



Forest Stewardship Council®  
Российский национальный офис

## УВАЖАЕМЫЕ ГОСПОДА!

Организационный комитет Премии «Гуд Вуд 2013» –



Российский национальный офис Лесного попечительского совета (FSC)



Всемирный фонд дикой природы WWF России



Национальное бюро экологических стандартов и рейтингов



Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России

- приглашает Вас выступить в качестве Спонсора 1-й национальной Премии для определения наиболее экологичных производителей и поставщиков мебели и напольных покрытий, Церемония вручения которой состоится 26 ноября в Москве в вц «ИнфоПространство» в рамках проведения четвертого международного фестиваля инновационных технологий в архитектуре и строительстве «Зеленый проект».

1 of 11



Целевая аудитория Премии:

- экологически ориентированный бизнес непосредственно из сфер производства и продажи мебели и напольных покрытий;
- представители смежных отраслей – дизайнеры, архитекторы, строители, девелоперы и проч. – активно участвующие в закупках данных товарных групп;
- индивидуальные покупатели, отдающие предпочтение «зеленым» товарам (до 30% от числа покупателей, согласно различным опросам).

Регламент Премии предусматривает несколько этапов:

1. Составление профессионального экорейтинга магазинов и производителей мебели и напольных покрытий с целью выявления среди них наиболее экологически ответственных (*июнь - сентябрь*)
2. Анонсирование в печатных и сетевых СМИ результатов экорейтинга (*октябрь - ноябрь*)
3. Награждение победителей Премии по результатам экорейтинга на IV фестивале инновационных технологий в архитектуре и строительстве «Зеленый проект» (*26 ноября*)
4. Продвижение результатов экорейтинга с медийной поддержкой (пресс-конференция, пост-релиз, интервью, статьи в СМИ и пр.)
5. Запуск программы содействия заинтересованным сторонам в достижении требований Премии (*декабрь и далее*)
6. Проведение исследования по узнаваемости награды среди целевых групп (*декабрь - февраль*)

Выбор одного из спонсорских пакетов – это наилучший способ реализовать длительную стратегию компании в области экологического маркетинга:

- продемонстрировать лидирующее положение на рынке,
- расширить контакты,
- привлечь эффективных партнеров.

Организационный комитет рад предложить Вам варианты стандартного, либо индивидуального спонсорского пакета, наиболее соответствующего Вашим актуальным целям и стратегии развития.



## ПОЛОЖЕНИЕ О СПОНСОРСТВЕ

**Премии «Гуд Вуд 2013»  
для производителей и продавцов напольных покрытий и мебели**

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Спонсорами Премии «Гуд Вуд 2013» для производителей и продавцов напольных покрытий и мебели (далее – Премии) могут быть юридические и физические лица, зарегистрированные на территории Российской Федерации или за рубежом. При этом под спонсорством понимается безвозмездная передача Организационному комитету Премии денежных средств в рублях на подготовку и проведение экорейтинга и Премии.

1.2. Организационный комитет Премии использует полученные средства по целевым назначениям (в зависимости от выбранного спонсорского пакета) на подготовку и проведение Премии.

## 2. СТАТУСЫ СПОНСОРОВ

2.1. Настоящим Положением определяется статус Спонсора:

2.1.1. Спонсор Премии – юридическое или физическое лицо, которое передает безвозмездно денежные средства в размере, соответствующем выбранной категории спонсорства, на расчетный счет Организатора Премии.

2.1.2. Спонсорский пакет определяется в зависимости от выбранной категории спонсорства.

**ОСНОВНЫЕ СПОНСОРСКИЕ ПАКЕТЫ**

Категория спонсорства	Доступность	Стоимость, руб.
Генеральный спонсор Премии	Эксклюзивно	150 000 руб.
Официальный спонсор Премии	2 пакета	70 000 руб.
Спонсор церемонии награждения	2 пакета	40 000 руб.
Информационный Партнер	без ограничения кол-ва	Размещение информационных материалов об экорейтинге и Премии в собственных СМИ
Партнер (Поставщик) Премии: - Канцелярской или сувенирной FSC-сертифицированной продукции; - Одноразовой FSC-сертифицированной посуды; - Напитки в FSC-сертифицированной упаковке	По 1 в категории	Обеспечение в необходимом количестве участников Премии продукцией своей категории



## ПРЕФЕРЕНЦИИ СПОНСОРА

Статус: ГЕНЕРАЛЬНЫЙ СПОНСОР Премии

*Пакет Генерального спонсора Премии подразумевает комплексную программу интеграции, направленную на продвижение бренда и позитивного экологически ответственного имиджа компании.*

