

ZIEMIANYE

ATAKUJĄ!

NOWE NARRACJE

praktyczny przewodnik komunikacyjny
dla liderów zmian w interesie Ziemi

propozycja dla patronów

LATA
DWUDZIESTE

Partner merytoryczny



Global Compact
Network Poland

Wspierający partner merytoryczny



FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU



patronat honorowy
Prezydenta miasta
stołecznego
Warszawy

czas czytania:

15
min

Zaproszenie

Zapraszamy do objęcia patronatu nad specjalną edycją projektu „Ziemianie Atakują!”. W 2025 roku mamy zamiar przygotować i rozdystrybuować **praktyczny przewodnik komunikacji**, potrzebny do realizacji celów klimatycznych. Politykom, samorządowcom, firmom i organizacjom pozarządowym. Jak zwykle pod marką „Ziemiań” – atrakcyjna forma i najwyższa jakość w dobrej cenie 0.00 PLN.

Wiemy jak to zrobić, wiemy z kim to zrobić. Skorzystamy z dorobku „Ziemiań”. Mamy szczegółowo rozpisany proces, uwzględniający nawiązanie do realnych potrzeb Ziemi, szukanie insightów, wypracowanie i przetestowanie konceptów komunikacyjnych oraz przygotowanie i promocję raportu i poradników.

Wyzwaniem jest finansowanie, bo koszt projektu może być zbyt duży dla jednego klienta. Proponujemy zatem wykup „cegielek” i objęcie tytułu patrona projektu „Ziemianie Atakują! – nowe narracje”.

Jeśli uda nam się zebrać odpowiednio dużo „cegielek”, przygotowane pomysły przetestujemy w innych krajach Europy, czyniąc projekt międzynarodowym. Ofertę skalkulowaliśmy tak, by było to możliwe.

Zapraszamy do współpracy,

Lata Dwudzieste i Partnerzy



Partner merytoryczny



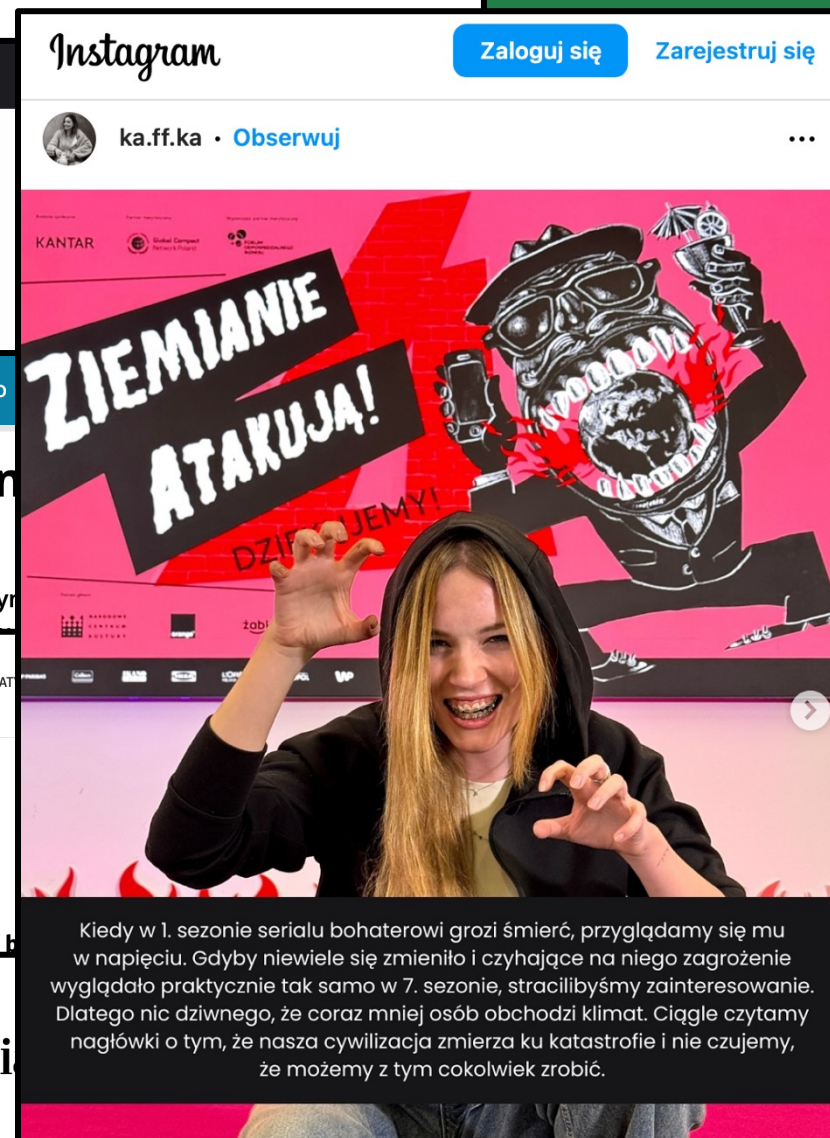
Global Compact
Network Poland

Wspierający partner merytoryczny



FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU





Raport „Ziemiańskie Atakuja!” w 2024 r. obnażył drastyczny spadek zaangażowania społeczeństwa w działania mające na celu uniknięcie katastrofy klimatycznej.

Pogłębiona analiza wyników oraz monitoringu mediów oraz przekazów reklamowych wskazuje na to, że **popołniony został błąd komunikacyjny** w skali makro.

Najpoważniejsze wyzwanie współczesnego świata nie doczekało się konsekwentnej i profesjonalnej komunikacji. Polacy coraz mniej mają ochotę wspierać działania pro środowiskowe, bo nie rozumieją ich sensu lub rozumieją je na różne sposoby. Nie podniósł się także stan wiedzy – nadal jako społeczeństwo ledwo zdajemy (na dwójkę z plusem) test wiedzy o środowisku.

Firmy, władze, NGO'sy działają osobno. Każdy szuka swojej narracji. Powstaje chaos.

Niniejsza propozycja to pomysł

jak naprawić ten błąd.



Partner merytoryczny



Global Compact
Network Poland

Wspierający partner merytoryczny



FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

**ZIEMIENIE
ATAKUJA!**

„Gdyby sitwa złych psychologów zgromadziła się w tajnej podwodnej bazie, aby wymyślić kryzys, do poradzenia sobie z którym ludzkość byłaby beznadziejnie przygotowana, nie mogliby zaproponować nic lepszego niż zmiana klimatu”.

Oliver Burkeman, The Guardian

W 2025 roku zorganizujemy spotkanie sitwy doskonałych ekspertów, z którymi wypracujemy w końcu język zapobiegania katastrofie klimatycznej. Wypracowany poradnik prześlemy wszystkim politykom, samorządom, firmom i NGO'som. Bezpłacie.

W tym dokumencie znajdziecie:

1.

DIAGNOZĘ

Dlaczego mamy problem ze społecznym poparciem takich zmian, które spowolnią zmianę klimatu i pozwolą uniknąć katastrofy?



2.

PODEJŚCIE

Nasz **pomysł jak to rozwiązać**. Banalnie prosty, sami się dziwimy, że nikt tego jeszcze nie zrobił.



3.

PLAN

Jak to zrobimy? Porządnie. A tu **główne elementy procesu**. Te, na które potrzebujemy finansowania.



4.

PROPOZYCJĘ

Chcecie wesprzeć ten projekt? Mamy pomysł, mamy know-how, mamy kontakty, mamy partnerów merytorycznych. Teraz **potrzebujemy finansowania**. A umiemy się odwdzięczyć!



ZIEMIENIE

ATAKUJA!

MAMY PROBLEM

Społeczeństwo: „dość już o tej zmianie klimatu”

To jest społeczeństwo.

