (печатные листовки, видео-материалы, реклама на автобусах и билбордах содержат конкретный призыв посещения сайта Проекта и телефон горячей линии). Ряд информационных материалов может быть расширен при необходимости (например, в ходе работы назреет необходимость издания дополнительной специальной листовки или разъяснительного буклета). Все материалы содержат уникальный логотип информационной кампании, разрабатываются в едином стиле и с использованием уникального набора визуальных элементов для повышения узнаваемости Пилотной программы. Все новые материалы тестируются с участием целевой аудитории, чтобы быть уверенными, что формат, содержание и визуальное оформление материалов понятны целевой аудитории и работают в нужном направлении. При необходимости материалы корректируются. Учитывая тот факт, что, согласно данным Гендерного обзора Всемирного банка по Республике Беларусь (2016 год), 70% домохозяйств в Беларуси возглавляют женщины, для тестирования всех промо-материалов могут проводиться не только

	смешанные, но и женские фокус-группы. Соответственно, информационные материалы должны быть понятны и положительно восприняты также женщинами, которые имеют более низкий доход, меньше возможностей для модернизации своего жилья, проводят больше времени дома, выполняя домашнюю работу и ухаживая за детьми, пожилыми людьми и людьми с инвалидностью. Электронные версии всех информационных материалов также доступны на сайте Проекта.	
Целевые показатели	- 60 000 буклетов; - не менее 30 000 экз. брошюр для домовладельцев; - не менее 2 000 плакатов А3 для подъездов И др. материалы	
Мероприятие	Наружная реклама	
Целевые группы	• Домовладельцы; • Городские организации жилищно-коммунального хозяйства; • Городские и областные исполнительные комитеты; • Представители органов государственного управления (Министерство жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь, Департамент по энергоэффективности Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь, др.); • СМИ (как канал коммуникации и как целевая группа); • Специалисты в области энергоэффективного проектирования и строительства	
Каналы коммуникации	Транспорт, городские улицы	

Описание	Наружная реклама обладает большой «пропускной» способностью. Наиболее эффективна такая реклама в сочетании с другими информационными ресурсами. Макеты наружной рекламы должны содержать ссылку на сайт Проекта и телефон горячей линии по актуальным вопросам тепловой модернизации в Гродненской и Могилевской областях.
Целевые показатели	- 25 билбордов в формате социальной рекламы (требуется согласование МАРТ); - 5 брендированных автобусов в Гродненской и Могилевской областях
Мероприятие	Конкурс на лучший дизайн дома
Целевые группы	• Домовладельцы; • Городские организации жилищно-коммунального хозяйства; • Городские и областные исполнительные комитеты; • Представители органов государственного управления (Министерство жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь, Департамент по энергоэффективности Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь, др.); • СМИ (как канал коммуникации и как целевая группа); • Специалисты в области энергоэффективного проектирования и строительства
Каналы коммуникации	• СМИ; • Сайт Проекта, сайты организаций-партнеров Проекта; • Соцсети
Описание	Конкурс предназначен для создания примеров дизайна домов с учетом мер по тепловой модернизации. Зарубежный опыт показывает, что внешний вид дома имеет значение для повышения общего комфорта проживания. Цель конкурса – предложить жильцам возможные варианты ре-дизайна старых многоквартирных домов, в котором стилистические решения не уступают современным зданиям. «Народное голосование» за лучший дизайн может быть проведено на сайте Проекта, а также в соцсетях.
Целевые показатели	- 1 конкурс на лучший дизайн дома с элементами тепловой модернизации