**Данное предложение эксклюзивно: в качестве Генерального спонсора Премии может выступить только одна компания.**

### ЭКСКЛЮЗИВНАЯ ПРОГРАММА ПРОДВИЖЕНИЯ ГЕНЕРАЛЬНОГО СПОНСОРА Премии

#### **I. Логотип Генерального спонсора**

Размещение логотипа Генерального спонсора с указанием категории спонсорства на всех видах используемых рекламных носителей Премии (начиная с даты подписания договора о спонсорстве), в том числе:

- в пресс-релизах;
- в информационных письмах;
- в информационных анонсах;
- в буклете об экорейтинге (на обложке);
- в буклете Премии (на обложке);
- в рекламных модулях для печатных и сетевых СМИ;
- в итоговых материалах Премии (пост-релиз, презентационный отчет, итоговые статьи);
- на официальном пресс-волле;
- на пригласительных билетах на награждение победителей;

#### **II. Информационное продвижение**

Размещение логотипа, названия Генерального спонсора, контактных сведений и информации о Генеральном спонсоре (в электронном и печатном виде) с указанием



категории спонсорства, в том числе:

- в официальном каталоге VI фестиваля «Зеленый проект 2012» (рекламный модуль, 1 полоса, предоставляется Генеральным спонсором).

Тираж каталога – 5000 экз., объем – более 200 полос.

Каталог распространяется:

- на Фестивале «Зеленый проект»
- на всех тематических архитектурно-строительных выставках России
- в Доме Союза Архитекторов России
- во всех региональных отделениях Союза
- Союз московских архитекторов
- Мастерские ГУП МНИИП, Моспроект-1, Моспроект-2, Моспроект-3, Моспроект-4
- Дом на Брестской
- Архитектурная лавка

- на сайте <http://www.fsc.ru> (со ссылкой на сайт Генерального спонсора);

- в электронных версиях программы фестиваля (название Генерального спонсора),

на сайте <http://greenproekt.com>;

- на страницах FSC в social media – Twitter, ВКонтакте, Facebook.

### **III. Участие в программе награждения**

- выступление представителя спонсора на церемонии награждения победителей Премии (до 15 минут);

- включение представителя Генерального спонсора в жюри Премии;

- участие 5 (пяти) представителей Генерального спонсора в церемонии награждения и банкете.

### **IV. Дополнительные опции**

- вложение рекламных материалов Генерального спонсора в портфели участников мероприятия (материалы предоставляются Генеральным спонсором);

- вложение сувенирной продукции Генерального с фирменной символикой Генерального спонсора в портфели участников мероприятия (материалы предоставляются Генеральным спонсором);



- распространение информационно-рекламных материалов Генерального спонсора в зонах регистрации участников фестиваля (материалы предоставляются Генеральным спонсором);
- размещение двух рекламных баннеров roll-up в месте проведения награждения победителей Премии (предоставляются Генеральным спонсором);
- Компания Генеральный спонсор получает право использовать в своих целях статус «Генеральный спонсор Премии Гуд Вуд 2013»

***По всем вопросам просьба обращаться к координатору по программам развития Российского национального офиса FSC - Шатило Дмитрию [d.shatilo@ru.fsc.org](mailto:d.shatilo@ru.fsc.org)***



Статус: ОФИЦИАЛЬНЫЙ СПОНСОР Премии

*Выбирая данный спонсорский пакет, Вы подчеркиваете экологически ответственный имидж и статус своей компании, активно продвигаете свой бренд и расширяете маркетинговые возможности за счет привлечения новых партнеров и расширения контактов.*

#### ПРОГРАММА ПРОДВИЖЕНИЯ ОФИЦИАЛЬНОГО СПОНСОРА Премии

##### **I. Логотип Официального спонсора**

Размещение логотипа Официального спонсора с указанием категории спонсорства на следующих видах используемых рекламных носителей Премии (начиная с даты подписания договора о спонсорстве):

- в пресс-релизах;
- в информационных письмах;
- в информационных анонсах;
- в буклете Премии;
- в рекламных модулях для печатных и сетевых СМИ;
- в итоговых материалах Премии (пост-релиз, презентационный отчет, итоговые статьи);
- на официальном пресс-волле;
- на пригласительных билетах на награждение победителей;

##### **II. Информационное продвижение**

Размещение логотипа, названия Официального спонсора, контактных сведений и информации об Официальном спонсоре (в электронном и печатном виде) с указанием категории спонсорства, в том числе:

- на сайте <http://www.fsc.ru> (со ссылкой на сайт Официального спонсора);
- на страницах FSC в social media – Twitter, ВКонтакте, Facebook.



### III. Участие в программе награждения

- выступление представителя спонсора на церемонии награждения победителей Премии (до 5 минут);
- включение представителя Официального спонсора в жюри Премии;
- участие 2 (двух) представителей Официального спонсора в церемонии награждения и банкете.