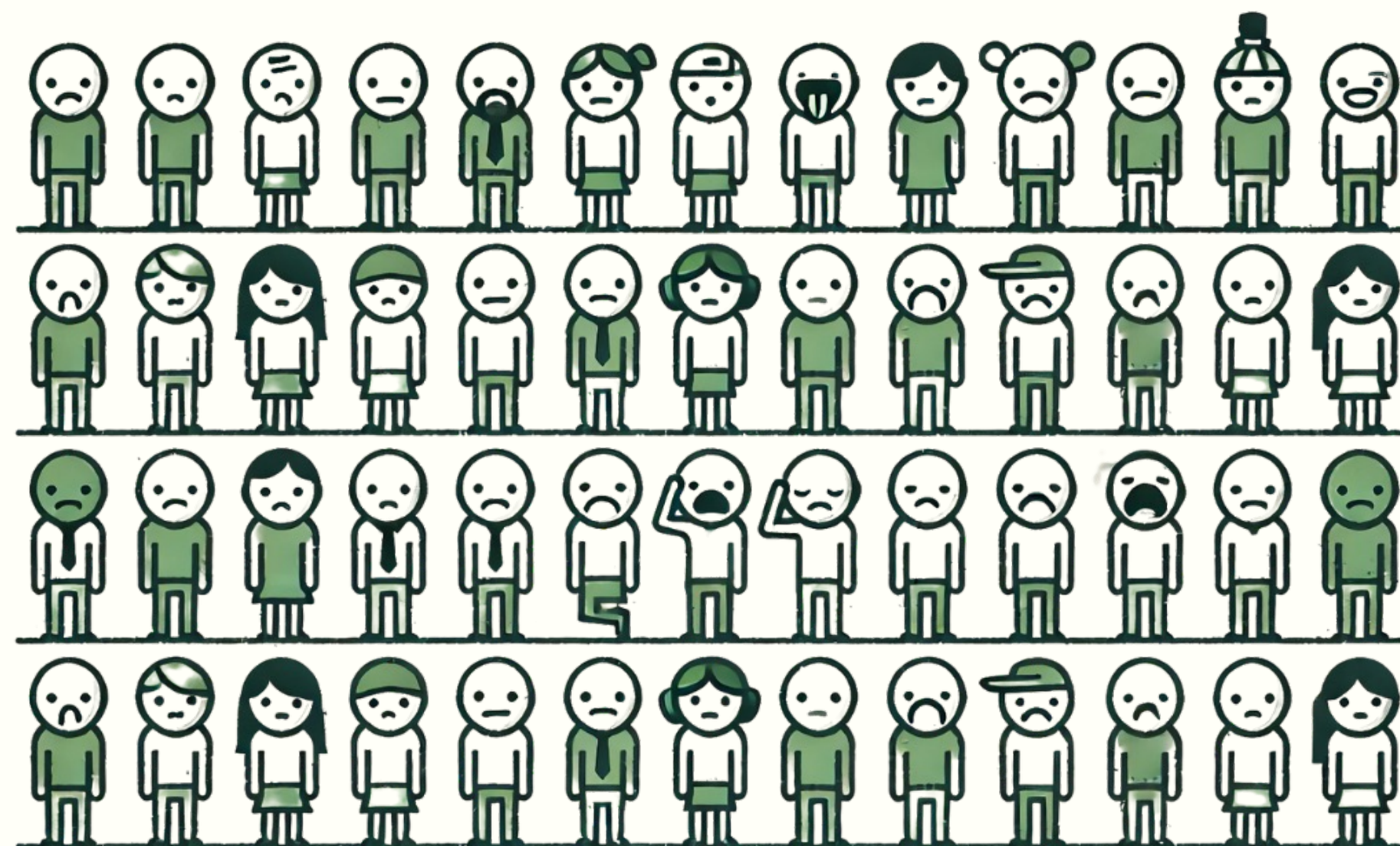
Różni ludzie, różne postawy, różne zachowania. Także wobec problemu katastrofy klimatycznej.

63% z nich uważa, że „stan, w którym znalazła się Ziemia jest poważny i wymaga natychmiastowych działań”*. Niestety, ich wiedzę o możliwych do podjęcia działaniach można ocenić na „dwójkę z plusem”*. Są zagubieni i w efekcie odwracają się od problemu katastrofy klimatycznej, starając się „jakoś żyć”.

Tylko 5% z nich jest w stanie aktywnie działać na rzecz uniknięcia katastrofy klimatycznej.*

Coraz rzadziej uważają, że sami są w stanie coś wskórać. Ich oczy kierują się na władze (centralne i samorządowe), biznes (przede wszystkim duże firmy), a także organizacje pozarządowe.*

Więcej dowodów? Zapraszamy na www.ziemianieatakuja.pl!



Ilustracja wygenerowana przez AI

Społeczeństwo: mieszkańcy, wyborcy, pracownicy, konsumenci

Od 2019 roku zmiana klimatu i katastrofa klimatyczne przedarły się do komunikacyjnego mainstreamu. Same polskie media przez ostatnich pięć lat użyły terminu „zmiany klimatyczne” aż 1 570 717 razy!

O zmianie klimatu, dewastacji środowiska i konieczności transformacji mówią osobno:

- Firmy (realizując strategię ESG bądź starając się nawiązać więź z odbiorcą wykorzystując napięcie konsumenckie w tym obszarze).
- Politycy władz centralnych oraz politycy samorządowi (starając się przekonać mieszkańców do akceptacji nowych norm lub próbując zyskać sympatię przed wyborami).
- NGO's (realizując swoje statutowe kampanie)
- Pracodawcy, czyli wszyscy powyżsi razem wzięci (starając się wytłumaczyć swe działania pracownikom)

Po pięciu latach prowadzenia projektu „Ziemianie Atakują!”, można stwierdzić, że taka rozdrobniona komunikacja nie tylko nie przyniosła zamierzonych efektów, ale okazała się przeciwnie skuteczna (spowodowała demobilizację i spadek aktywności odbiorców).

*„Ziemianie Atakują” 2024, Lata Dwudzieste i Kantar, N=1101



Ilustracja wygenerowana przez AI



Pietera Bruegla „Wieża Babel” [Wikipedia]

W naszej ocenie całościowa komunikacja o zagrożeniu klimatycznym i konieczności transformacji prowadzona jest w sposób chaotyczny, przy użyciu różnych, nie zawsze sprawdzonych insightów i argumentów. Komunikacja jednego z najpoważniejszych wyzwań przypomina szum informacyjny, który zapanował na budowie Wieży Babel. W komunikacji najważniejszego wyzwania współczesnych czasów zabrakło dorobku marketingu.

I jak tu nie mieć „budyniu” w głowie?

2,4 mln

firm



„Neutralność klimatyczna.” „Zielona transformacja.” „Zeroemisyjność.” „Odnawialne źródła energii [OZE].” „Efektywność energetyczna.” „Inwestycja w przyszłość.” „Transformacja w kierunku zrównoważonego rozwoju.” „Transport publiczny zamiast prywatnych aut.” „Mobilność miejska.” „Zrównoważona mobilność.” „Zeroemisyjny transport.” „Rower to przyszłość.” „Miasta przyjazne pieszym.” „Car-free day” [Dzień bez samochodu].

103 tys.

NGO’ów



2477 tys.