Мероприятие	Проведение информационной кампании в соцсетях (SMM)
Целевые группы	• Домовладельцы
Каналы коммуникации	Соцсеть «Одноклассники» (основная соцсеть, возможно подключение других соцсетей)
Описание	Учитывая характеристики наиболее многочисленной целевой группы – домовладельцев – целесообразно использовать возможности информационной работы в соцсетях. Сервис соцсети Одноклассники приводит данные о ежемесячной аудитории в 2,7 млн пользователей сети в Беларуси http://marketing.by/mnenie/set-odnoklassniki-rasskazala-o-blizhayschem-budushchem-bolshe-partnerstva-s-media-bloggerami-i-politik/. По данным gemiusAudience https://bai.by/be/analytics/polzovateli-kakov-socseti-v-belarusi-zarabatyvayut-bolshe-issledovanie-gemiusaudience (2019), самые активные возрастные группы в ОК: 25-34, 35-44, 55-74 года, женщины составляют 65,58% аудитории. Аудитория «Одноклассников» ориентирована на личное общение. Это наиболее «домашняя» аудитория, которая интересуется способами улучшения дома, семейного комфорта, различными «лайфхаками». Подходит для работы с целевой группой Домовладельцы. Возможно дополнительное подключение мессенджеров и других соцсетей, при сохранении фокуса на соцсети ОК. Онлайн-мероприятия информационной кампании могут включать публикации текстовых и визуальных материалов, нативную и контекстную социальную рекламу, обучающие материалы по теме энергоэффективности и тепловой модернизации, материалы о реализации Пилотной программы в Гродненской и Могилевской областях. Для эффективной работы в соцсетях рекомендуется разработка медиаплана и проведение информационной кампании согласно данному плану. Медиа-план для информационной кампании в соцсети «Одноклассники» для целевой группы «Домовладельцы» должен бытьстроен в общий план информационной кампании, который предусматривает проведение круглых столов с участием СМИ, пресс-конференций, акций, конкурсов, тренингов и др. Информационная кампания в соцсети «Одноклассники» предусматривает: <u>Работу с целевыми группами:</u>

✓ Семейные работающие пары в возрасте 25-44 года, воспитывающие детей младше 18 лет; ✓ Семейные пары 44-60 лет, 2 человека, работающие и помогающие детям; ✓ Молодые люди 25-44 лет, помогающие родителям; ✓ Пенсионеры старше 60 лет. Учитывая тот факт, что, по данным Гендерного обзора Всемирного банка по Республике Беларусь (2016 год), 70% домохозяйств в Беларуси возглавляют женщины, информационные материалы должны быть понятны и положительно восприняты также женщинами, которые имеют более низкий доход, меньше возможностей для модернизации своего жилья, проводят больше времени дома, выполняя домашнюю работу и ухаживая за детьми, пожилыми людьми и людьми с инвалидностью. Кампания должна проводиться с учетом утвержденной стилистики Пилотной программы в Гродненской и Могилевской областях. Для проведения информационной кампании могут использоваться публикации в тематической группе, нативная реклама, контекстная реклама, таргетированные промо-посты, рассылки. С помощью информационной кампании продвигаются информационные послы: <i>Шаг 1: Энергоэффективные мероприятия и тепловая модернизация – что это такое (комфорт, экономия по счетам, и т.д.). Пилотная программа тепловой модернизации в Гродненской и Могилевской областях: примеры, специфика, «как это может быть у нас».</i> <i>Шаг 2: Вы можете сами сделать более комфортным свой дом: есть новые механизмы финансирования с использованием государственного субсидирования и предоставления оплаты в рассрочку. Как это будет работать (сложно только на первый взгляд). Тепловая модернизация для «чайников».</i> Контент для целевой аудитории может продвигаться с помощью:	
--	--