### IV. Дополнительные опции

- вложение рекламных материалов Официального спонсора в портфели участников мероприятия (материалы предоставляются Официальным спонсором);
- вложение сувенирной продукции Официального с фирменной символикой Официального спонсора в портфели участников мероприятия (материалы предоставляются Официальным спонсором);
- распространение информационно-рекламных материалов Официального спонсора в зонах регистрации участников фестиваля (материалы предоставляются Официальным спонсором);
- размещение одного рекламного баннера roll-up в месте проведения награждения победителей Премии (предоставляются Официальным спонсором);
- Компания Официальный спонсор получает право использовать в своих целях статус «Официальный спонсор Премии Гуд Вуд 2013»

***По всем вопросам просьба обращаться к координатору по программам развития Российского национального офиса FSC - Шатило Дмитрию [d.shatilo@ru.fsc.org](mailto:d.shatilo@ru.fsc.org)***





Статус: СПОНСОР ЦЕРЕМОНИИ НАГРАЖДЕНИЯ

*Уникальность пакета Спонсора церемонии награждения – в специальных возможностях с минимальными финансовыми затратами реализовать Ваши идеи и индивидуальные задачи в рамках одного из ключевых деловых мероприятий России в сфере архитектуры, строительства и дизайна.*

ПРОГРАММА ПРОДВИЖЕНИЯ СПОНСОРА ЦЕРЕМОНИИ НАГРАЖДЕНИЯ

**I. Логотип Спонсора церемонии награждения**

Размещение логотипа Спонсора церемонии награждения с указанием категории спонсорства на следующих видах используемых рекламных носителей Премии (начиная с даты подписания договора о спонсорстве):

- в буклете Премии (на обложке);
- в итоговых материалах Премии (пост-релиз, презентационный отчет, итоговые статьи);
- на официальном пресс-волле;
- на пригласительных билетах на награждение победителей

**II. Информационное продвижение**

Размещение логотипа, названия Спонсора церемонии награждения, контактных сведений и информации о Спонсоре церемонии награждения (в электронном и печатном виде) с указанием категории спонсорства, в том числе:

- на сайте <http://www.fsc.ru> (со ссылкой на сайт Спонсора церемонии награждения);
- на страницах FSC в social media – Twitter, ВКонтакте, Facebook.

**III. Участие в программе награждения**

- выступление представителя спонсора на церемонии награждения победителей Премии (до 5 минут);
- проведение welcome-коктейля для гостей, участников экорейтинга и прессы от имени Спонсора церемонии награждения;



- участие 2 (двух) представителей Спонсора церемонии награждения в церемонии награждения и банкете.

#### **IV. Дополнительные опции**

- вложение рекламных материалов Спонсора награждения в портфели участников мероприятия (материалы предоставляются Спонсором награждения церемонии);

- вложение сувенирной продукции Спонсора церемонии награждения с фирменной символикой Спонсора в портфели участников мероприятия (материалы предоставляются Спонсором церемонии награждения);

- размещение рекламного баннера roll-up в месте проведения награждения победителей Премии (предоставляются Спонсором церемонии награждения);

- Компания Спонсор церемонии награждения получает право использовать в своих целях статус «Спонсор церемонии награждения Премии Гуд Вуд 2013»

***По всем вопросам просьба обращаться к координатору по программам развития  
Российского национального офиса FSC - Шатило Дмитрию [d.shatilo@ru.fsc.org](mailto:d.shatilo@ru.fsc.org)***



Статус: ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР

Информационное партнерство 1-й национальной Премии «Гуд Вуд» - это выражение вашей активной экологически ответственной позиции, а также создание в поле Вашего СМИ продолжительной тематической линии.

ПРОГРАММА ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПАРТНЕРА

**I. Логотип Информационного партнера**

Размещение логотипа Информационного партнера с указанием категории спонсорства на следующих видах используемых рекламных носителей Премии (начиная с даты подписания договора о спонсорстве):

- в итоговых материалах Премии (пост-релиз, презентационный отчет, итоговые статьи);
- на официальном пресс-волле.

**II. Информационное продвижение**

Размещение логотипа, названия Информационного партнера, контактных сведений и информации об Информационном партнере (в электронном и печатном виде) с указанием категории спонсорства, в том числе:

- на сайте <http://www.fsc.ru> (со ссылкой на сайт Информационного партнера);
- на страницах FSC в social media – Twitter, ВКонтакте, Facebook.

**III. Участие в программе награждения**

- участие 1 (одного) представителя Информационного партнера в церемонии награждения и банкете.

**IV. Дополнительные опции**

- вложение рекламных материалов Информационного партнера в портфели участников мероприятия (материалы предоставляются Информационным партнером);
- Компания Информационный партнер получает право использовать в своих целях статус «Информационный партнер Премии Гуд Вуд 2013»

*По всем вопросам просьба обращаться к координатору по программам развития Российского национального офиса FSC - Шатило Дмитрию [d.shatilo@ru.fsc.org](mailto:d.shatilo@ru.fsc.org)*