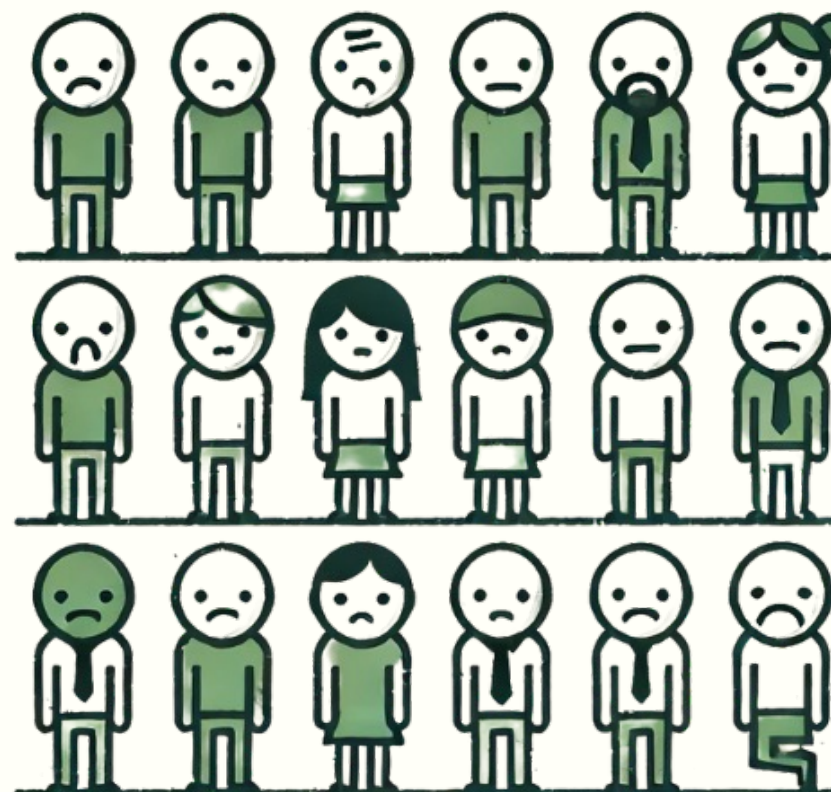
gmin



„Dieta planetarna.” „Lokalne i sezonowe produkty.” „Redukcja mięsa w diecie.” „Odpowiedzialne jedzenie.” „Zero waste kitchen.” „Etyczne wybory żywieniowe.” „Kupuj świadomie.” „Działaj lokalnie, myśl globalnie.” „Każdy krok się liczy.” „Razem dla przyszłości planety.” „Zmieniaj świat, zaczynając od siebie.” „Twoje wybory mają znaczenie.” „Nie mamy planety B.”

66

partii politycznych



ZIEMIANY

ATAKUJĄ!

MAMY ROZWIĄZANIE

Uprośćmy nasze cele

Kompendium wiedzy i inspiracji „Ziemiańskie Atakują!” powstało po spotkaniu prawie trzech tuzinów ekspertów środowiskowych i klimatycznych. Podczas warsztatów wypracowane zostały trzy priorytetowe obszary działania.

Może nie mówmy już o zmianie klimatu i o katastrofie klimatycznej. Chyba nam to nie wychodzi. Badanie „Ziemiańskie Atakują!” udowadnia to niestety dobitnie. [Nieumiejętna i nieskoordynowana] komunikacja przyniosła odwrotny efekt – duży spadek zainteresowania tą tematyką wśród Polaków.

Skupmy się na tych trzech kluczowych obszarach i stwórzmy dla nich strategię komunikacji oraz poradnik dla kluczowych graczy, którzy mogą i chcą zmiany w organizacjach i społecznościach. Często chcą dobrze, tylko są pozbawieni odpowiedniego języka.

Stworzymy trzy praktyczne poradniki komunikacji, która powinna towarzyszyć mądrym zmianom [zauważyliście, że nie używamy słowa „transformacja”? To nie przypadek – po kilkudziesięciu projektach już wiemy, że to słowo znajdzie się w poradniku na liście słów zakazanych].

Czwarty poradnik będzie dla pracodawców – wszystkich, którzy mają kłopot z zaangażowaniem swoich pracowników w realizację celów pro środowiskowych i ze zrozumieniem tych celów.

Źródło: „Ziemiańskie Atakują!”, Kantar i Lata Dwudzieste



Partner merytoryczny



Global Compact
Network Poland

Wspierający partner merytoryczny



FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

3 obszary do poprawy

wypracowane przez ekspertów „Ziemiańskie Atakują!”

Energetyka

Odejść od paliw kopalnych,
inwestować w rozwój
alternatywnych źródeł energii,
zmniejszenie energochłonności.

Transport

Wprowadzić opodatkowanie
emisyjnych (głównie CO₂)
środków transportu przy
jednoczesnym rozwoju taniego
i przystępnego transportu
publicznego.

Rolnictwo

Zminimalizować efekty produkcji
szkodliwej dla klimatu (w tym
produkcji mięsa). Rozwijać rolnictwo
w oparciu o produkty przyjazne dla
planety: łatwo dostępne i lokalne.

Efekt: jesienią 2025 roku...

2,4 mln

firm

103 tys.

NGO'sów

2477 tys.

gmin

66

partii politycznych

dostanie do dyspozycji:

Nowa narracja

PRAKTYCZNY PORADNIK

JAK KOMUNIKOWAĆ ZMIANY I ANGAŻOWAĆ LUDZI W DZIAŁANIA,
KTÓRE [TAK NAPRAWDĘ]
MAJĄ POMÓC W UNIKNIĘCIU KATASTROFY KLIMATYCZNEJ

TRZY, GÓRA CZTERY NAJWAŻNIEJSZE CELE

10-15 SLAJDÓW NA CEL

PRZYSTĘPNY JĘZYK I ANGAŻUJĄCA FORMA

WYKORZYSTAMY DOROBIEK NAUKOWY MARKETINGU:

KLUCZOWE INSIGHTY DLA KAŻDEGO CELU

BENEFITY DLA ODBIORCÓW I KONCEPTY KOMUNIKACYJNE

RTB

TONE OF VOICE I JĘZYKOWE DO'S & DONT'S

PRZYKŁADOWE KEY VISUALS

KRÓTKI PORADNIK WYMAGAŃ PRZETARGOWYCH

POZA TYM: RAPORT PODSUMOWUJĄCY CAŁY PROJEKT

I KONFERENCJA TOWARZYSZĄCA PREMIERZE



LATA
DWUDZIESTE

Partner merytoryczny



Global Compact
Network Poland

Wspierający partner merytoryczny



FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

„Ziemianie” a przewodnik „Nowe narracje”



czas	cykliczny pomiar	jednorazowy poradnik
rozmiar	duży raport	krótki, użyteczny przewodnik
perspektywa	helicopter view	fokus na komunikację
rola	dostarczenie wiedzy i inspiracji	dostarczenie praktycznych wskazówek
zasięg	Polska	Europa



ZIEMIANYE

ATAKUJA!

JAK TO ZROBIMY?

Spotkanie czterech światów

Podstawą naszego projektu jest odbudowanie połączeń, które zostały zerwane po rewolucji przemysłowej. Podstawą działania nowożytnego ładu jest specjalizacja. Od wczesnych lat szkolnych wybieramy kierunek edukacji, porzucając rok po roku kolejne dziedziny nauki. Pogłębiając zrozumienie naszego wąskiego pola, ale tracimy kontakt z dorobkiem innych dziedzin.

Nie nazwano by rowu oceanicznego i licznych miast nazwiskiem uczonego Alexandra von Humboldta, nie byłoby także wszystkich jego odkryć, gdyby nie umiejętność i otwartość na połączenie różnych dziedzin nauki i kultury. Nie powstałyby tak wartościowe opisy mechanizmów działania natury, gdyby nie ta otwartość, której najlepszym przykładem była przyjaźń i współpraca z Johannem Wolfgangiem von Goethe...

W projekcie połączymy cztery światy. Spotkają się ludzie, którzy nie chodzą ze sobą „na piwo”. Zorganizujemy arenę współpracy:

- Świata nauk ścisłych (w tym fizyki, i nauki o klimacie)
- Świata nauk społecznych (w tym ekonomii, socjologii i psychologii)
- Świata nauk humanistycznych (w tym literatury, historii i filozofii)
- Świata twórców (pisarzy, kompozytorów, grafików, aktorów)

Energię i insighty płynące z połączenia czterech światów połączymy z wiedzą marketingową i umiejętnością tworzenia strategii komunikacji.