	Материалы для самообразования («Тепловая модернизация для чайников»)	✓ Лонгриды, экспертные статьи; ✓ Листалки pdf; ✓ Викторины; ✓ Тесты; ✓ Угадай-карточки; ✓ Гайды, видео «Как это сделать»; ✓ Списки («10 способов улучшить дом» и т.п.); ✓ Игры-калькуляторы; ✓ Инфографика; ✓ Советы; ✓ Другое.
	Материалы для продвижения энергоэффективных практик	✓ Жизненные истории – успешные кейсы (видео, фото-истории, комиксы); ✓ Слайдеры было/стало, фото-сравнение; ✓ Таймлайны; ✓ Видеоролики; ✓ Дебаты – два-три мнения для обсуждения; ✓ Диалог с аудиторией (например, вопрос-ответ эксперта); ✓ Отзывы. Рецензии на продукт, комментарии экспертов; ✓ Другое.
	Материалы для вовлечения аудитории	✓ Пост, который конвертируется в целевые действия (приглашение прислать фото, принять участие в конкурсе); ✓ Преимущества участия в Проекте, выгодные предложения; ✓ Мемы для привлечения внимания; ✓ Опросы, ленивый интерактив: голосование; ✓ Акции, которые проходят одновременно онлайн и офлайн, например, на упаковке товара размещается информация и брендированная ссылка на группу в ОК; ✓ Другое.

	Вначале работа должна быть сфокусирована на предоставлении качественной, полезной и интересной информации для привлечения аудитории в группу, а затем добавится фокус на мотивацию к совершению конкретных действий (голосование, активное обсуждение более углубленной информации и т.д.). Индикаторы работы в соцсетях должны включать показатели: • Количество участников группы. • Количество переходов на сайт Проекта • Количество совершенных действий (голосование, комментарии, репосты (классы)).
Целевые показатели	- Не менее 5 000 домовладельцев – участники кампании в соцсетях (участники тематической группы); - Не менее 15 000 действий (голосование, комментарии, репосты (классы)); - Не менее 1 000 переходов на сайт Проекта.
Мероприятие	Проведение пиар-акций
Целевые группы	• Домовладельцы
Каналы коммуникации	Интернет. Оффлайн-форматы – с соблюдением правил эпидемиологической безопасности)
Описание	Рекомендуется проводить 1-2 пиар-акции в год, но при этом акции должны быть заметными и привлекать внимание целевой аудитории и СМИ. Может быть использован формат «Вопрос жильца – ответ эксперта», когда пво дворе жомо организуется мобильная «точка», где ведущий дает слово и жильцам, и экспертам. При организации необходимо учитывать соблюдение правил эпидемиологической безопасности.

Целевые показатели	-Не менее 5 онлайн/оффлайн пиар-акций с участием домовладельцев в Гродненской и Могилевской областях (количество участник
Мероприятие	Отдельная информационная кампания в Слониме
Целевые группы	• Домовладельцы; • Городские организации жилищно-коммунального хозяйства; • Городские и областные исполнительные комитеты; • СМИ (как канал коммуникации и как целевая группа); • Специалисты в области энергоэффективного проектирования и строительства
Каналы коммуникации	СМИ Слонима и Гродненской области
Описание	В рамках подготовительной работы в Слониме проходила апробация способов информирования домохозяйств о предлагаемых услугах и работах, установленном оборудовании, процедурах оплаты (возмещение стоимости работ), формах контроля текущей работы, получения обратной связи и т.д. Именно тестирование в Слониме помогло определить наиболее «работающие» форматы информационных материалов. Планируется и дальше проводить отдельную информационную кампанию в Слониме, учитывая, что это пилотный город, жители которого уже начали знакомиться с первыми материалами, которые выпущены в рамках подготовительной работы (с участием жильцов домов, стоящих в очереди на капремонт, тестируются все материалы Проекта). Планируется также, что Слоним станет демонстрационным объектом, предусматривающим не только проведение тепловой модернизации многоквартирных жилых домов, но и установку ИТП и строительство котельной на биомассе. Информационная кампания в Слониме может включать: - Выпуск и распространение отдельного набора информационных материалов для жителей Слонима; публикации на местных интернет-ресурсах, соцсетях, телевидении, в печатных изданиях (обсуждения с участием экспертов, представление мнений жителей);

