**CHIẾN DỊCH TRUYỀN THÔNG VỀ NĂNG LƯỢNG**

**và THÀNH PHỐ XANH TÔI YÊU**

1. Thông tin nền:

WWF-Việt Nam chuẩn bị tiến hành 2 chiến dịch truyền thông trên qui mô nhỏ và cần tìm tư vấn (cá nhân hoặc công ty) có khả năng thiết kế và thực hiện chương trình.

Mô tả về chiến dịch:

* 1. Chiến dịch truyền thông về năng lượng:

WWF đưa ra báo cáo về năng lượng toàn cầu. Đối với hợp phần báo cáo về năng lượng của Việt Nam, WWF-Việt Nam mong muốn đưa các khuyến cáo/ thông điệp của báo cáo đến các đối tượng khác nhau, bao gồm , các nhà khoa học, doanh nghiệp, giảng viên & sinh viên, và công chúng... Xem bản đính kèm về đối tượng và thông điệp truyền thông (trang 2)

* 1. City Challenge (Thách thức đối với các thành phố) là sáng kiến tiếp theo của WWF trong khuôn khổ chiến dịch Giờ Trái đất (GTĐ)dành cho các thành phố trên qui mô toàn cầu. Xin xem thêm thông tin tại đường link : http://wwf.panda.org/what\_we\_do/footprint/cities/earth\_hour\_city\_challenge/

Tại Việt Nam, WWF-Việt Nam có kế hoạch hỗ trợ một thành phố tham gia chương trình này trong khung thời gian của GTĐ 2016. WWF-Việt Nam mong muốn tổ chức một hoạt động trên mạng xã hội nhằm kêu gọi sự ủng hộ của công dân mạng đối với thành phố sẽ tham gia chương trình này thông qua việc đăng ký trên microsite.

1. Yêu cầu

Đề xuất về chiến dịch truyền thông cho 2 nội dung trên, với KPI cụ thể, định lượng.

1. Thời gian:

Các đề xuất cần bao gồm các hoạt động từ tháng 9 năm 2015 đến tháng 6 năm 2016

1. Ngân sách:

Ngân sách cho chiến dịch 1.1: US$5,000 bao gồm cả chi phí thiết kế và in ấn

Ngân sách cho chiến dịch 1.2: US$1.200

1. Thời gian nộp đề xuất: ngày 20 tháng 8 năm 2015
2. Đề xuất gửi về: Nguyễn Thái Bình. Email: binh.nguyenthai@wwfgreatermekong.org

**Dự án Năng lượng - Đối tượng và Thông điệp**

Tùy vào từng nhóm đối tượng, các thông điệp cụ thể được truyền đạt như bảng dưới đây. Các hoạt động liên quan sẽ được đề xuất nhằm truyền tải những nội dung này.

|  |  |
| --- | --- |
| **Nhóm đối tượng** | **Thông điệp** |
| Trí thức: nhà nghiên cứu, giảng viên, v.v... | Năng lượng tái tạo là công nghệ tiên tiến, đã được khoa học chứng minh là hoàn toàn khả thi. Năng lượng tái tại có thể đem lại lợi ích xã hội , lợi ích môi trường cũng như lợi ích kinh tế lâu dài. Năng lượng tái tạo chính là sự đảm bảo cho tương lai bền vững. |
| Học sinh, sinh viên | Là đại diện cho thế hệ tương lai của Việt Nam, các bạn học sinh, sinh viên chính là những người có thể mang lại sự thay đổi cho hiện trạng sử dụng năng lượng của đất nước... |
| Doanh nghiệp | Các doanh nghiệp, nhà máy đóng một vai trò lớn trong chiến dịch vì họ chính là người sử dụng năng lượng nhiều nhất cho các hoạt động vận hành và sản xuất. Đối với doanh nghiệp, việc sử dụng năng lượng tái tạo, việc sử dụng năng lượng hiệu quả cũng đồng nghĩa với việc giảm thiểu tối đa sự rủi ro của doanh nghiệp trong việc quản lý sử dụng năng lượng (rủi ro về giá thành, rủi ro về nước, rủi ro về carbon...). Ngoài ra việc sử dụng năng lượng tái tạo cũng chứng minh được sự thân thiện, trách nhiệm của doanh nghiệp đối với xã hội và môi trường. |
| Công chúng | Công chúng, những người trực tiếp sử dụng năng lượng có thể tạo nên sự khác biệt thông qua việc thay đổi nhận thức, hành vi về sử dụng năng lượng cũng như hướng tới sử dụng năng lượng tái tạo, năng lượng bền vững.  |