Ilustracja wygenerowana przez AI

Partnerstwa

Partnerem merytorycznym „Ziemian” jest od 2019 r. UN Global Compact Network Poland. Premiera pierwszej edycji raportu, dzięki specjalnemu telemostowi, miała równolegle miejsce na szczycie ONZ w Nowym Jorku. Od 2022 r. raporty „Ziemianie Atakują!” recenzuje Rada Klimatyczna przy UN Global Compact Network Poland.

Od 2024 r. wspierającym partnerem merytorycznym jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Dzięki tej współpracy raport został rozbudowany o sekcję przeznaczoną dla małych i średnich firm.

Realizując projekt „Ziemianie Atakują! – nowe narracje” chcemy nawiązać nowe partnerstwa, które będą miały na celu dotarcie do większej grupy firm, samorządów oraz NGO’ów – do wszystkich, którzy prowadzili i będą prowadzić kampanie komunikacyjne poruszające kwestie przeciwdziałania zmianie klimatu oraz towarzyszące działaniom transformacyjnym



Partnerzy projektu:

- **UNGC Network Poland** [współpraca międzynarodowa, recenzja Rady Klimatycznej, oraz kontakt ze światem polityki i biznesu]
- **Forum Odpowiedzialnego Biznesu** [współpraca z największymi firmami]

Planowane nowe partnerstwa komunikacyjne, zwiększające zasięg rażenia projektu:

- Krajowa Izba Gospodarcza [dotarcie do dziesiątek tysięcy małych i średnich firm]
- Związek Miast Polskich [dotarcie do samorządów]
- Koalicja Klimatyczna [dotarcie do NGO’ów zajmujących się przeciwdziałaniem katastrofie klimatycznej]

W związku z charakterem projektu zamierzamy też współpracować z innymi organizacjami i ośrodkami naukowymi, takimi jak: Forum Energii, Fundacja Promocji Pojazdów Elektrycznych, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, GreenREV Institute, Instytut Spraw Publicznych.



Partner merytoryczny



Global Compact
Network Poland

Wspierający partner merytoryczny



FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Agenda spotkania Czterech Światów w KUMAKu

Przedstawiciele Czterech Światów spotkają się w Mazurskim Centrum Bioróżnorodności i Edukacji KUMAK – miejscu, w którym wszyscy poczujemy harmonię z naturą, a przed rozpoczęciem pracy zanurzymy się w przyrodę zarówno immersyjnie, jak i w tradycyjny sposób.

23 czerwca	24 czerwca	25 czerwca
10:00 – wyjazd specjalnym zielonym pociągiem do Olsztyna, w wagonie prezentacja wprowadzająca	8:30 – śniadanie	8:30 – śniadanie
12:00 – przesiadka do zielonego autobusu do Mikołajek	9:30 – wyjazd do KUMAKu	9:30 – wyjazd do KUMAKu
14:30 – obiad w hotelu w Mikołajkach	10:00 – zwiedzanie ekspozycji „co jest pod wodą, wśród drzew, traw i w ziemi”	10:00 – warsztaty – tworzenie konceptów komunikacyjnych do realizacji celów środowiskowych
16:00 – wyjazd do KUMAKu	11:30 – stan środowiska AD 2025 – czy grozi nam katastrofa klimatyczna i jak jej zapobiec	12:00 – przerwa
16:30 – wycieczka w naturę z przewodnikiem	12:30 – podsumowanie wniosków z „Ziemian” i innych badań społecznych	12:30 – prezentacja konceptów komunikacyjnych
18:30 – fuckup session (prezentacja błędów w kampaniach prośrodowiskowych przez ich autorów)	13:00 – prezentacja wypracowanych wcześniej celów środowiskowych (do zbudowania przekazów komunikacyjnych)	13:00 – dyskusja argumentacyjna Swarmcheck – wybór celów priorytetowych
20:00 – powrót do hotelu	13:45 – lunch	14:30 – Lunch
20:15 – kolacja i posiadówka	15:00 – Sesja Open Space – jak skutecznie realizować cele środowiskowe, zyskując poparcie mieszkańców, wyborców, konsumentów i pracowników	15:30 – powrót zielonym autobusem do Warszawy
	19:30 – kolacja w Mikołajkach i zacieśnianie więzi	



Partner merytoryczny



Global Compact
Network Poland

Wspierający partner merytoryczny



FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

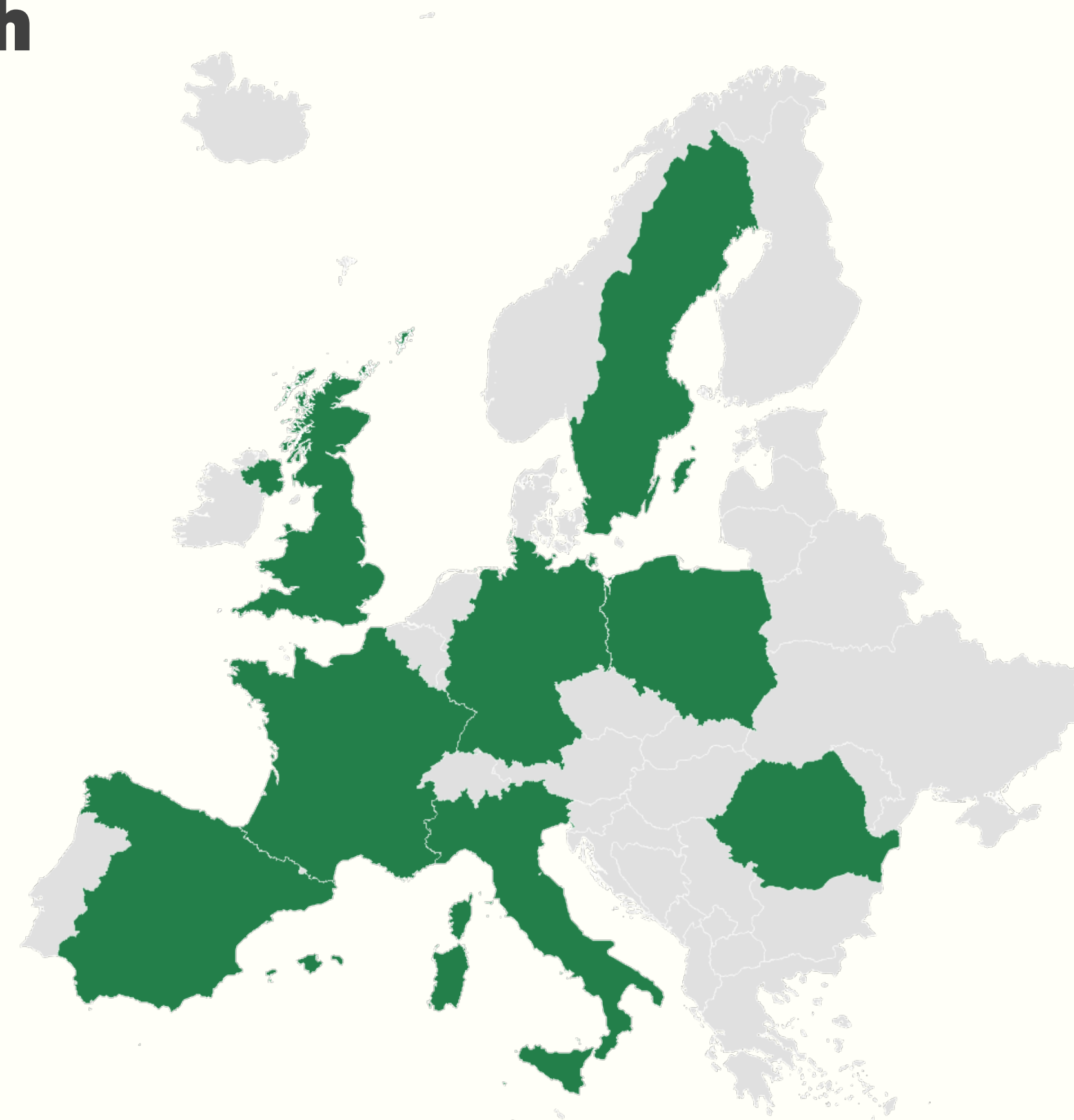
Testy koncepców komunikacyjnych

Wypracowane koncepty komunikacyjne zamierzamy przetestować w Polsce, a w przypadku zebrania odpowiednich środków, także w 7 innych krajach europejskich.