	- Проведение семинаров/конференций/встреч с местным населением и специалистами; рекламу планируемых технических и энергетических решений и популяризацию этих решений среди населения; - Размещение соответствующих публикаций в СМИ (сайт Слонимского райисполкома http://www.slonim.grodno-region.by/ru/, Слонимский вестник, Газета Слонимская, Слоним ТВ и т.д.). Планируется также, что электронная карта энергопотребления г. Слонима, разработанная в рамках Проекта, доступная на сайте Проекта (карта визуализирует сравнение энергетических характеристик около 300 домов г.Слоним (дома без тепловой модернизацией и дома с тепловой модернизацией)), будет использована в информационной кампании.
Целевые показатели	-1 информационная кампания в Слониме с охватом не менее 1 000 человек – участников мероприятий кампании.
Мероприятие	Разработка и реализация комплекса GR-мероприятий по взаимодействию с органами государственного управления по продвижению результатов Проекта и стимулированию внесения изменений в национальное законодательство, стандарты
Целевые группы	Уточняется
Каналы коммуникации	Уточняется
Описание	Уточняется
Целевые показатели	Уточняется

Задача 2: Руководства и информационные ресурсы

ЗАДАЧА 2	ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВЕННЫХ ОБУЧАЮЩИХ МАТЕРИАЛОВ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ПО ВНЕДРЕНИЮ КОНКРЕТНЫХ ТЕХНИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ И МЕХАНИЗМОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЗАКАЗЧИКАМ И ДОМОВЛАДЕЛЬЦАМ В МОГИЛЕВСКОЙ И ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТЯХ
	Мероприятия данного раздела направлены в том числе на устранение следующих информационных и коммуникационных барьеров: - <i>Технический дизайн новых систем и новый финансовый механизм трудно понять без специальных знаний;</i> - <i>Целевые группы Проекта не обладают полной информацией о преимуществах тепловой модернизации, ожидаемом качестве результата, порядке и сроках работ, точной стоимости тепловой модернизации.</i>
Мероприятие	Пользовательские руководства
Целевые группы	• Домовладельцы; • Городские организации жилищно-коммунального хозяйства; • Специалисты в области энергоэффективного проектирования и строительства
Каналы коммуникации	Обучающие мероприятия Пилотной программы и сайт Проекта
Описание	Для лучшего понимания технического дизайна новых систем и действия нового финансового механизма в рамках Проекта принято решение использовать специальные руководства с детальной информацией о возможных мерах по тепловой модернизации, а также провести ряд обучающих мероприятий. Ряд материалов был разработан в

	подготовительный период. В рамках Проекта планируется доработка и издание существующих руководств, а также издание дополнительных. Планируются к изданию: • Руководства для домовладельцев по участия в Пилотной программе тепловой модернизации; • Руководства для специалистов по участия в Пилотной программе тепловой модернизации; • Руководство для пользователей сайта Проекта и другие руководства Руководства для домовладельцев (упрощенное) и специалистов (более детальное) включают в себя описания необходимых мер по тепловой модернизации, набор типовых документов (сметы расходов, варианты погашения субсидий и т.п.), ответы на наиболее часто задаваемые вопросы и т.д. Все руководства размещаются на сайте Проекта. Руководство для пользователей сайта Проекта представляет собой навигацию по сайту и базе данных и ссылки на полезные онлайн-ресурсы.
Целевые показатели	- Не менее 10 000 руководств для домовладельцев в печатном/электронном виде; - Не менее 300 руководств для специалистов в печатном/электронном виде; - Руководство-навигация по сайту Проекта и базе данных в электронном виде для не менее чем 250 специалистов; - Другие пользовательские руководства, возможные дополнительные выпуски доработанных или новых руководств, информационно-образовательных пакетов и т.п.
Мероприятие	Сайт проекта с интегрированной базой данных
Целевые группы	• Домовладельцы; • Городские организации жилищно-коммунального хозяйства; • Городские и областные исполнительные комитеты; • Представители органов государственного управления (Министерство жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь, Департамент по энергоэффективности Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь, др.); • СМИ (как канал коммуникации и как целевая группа);