Nie tylko Polska boryka się z brakiem wypracowanej narracji wokół katastrofy klimatycznej, więc spodziewamy się, że wypracowane koncepty mogą stać się przydatne także w innych krajach Europy. Sprawdzimy to w badaniu.

Kwestionariusz badania oprócz testowanych koncepców będzie zawierał także baterię pytań charakteryzujących stosunek do zmiany klimatu i środowiska naturalnego na bazie kwestionariusza „Ziemia atakuje!”.

OBECNE FINANSOWANIE PROJEKTU POZWOLI NA PRZETESTOWANIE KONCEPCÓW W POLSCE. W PRZYPADKU POZYSKANIA DODATKOWYCH ŚRODKÓW, TESTY BĘDĄ ROZSZERZANE NA INNE KRAJE EUROPY.



Partner merytoryczny



Global Compact
Network Poland

Wspierający partner merytoryczny



**FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU**

Powered by Bing
© GeoNames, Microsoft, Open Places, OpenStreetMap, TomTom

Efekt projektu

Efektom projektu będzie jeden raport podsumowujący cały proces przygotowania strategii komunikacji, wzbogacony o artykuły eksperckie i źródła z inspiracjami.

oraz

Cztery zwięzłe, krótkie poradniki komunikacji do realizacji wypracowanych celów klimatycznych.

W przypadku poradników stawiamy na zwięzłość, krótką i czytelną formę oraz prostotę, wszak założeniem projektu jest fakt, że przewodniki oddajemy w ręce także małych podmiotów (małych firm, małych samorządów), które nie mają struktur i doświadczenia w profesjonalnej komunikacji.

Sekcje poradników:

1. Główne cele klimatyczne
2. Paleta insightów
3. Rekomendowane koncepty komunikacyjne
4. RTB
5. Tone of voice (w tym słowa rekomendowane i słowa zakazane)
6. Przykładowy visual
7. Rekomendacje do konstrukcji przetargów

Nowa narracja

PORADNIK KOMUNIKACYJNY



TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA

10-15 stronicowy krótki
poradnik komunikacyjny

Nowa narracja

PORADNIK KOMUNIKACYJNY



TRANSFORMACJA TRANSPORTU

10-15 stronicowy krótki
poradnik komunikacyjny

Nowa narracja

PORADNIK KOMUNIKACYJNY



ZMIANA SPOSOBU ŻYWIENIA

10-15 stronicowy krótki
poradnik komunikacyjny

Nowa narracja

PORADNIK KOMUNIKACYJNY



DLA PRACODAWCÓW

10-15 stronicowy krótki
poradnik komunikacyjny



RAPORT PODSUMOWUJĄCY

Najważniejsze wnioski i inspiracje z procesu powstawania strategii komunikacji

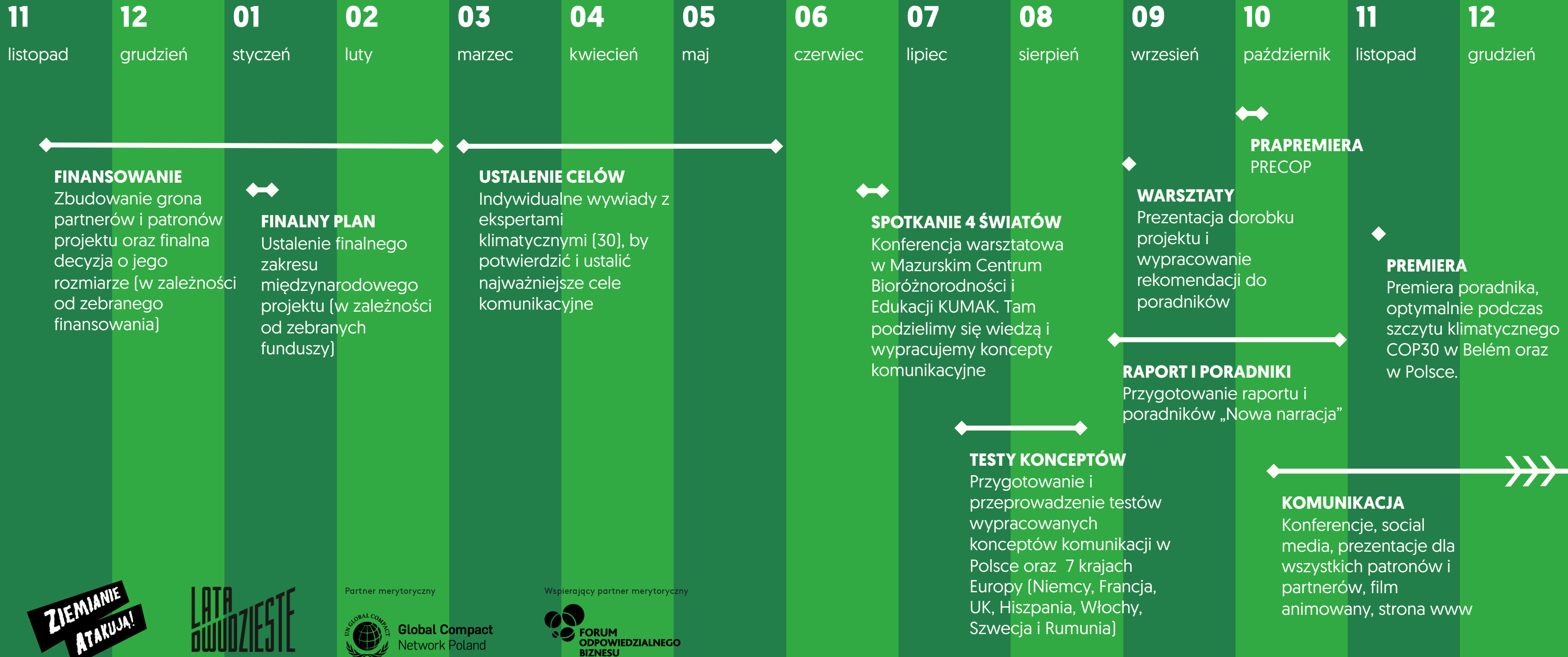


Komunikacja

Po zakończeniu pracy nad przewodnikami i raportem, czeka nas faza komunikacji, tak by praktyczna wiedza dotarła i była w praktyce wykorzystywana przez samorządy, polityków, firmy i NGO'sy. Zamierzamy wykorzystać następujące narzędzia:

1. Social media (swoje i patronów oraz partnerów)
2. Stronę www (landing page – „zieloną” kopię strony ziemianieatakuja.pl z raportem oraz poradnikami do pobrania oraz z krótką animacją wprowadzającą)
3. Media relations (informacje prasowe, zaproszenia na wydarzenia dla dziennikarzy)
4. Influencerzy (wraz z agencją PR będziemy nawiązywać relacje z influencerami spoza „klimatycznej bańki”)
5. Eventy (przede wszystkim premierę projektu, PRECOP oraz eventy partnerów [staramy się o COP 30 w Belem, GREENPACT, EFNI, INSUMMIT] i eventy organizacji, z którymi nawiążemy współpracę partnerską [np. Krajowa Izba Gospodarcza, Związek Miast Polskich, Koalicja Klimatyczna])
6. Kreatywność, storytelling i prosty język – to warunki konieczne, a dla nas oczywiste przy każdym projekcie. Jak w animacji „Ziemianie Atakują!”, którą zresztą zamierzamy stworzyć ponownie na rzecz tego projektu.
7. Prostotę i krótką formę komunikacji (poradniki będą krótkie, z prostymi „do's” i „dont's”, przykładowymi komunikatami i poradami. Wiemy, że długich treści [prawie] nikt nie czyta.

Kalendarium projektu 2024/2025



ZIEMIANY

ATAKUJĄ!

PROPOZYCJA DLA PATRONÓW

Umiemy się odwdzięczyć: 28 korzyści dla patrona



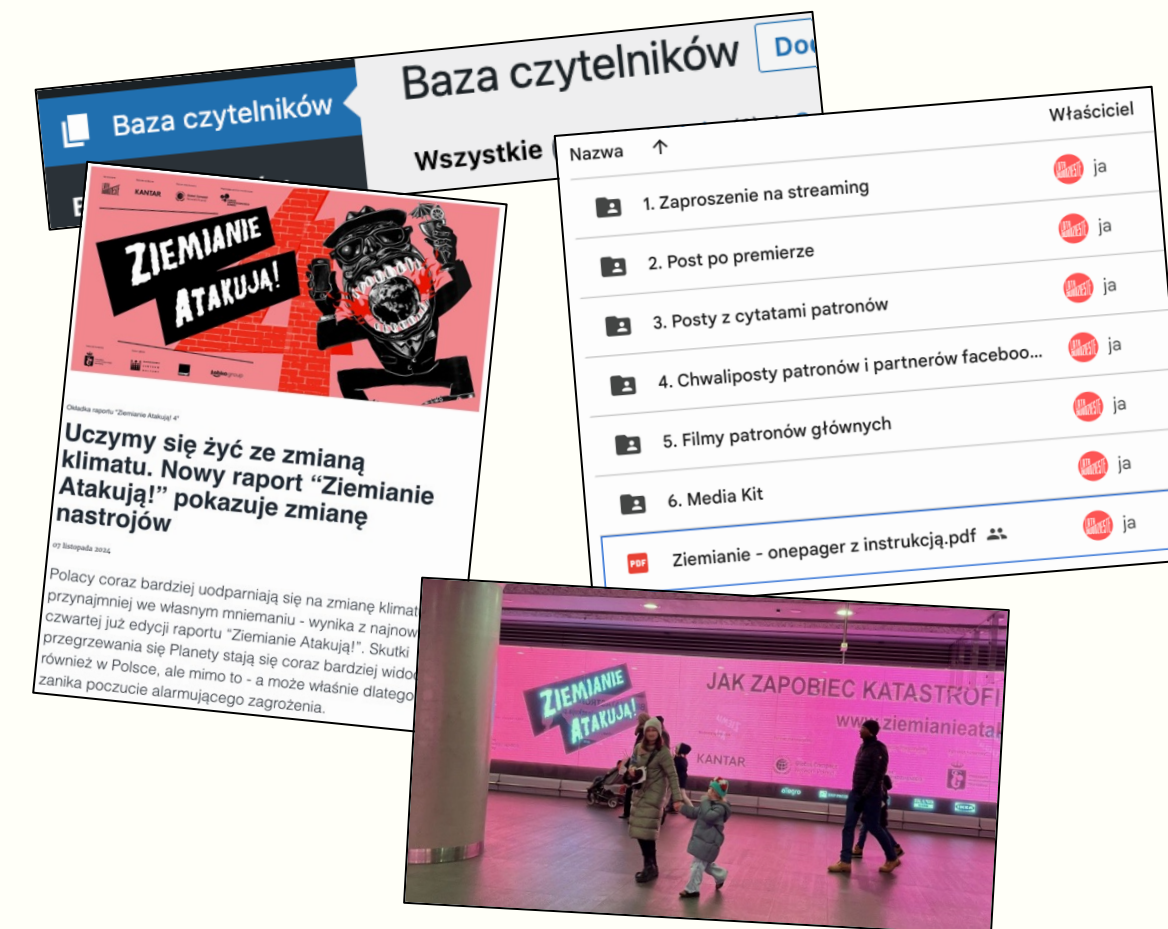
PROMOCJA PATRONA

1. Logo na okładce raportu (+ekspozycja patrona głównego)
2. Logo na stronie głównej projektu
3. Cytat na stronie projektu



PROMOCJA W SOCIAL MEDIACH

4. Informacje o patronacie
5. Cytat przedstawiciela patrona
6. Dedykowane posty dla przedstawicieli patrona
7. Film z udziałem patrona



KOMUNIKACJA

8. Wysłka informacji o roli patrona w mailingu (ponad 7 tys. odbiorców)
9. Opis roli patrona w informacji prasowej towarzyszącej premierze raportu i przewodnika (co najmniej jedna informacja prasowa)
10. Ekspozycja roli patrona w ewentualnych działaniach komunikacyjnych (wynikających z innych patronatów)
11. Przygotowanie press-kitu do social mediów i mediów
12. Przygotowanie planu PR, który w optymalny sposób wykorzysta zaangażowanie patrona w projekt



Partner merytoryczny



Global Compact
Network Poland

Wsparający partner merytoryczny



Umiemy się odwdzięczyć: 28 korzyści dla patrona



WSPÓŁPRACA MERYTORYCZNA

13. Zaproszenie gości ze strony patrona do cyklu audycji radiowych
14. Udział w konferencji Cztery Światy w Kumaku

OBECNOŚĆ W RAPORCIE

15. Artykuł ekspercki patrona umieszczony w raporcie
16. Cytat przedstawiciela patrona w raporcie
17. Fiszka SDG patrona w raporcie (opis działań organizacji w obszarze zrównoważonego rozwoju)

WSPÓŁPRACA PRZY BADANIU

18. Umieszczenie pytania patrona w kwestionariuszu przy okazji testów konceptów komunikacyjnych
19. Przekazanie wyników badania patronowi do wykorzystania wewnętrznego (tabele)

Umiemy się odwdzięczyć: 28 korzyści dla patrona



DLA ORGANIZACJI PATRONA

- 20. Przeprowadzenie spotkania (prezentacja wyników i dyskusja) dla zespołu patrona
- 21. Przeprowadzenie prezentacji projektu dla managerów regionalnych/globalnych patrona (po angielsku, online)



WYDARZENIA

- 22. Ekspozycja roli patrona podczas eventów, na których omawiany jest projekt
- 23. Aranżowanie udziału przedstawiciela patrona podczas wydarzeń (w miarę możliwości)



PREMIERA

- 24. Zaproszenie przedstawicieli patrona na premierę
- 25. Udział merytoryczny w premierze
- 26. Materiały marketingowe patrona
- 27. Wręczenie statuetki
- 28. Przekazanie zdjęć/nagrań z premiery do wykorzystania przez patrona



Partner merytoryczny



Global Compact
Network Poland

Wspierający partner merytoryczny



FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Premiera „Ziemian” w listopadzie 2024 r.

130 gości na premierze.

409 widzów online.

1000 pobranych raportów w pierwsze trzy tygodnie

2,9 mln skumulowanego zasięgu informacji w mediach
[pierwsze trzy tygodnie]

Zobaczcie krótki film z premiery „Ziemian” 7 listopada 2024 r.,
przygotowany przez jednego z naszych patronów, Wirtualną Polskę:
[https://youtu.be/yEV9ih7U_Y8?si=u2RTYkbSUvh0zx8G]



Partner merytoryczny



Global Compact
Network Poland

Wspierający partner merytoryczny



FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Propozycja objęcia patronatu

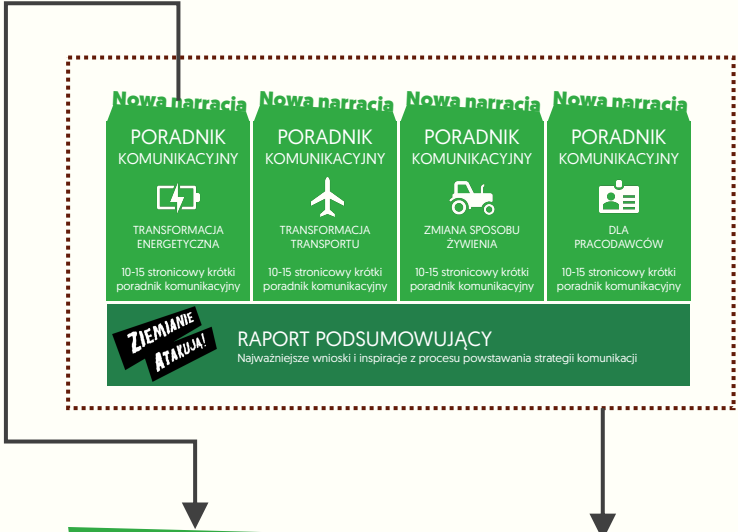
nad JEDNYM Z CZTERECH WYBRANYCH PORADNIKÓW lub nad CAŁYM PROJEKTEM

Z cegiełkami jak to z cegiełkami – można ich kupić więcej albo mniej.