	• Специалисты в области энергоэффективного проектирования и строительства
Каналы коммуникации	Интернет
Описание	Планируется, что веб-сайт Проекта (рабочее название TerloGrodnoMogilev.by) будет разработан и внедрен на платформу веб-сайта Департамента по энергоэффективности energoeffeck.gov.by либо использует другие платформы с условием, что они будут устойчивы и сохранят функциональность после завершения Проекта. Веб-сайт содержит разделы: • о Пилотной программе; • как получить субсидию; • методологические указания; • новости; • интерактивная карта тепловой модернизации многоквартирных зданий и т.д. Веб-сайт предназначен для повышения осведомленности целевых групп Проекта о сути, деталях и ходе реализации Пилотной программы по тепловой модернизации многоквартирных жилых зданий в Гродненской и Могилевской областях. Веб-сайт проекта использует общую стилистику всех информационных материалов Проекта. Общая база всех информационных, промо-, образовательных материалов Проекта оформлена в виде доступной пользователям библиотеки на сайте Проекта. Сайт содержит ссылку на горячую линию по актуальным вопросам тепловой модернизации в Гродненской и Могилевской областях. Интегрированная в веб-сайт база данных представляет собой базу материалов для потенциальных и действующих участников Пилотной программы, а также электронную систему регистрации, отслеживания, управления и получения отчетности по осуществляемым проектам тепловой модернизации. Система позволяет Группе управления Проектом получать от бенефициаров заявки на оплату и регистрировать платежи, выполнять определенные задачи контроля и фиксировать данные об эффективности, а также позволяет

	сортировать данные по результатам на основе любых комбинаций переменных, таким как регион, населенный пункт, бюджет Пилотной программы, источник финансирования, статус исполнения и т.д. Система обеспечивает единую базу данных форм отчетности (формы для администраторов, форма оценки проектов и т.д.). Сайт обеспечивает вход на электронную карту энергопотребления г. Слонима, интерактивную карту мониторинга энергоэффективных мер и экономики, достигнутой в многоквартирных жилых зданиях Гродненской и Могилевской областей, разработанные в рамках Проекта.
Целевые показатели	- Общее количество посетителей интернет-страниц сайта и базы данных за время реализации Проекта - не менее 10 000 чел. (не менее 2 000 посетителей в год); - 5 000 человек совершили целевые действия (не менее 1 000 чел. в год)
Мероприятие	Онлайн-карта энергопотребления г. Слонима
Целевые группы	• Домовладельцы; • Городские организации жилищно-коммунального хозяйства; • Городские и областные исполнительные комитеты; • Представители органов государственного управления (Министерство жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь, Департамент по энергоэффективности Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь, др.); • СМИ (как канал коммуникации и как целевая группа); • Специалисты в области энергоэффективного проектирования и строительства
Каналы коммуникации	Интернет
Описание	Планируется, что электронная карта энергопотребления г. Слонима будет доступна на сайте Проекта. Карта визуализирует сравнение энергетических характеристик около 300 домов г.Слоним (дома без ТМ и дома с ТМ). Карта используется специалистами в работе, а также служит демонстрацией эффективности тепловой модернизации для других целевых групп.

Целевые показатели	- 300 домов г.Слоним визуализированы в электронной карте энергопотребления
Мероприятие	Интерактивная карта мониторинга энергоэффективных мер и экономии, достигнутой в многоквартирных жилых зданиях Гродненской и Могилевской областей
Целевые группы	• Домовладельцы; • Городские организации жилищно-коммунального хозяйства; • Городские и областные исполнительные комитеты; • Представители органов государственного управления (Министерство жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь, Департамент по энергоэффективности Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь, др.); • СМИ (как канал коммуникации и как целевая группа); • Специалисты в области энергоэффективного проектирования и строительства
Каналы коммуникации	Интернет
Описание	Планируется, что интерактивная карта для мониторинга энергоэффективных мер и экономии, достигнутой в многоквартирных домах, которые внедрились в Гродненской и Могилевской областях в рамках Пилотной программы, будет создана и будет регулярно обновляться, будет доступна через сайт Проекта.
Целевые показатели	250 домов в интерактивной карте