To duży i sprawczy projekt. Większy niż raport „Ziemiańskie Atakuj!”, stąd zróżnicowane propozycje udziału.

Będziemy zaszczytzeni, jeśli wybieriecie Państwo swoją formę wsparcia tego specjalnego projektu, suplementu do projektu „Ziemiańskie Atakuj!”.

Tu widzicie możliwości objęcia patronatu nad jednym z czterech przewodników lub patronatu nad całym projektem (cztery poradniki + raport).



Rodzaj patronatu	Korzyści	Cena patronatu (netto)	
		1 z 4 poradników	Cały projekt
Patron Wyłączny	Maksymalna liczba korzyści. Patronat nad całym poradnikiem obejmuje jedna instytucja/firma. (ta propozycja wygaśnie po zgłoszeniu się pierwszego Patrona)	Indywidualne negocjacje	Indywidualne negocjacje
Patron Główny Wyłączny	Maksymalna liczba korzyści. Patronat główny obejmuje tylko jedna instytucja/firma. (ten patronat jest dostępny do pierwszego zgłoszenia)	88 000 PLN	Indywidualne negocjacje
Patron Główny	Maksymalna liczba korzyści (poza wyłącznością i wsparciem działań komunikacyjnych przez agencję PR). Patronat główny mogą objąć trzy podmioty.	49 000 PLN	112 000 PLN
Patron	Rozszerzona liczba korzyści. Patronat może objąć do 16 instytucji/firm.	26 000 PLN	56 000 PLN
Patron Wspierający	Podstawowa liczba korzyści. Brak ograniczeń liczby patronów.	6 000 PLN	18 000 PLN



Partner merytoryczny



Global Compact
Network Poland

Wspierający partner merytoryczny



1. Przed podpisaniem umowy patronackiej planowany jest krótki wywiad dotyczący działań firmy w obszarze ochrony środowiska naturalnego.
2. Po objęciu tytułu Patrona Głównego skonsultujemy z nim możliwość objęcia tytułu kolejnego Patrona Głównego, który prowadzi działalność bezpośrednio konkurencyjną.
3. Oferta patronacka nie jest kierowana do podmiotów stanowiącą bezpośrednią konkurencję dla organizatorów projektu (Kantar i Lata Dwudzieste).
4. Organizatorzy zastrzegają sobie prawo do ostatecznej decyzji w sprawie patronatu.

Szczegółowa oferta korzyści

PATRONAT NAD
1 Z 4 PRZEWODNIKÓW



PATRONAT
CAŁEGO PROJEKTU

	Patron Główny	Patron	Patron Wspierający	Patron Główny	Patron	Patron Wspierający
Partnerska współpraca merytoryczna	przy przewodniku			przy całym projekcie		
Logo na okładce raportu				wyróżnione miejsce	w pasku patronów	w pasku patronów
Logo na okładce przewodnika	wyróżnione miejsce	w pasku patronów	w pasku patronów			
Logo na stronie głównej projektu	w sekcji patronów	w sekcji patronów	w sekcji patronów	na stronie głównej	w sekcji patronów	w sekcji patronów
Cytat na stronie projektu	tak			tak		
Social media - Informacje o patronacie	tak	tak	tak	tak	tak	tak
Social media - Cytat przedstawiciela patrona	tak	tak	tak	tak	tak	tak
Social media - Dedykowane posty dla przedstawicieli patrona	tak	tak		tak	tak	
Social media - Film z udziałem patrona	tak			tak		
Wysyłka informacji o roli patrona w mailingu (ponad 7 tys. odbiorców)	tak			tak		
Opis roli patrona w informacji prasowej towarzyszącej premierze raportu i przewodnika (co najmniej 1 informacja prasowa)	tak			tak	tak	
Ekspozycja roli patrona w ewentualnych działaniach komunikacyjnych (wynikających z innych patronatów)	tak			tak	tak	
Przygotowanie press-kitu do social mediów i mediów	tak			tak	tak	
Przygotowanie planu PR, który w optymalny sposób wykorzysta potencjał patrona	tak			tak		
Udział w konferencji i warsztatach Cztery Światy w Kumaku	tak			tal	tak	
Artykuł ekspercki patrona umieszczony w raporcie	tak			tak		
Cytat przedstawiciela patrona w raporcie				tak	tak	
Fiszka SDG patrona w raporcie (opis działań w obszarze zrównoważonego rozwoju)	tak	tak	tak	tak	tak	tak
Umieszczenie pytania patrona w kwestionariuszu przy okazji testów konceptów komunikacyjnych	tak			tak		
Przekazanie wyników badania patronowi do wykorzystania wewnętrznego (tabele)				tak		
Przeprowadzenie spotkania (prezentacja wyników i dyskusja) dla zespołu patrona	2 spotkania	1 spotkanie		2 spotkania	2 spotkania	i spotkanie
Przeprowadzenie prezentacji projektu dla managerów regionalnych/ globalnych patrona (po angielsku, online)	tak			tak	tak	
Ekspozycja roli patrona podczas eventów, na których omawiany jest projekt	tak			tak	tak	
Aranżowanie udziału przedstawiciela patrona podczas wydarzeń (w miarę możliwości)				tak		
Zaproszenie przedstawicieli/gości patrona na premierę	6 osób	2 osoby	1 osoba	10 osób	6 osób	2 osoby
Udział merytoryczny w premierze	tak			tak		
Materiały marketingowe patrona podczas premiery	tak			tak		
Wręczenie statuetki	tak	tak	tak	tak	tak	tak
Przekazanie zdjęć / nagrań z premiery do wykorzystania przez patrona	dedykowane	ogólne	ogólne	dedykowane	dedykowane	ogólne
Ujęcie informacji o patronie w filmie animowanym o projekcie	tak			tak	tak	



Partner merytoryczny



Global Compact
Network Poland

Wspierający partner merytoryczny



1. Przed podpisaniem umowy patronackiej planowany jest krótki wywiad dotyczący działań firmy w obszarze ochrony środowiska naturalnego.
2. Po objęciu tytułu Patrona Głównego skonsultujemy z nim możliwość objęcia tytułu kolejnego Patrona Głównego, który prowadzi działalność bezpośrednio konkurencyjną.
3. Oferta patronacka nie jest kierowana do podmiotów stanowiącą bezpośrednią konkurencję dla organizatorów projektu (Kantar i Lata Dwudzieste).
4. Organizatorzy zastrzegają sobie prawo do ostatecznej decyzji w sprawie patronatu.

Na co zbieramy?