Задача 3: Обучение

ЗАДАЧА 3	Организация и поддержка информационно-обучающих мероприятий для целевых групп Проекта	
Мероприятия данного раздела направлены в том числе на устранение следующих информационных и коммуникационных барьеров: - <i>Технический дизайн новых систем и новый финансовый механизм трудно понять без специальных знаний;</i> - <i>Целевые группы Проекта не обладают полной информацией о преимуществах тепловой модернизации, ожидаемом качестве результата, порядке и сроках работ, точной стоимости тепловой модернизации.</i>		
Мероприятие	Ознакомительные поездки в другие страны с успешным опытом тепловой модернизации	
Целевые группы	• Городские организации жилищно-коммунального хозяйства; • Городские и областные исполнительные комитеты; • Представители органов государственного управления (Министерство жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь, Департамент по энергоэффективности Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь, др.); • СМИ (как канал коммуникации и как целевая группа); • Специалисты в области энергоэффективного проектирования и строительства	
Каналы коммуникации	Ознакомительные поездки	
Описание	Повысить информированность, потенциал и мотивацию участников программы тепловой модернизации планируется в том числе за счет передачи международной передовой практики по реализации программ тепловой модернизации с использованием механизма субсидирования и возмещения доли инвестиционных затрат в рассрочку. Познакомиться со спецификой проведения тепловой модернизации в других странах, особенностями работы с целевыми группами, практикой решения актуальных вопросов планируется с помощью ознакомительных поездок в страны с успешным опытом в данной области. Планируется, что в визитах будет уделено внимание специфике взаимодействия с домовладельцами и практикам реагирования на различные рабочие вопросы, связанные с исполнением проектов по ТМ, а также техническим вопросам.	

Целевые показатели	- Не менее 5 ознакомительных визитов в страну/страны с успешным опытом тепловой модернизации старого жилищного фонда, а также привлечь зарубежных специалистов для проведения обучения в Республику Беларусь. - В общей сложности в таких визитах примут участие не менее 150 представителей целевых групп Проекта.
Мероприятие	Обучающая программа
Целевые группы	- Городские организации жилищно-коммунального хозяйства; - Специалисты в области энергоэффективного проектирования и строительства
Каналы коммуникации	Образовательные курсы
Описание	Особое внимание при реализации компонента 2.3 уделяется обучению специалистов и преемственности в обучении необходимым знаниям и навыкам. Планируется, что для этого будет не только проведено обучение соответствующим техническим, информационно-коммуникационным вопросам, практикам взаимодействия с целевой аудиторией, аспектам реализации проектов по тепловой модернизации домов, но и создана образовательная программа, которая может быть востребована для тиражирования лучших практик в области энергоэффективности и тепловой модернизации по всей стране. Планируется, что образовательная программа будет включать в себя все актуальные материалы и практические рекомендации, соответствующие пользовательские руководства, включая руководства по пользованию необходимыми веб-ресурсами, библиотеку информационных и промо-материалов и т.д. Реализация данного п. включает: - разработку образовательного модуля, который передается Департаменту по энергоэффективности и Министерству жилищно-коммунального хозяйства и может быть использована в дальнейшем; - Планируется также производство онлайн-курса размещение на сайте Проекта.
Целевые показатели	- Не менее 5 пятидневных курсов для не менее 250 специалистов (в каждом курсе участвует не менее 50 специалистов) (используются возможности государственной системы повышения квалификации)

Мероприятие	Проведение общих собраний с домохозяйствами Гродненской и Могилевской областей по вопросам тепловой модернизации (включая технические, правовые, социальные вопросы)
Целевые группы	• Домовладельцы; • Городские организации жилищно-коммунального хозяйства
Каналы коммуникации	Собрания с жильцами
Описание	Учитывая, что задачей Проекта является охват консультациями не менее 60 000 собственников жилья, данный раздел является крайне важным в коммуникационной работе с аутрич-подходом, который в первую очередь учитывает интересы и потребности целевой аудитории. Задачей группы является проведение регулярных консультаций с населением по вопросам участия домохозяйств в тепловой модернизации МКЗ (включая технические, юридические, социальные вопросы); проведение консультаций организаций ЖКХ и их поддержка в регулярной работе с населением в Могилевской и Гродненской областях. Состав группы: • консультант-социолог/руководитель рабочей группы • второй консультант-социолог при необходимости • консультант по техническим вопросам • консультант-юрист • другие специалисты Группа включает не менее 3 специалистов на постоянной основе и привлекает других специалистов при необходимости.
Целевые показатели	- Не менее 60 000 собственников жилья, принявших участие в консультациях (при этом количество женщин, принявших участие в консультациях – не менее 40 000)

Целевые показатели в одной таблице:

Мероприятия/продукты	Кол-во не менее
Пресс-конференции/круглые столы	10
Публикации в СМИ	1 000
Пресс-релизы/информационные бюллетени	5
Публикации в специализированных изданиях	15
Буклеты	60 000
Брошюры для домовладельцев	30 000
Опросники и др. материалы	уточняется
Плакаты А3 для подъездов	2 000
Билборды в формате социальной рекламы	25
Наружная реклама на автобусах в Гродненской и Могилевской областях	5
Республиканский конкурс на лучший дизайн дома с элементами тепловой модернизации	1
Домовладельцы – участники кампании в соцсетях (участники тематической группы)	5 000
Действия домовладельцев – участников кампании в соцсетях (голосование, комментарии, репосты (классы))	15 000
Переходы на сайт Проекта участников кампании в соцсетях	1 000

Онлайн/оффлайн пиар-акции с участием домовладельцев в Гродненской и Могилевской областях	5
Общее количество участников онлайн/оффлайн пиар-акций	10 000
Участники мероприятий информационной кампании в Слониме	1 000
Руководства для домовладельцев в печатном/электронном виде	10 000
Руководства для специалистов в печатном/электронном виде	300
Специалисты, получившие руководство-навигацию по сайту Проекта и базе данных в электронном виде	250
Посетители интернет-страниц сайта и базы данных за время реализации Проекта	10 000 (2 000 в год)
Целевые действия, совершенные посетителями интернет-страниц сайта и базы данных	5 000 (1 000 в год)
Дома (с проведенной тепловой модернизации и без), визуализированные в электронной карте энергопотребления г.Слонима	300
Дома Гродненской и Могилевской областей с проведенной тепловой модернизаций, визуализированные в интерактивной карте мониторинга энергоэффективных мер и экономии	250
Ознакомительные визиты в страну/страны с успешным опытом тепловой модернизации старого жилфонда	5
Представители целевых групп Проекта, принявшие участие в визитах	150
Пятидневные образовательные курсы для специалистов	5
Обученные специалисты	250
Собственники жилья, принявшие участие в консультациях	60 000
Женщины, принявшие участие в консультациях	40 000

ВСЕГО информационными и коммуникационными мероприятиями информационно-коммуникационной стратегии с аутич-походом планируется охватить:	60 000 домовладельцев 250 специалистов
--	---

Дальнейшие шаги по реализации долгосрочной информационно-коммуникационной стратегии включают:

- Размещение электронных информационно-образовательных материалов на сайтах исполкомов и организаций ЖКХ в мае 2021 г.;
- Рассылка информационного бюллетеня в СМИ Гродненской и Могилевской областей в мае 2021;
- Размещение образовательного сериала на региональном телевидении (обращение на телеканалы в мае 2021);
- Демонстрация информационно-образовательного сериала на информационных ЖК экранах в поликлиниках и транспорте в Гродненской и Могилевской областях (и на других информационных экранах при возможности);
- Издание печатных материалов Пилотной программы для обеспечения информационной и коммуникационной работы с жильцами в период июнь-сентябрь 2021 г. (из расчета на 100 домов).