1. Przeprowadzenie wywiadów indywidualnych z ekspertami [by uzgodnić cele klimatyczne]
2. Przygotowanie cyklu audycji radiowych [by zbierać insighty komunikacyjne oraz nietrafione narracje]
3. Przygotowanie i organizacja warsztatów wyjazdowych Cztery Światy [by zebrać insight i stworzyć koncepty komunikacyjne]
4. Przeprowadzenie badań ilościowych w Polsce i – jeśli się uda – w 7 krajach Europy [by ocenić koncepty oraz poznać i porównać relację społeczeństw ze środowiskiem]
5. Przygotowanie, zredagowanie i zaprojektowanie raportu [by podsumować proces oraz zyskać “paliwo” do działań komunikacyjnych]
6. Przeprowadzenie warsztatów z wybranymi ekspertami Czterech Światów [by wypracować ostateczne wersje poradników]
7. Przygotowanie, zredagowanie i zaprojektowanie 4 przewodników w wersji polskiej, angielskiej oraz – jeśli się uda – 6 innych wersjach językowych]
8. Działania komunikacyjne [media relations, social media, organizacja premiery, strona www, konferencje]
9. Zarządzanie projektem [organizacja, kontakt z patronami, relacje ze współpracującymi ekspertami, helpdesk]

10 zasad UN Global Compact

Przy objęciu patronatu, prosimy każdego z patronów o deklarację spełniania 10 zasad UN Global Compact.

10 zasad UN Global Compact:

1. Przestrzegać i wspierać ochronę międzynarodowo uznanych praw człowieka.
2. Eliminować wszelkie przypadki łamania praw człowieka przez firmę.
3. Popierać wolność zrzeszania się i w praktyce uznawać prawo do zbiorowych negocjacji.
4. Wspierać eliminację wszelkich form niewolnictwa i pracy przymusowej.
5. Przyczyniać się do faktycznego zniesienia pracy dzieci.
6. Przeciwdziałać dyskryminacji w sferze zatrudnienia.
7. Wspierać zapobiegawcze podejście do problemów środowiska naturalnego.
8. Podejmować inicjatywy propagujące większą odpowiedzialność środowiskową.
9. Wspierać rozwój i upowszechnianie technologii przyjaznych środowisku.
10. Przeciwdziałać korupcji we wszystkich jej formach, w tym łapówkarstwu i wymuszeniom.

10 zasad UNGC wywodzi się z powszechnej deklaracji praw człowieka, deklaracji dotyczącej fundamentalnych zasad i praw w pracy, deklaracji z Rio w sprawie środowiska i rozwoju oraz Konwencji Narodów Zjednoczonych Przeciwko Korupcji



Jako Patron zyskujesz:

- Mecenat nad uznanym raportem o bardzo dużej rozpoznawalności
- Zaangażowanie społeczne w wartościowe i wykorzystywane na rynku źródło danych o społecznym aspekcie katastrofy klimatycznej
- Cenne działanie z obszaru ESG
- Dotarcie do ponad 7 tysięcy odbiorców raportu
- Uczestnictwo w kampanii PR towarzyszącej premierze raportu
- Międzynarodowy zasięg projektu
- Nawiązanie relacji z grupą fascynujących ludzi!

”Ziemianie” i Lata Dwudzieste. Po prostu połączymy kropki.

ŁĄCZYMY ŚWIATY

Przy okazji „Ziemian” i innych projektów – łączymy ludzi, którzy raczej nie spotkaliby się „na piwie”. Pracujemy z dużymi markami, samorządami, organizacjami pozarządowymi, współpracujemy z aktywistami i naukowcami. Słowem: naszym głównym narzędziem jest igła, którą **przekłuwamy bańki**.

Jesteśmy wspólnym mianownikiem dla takich marek jak UNGC, Warszawa, McDonald’s, Bank BNP Paribas, IKEA, Fundacja Promocji Pojazdów Elektrycznych, EIT Climate KIC, Rybnik, InPost, Kantar, Instytut Reportażu.

ŁĄCZYMY LUDZI

Nasz zespół **nigdy nie będzie duży i zawsze będzie wielki**. We trójkę-czwórkę pracuje się najlepiej i można skupić się na pracy, a nie zarządzaniu i komunikacji.

Z drugiej strony w naszych komórkach mamy telefony do ludzi, którzy mogą stać się członkami tego zespołu na potrzebę konkretnego projektu.

„Ziemianie Atakują!” to projekt, przy którym współpracowało ponad 50 osób.

ŁĄCZYMY KOMPETENCJE

Mamy kompetencje strategiczne, biznesowe, warsztatowe i badawcze.

Organizowaliśmy duże eventy, wodowaliśmy duże raporty i publikacje.

Bardzo dobrze też wiemy, jakich kompetencji nie mamy – po to właśnie łączymy ludzi i światy.

Połączymy **kreatywność, storytelling, technologie i wiedzę ekspercką oraz przystępny język**, żeby poradniki były interesujące, a jednocześnie pełnowartościowe merytorycznie.

ŁĄCZYMY PIENIĄDZE

„Ziemianie Atakują!” to mógł być projekt na wyłączność dla dużej korporacji czy partii politycznej. „For your eyes only”.

Mógł to też być prosty, tani i powierzchowny raport do publikacji w mediach.

Patrzymy na to inaczej. Mamy możliwości i determinację, żeby zdobyć finansowanie od Największych, Którzy Mogą Najwięcej, po to, żeby wiedza i wsparcie trafiły do wszystkich.

„Ziemianie” muszą wnosić zauważalny impakt.

Albo dobrze, albo wcale.

Lata Dwudzieste

5,0  7 opinii [styczeń-czerwiec 2024]

Elastyczność, zaangażowanie, pasja :]

Mniej sztapowe prezentacje i bezpośredniość w komunikacji - to bardzo cenne!

Bardzo adekwatna i dobrze dobrana treść do naszych potrzeb, atrakcyjna forma, merytoryczność!

Zaangażowanie z troską o cel i realny efekt projektu przy elastycznym podejściu do zmian.

Atmosfera kreatywnej współpracy na zasadach partnerstwa.

Jedno z lepiej przygotowanych warsztatów w jakich uczestniczyłam, prowadzone przez mądrych, znających temat ekspertów. Mądrze, wciągająco i zabawnie.

Nietuzinkowe pomysły oraz zdolność do identyfikowania problemów i proponowania skutecznych rozwiązań.



LATA
DWUDZIESTE

Partner merytoryczny



Global Compact
Network Poland

Wspierający partner merytoryczny



FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Lata Dwudzieste na mapie starań o relacje człowiek-Ziemia

Łączymy kompetencje komunikacyjne, warsztatowe, badawcze, strategiczne oraz wiedzę o środowisku by pomagać w decyzjach dobrych dla środowiska.

Staramy się reprezentować interes Ziemi i jej ekosystemów (w tym również człowieka), współpracując z biznesem, politykami, NGO'sami i społecznościami aktywistów.



<https://youtu.be/IFMC7uDZ1Z8?si=iYetiFNxLMvK84T5>

LATA
DWUDZIESTE

BIZNES

Jest po to, żeby zarabiać pieniądze, bo tak działa wolny rynek. Bez osiągnięcia dobrego wyniku finansowego nie będzie środków na ESG i działania dla Ziemi.

AKTYWIŚCI

Poświęcają własny czas i pieniądze w walce o Ziemię. Jest ich mało, więc żeby być słyszani, posuwają się do drastycznych akcji. Nie lubią biznesu i polityków.

POLITYCY

W demokracji, żeby mieli władzę, muszą wygrywać wybory. A to oznacza, że obiecują więcej i więcej, a interes Ziemi schodzi na dalszy plan.

NGO's

Zbierają środki, żeby móc prowadzić działania komunikacyjne i transformacyjne na rzecz Ziemi. Środków jest zbyt mało, a ich głosy są rozproszone.





Na zdjęciu powyżej patroni i partnerzy
czwartej edycji „Ziemiań”.

Kontakt

Jeśli macie Państwo chęć
wsparcia tej wyjątkowej edycji
„Ziemiań”, zapraszamy do
kontaktu:

Mateusz.Galica@lata-dwudzieste.pl, tel. 501 278 278

Marta.Marczuk@lata-dwudzieste.pl, tel. 798 021 499

Oliwia.Grochowska@lata-dwudzieste.pl, tel. 690 668 685



Partner merytoryczny



Global Compact
Network Poland

Wspierający partner merytoryczny



FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU



patronat honorowy
Prezydenta miasta
stołecznego
Warszawy