



РОССИЙСКИЕ МЕДИА-КОМПАНИИ ЗАПУСКАЮТ БЕСПРЕЦЕДЕНТНУЮ ОБЩЕСТВЕННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ КАМПАНИЮ ПО ВИЧ/СПИДУ

Размещение предоставленное кампании на 2005 год оценивается в более 50 миллионов долларов; 11 роликов и макетов рекламы для телевидения, радио, печатных и интернет изданий, поддерживающиеся широкой кампанией в интернете, размещением логотипа кампании на упаковках потребительских продуктов, специальными программами и редакционными материалами; бесплатные информационные ресурсы в печати и интернете

Москва, 29 ноября, 2004 года – «Российское медиа-партнерство в борьбе с ВИЧ/СПИДом» -- группа ведущих медиа-компаний, возглавляемая «Газпром-Медиа», «Проф-Медиа», «РОЛ», «СТС-Медиа» и «MTV Россия» -- сегодня запустило кампанию «Стоп СПИД», беспрецедентную всероссийскую меж-платформенную и меж-маркетинговую медиа-кампанию направленную на борьбу с ВИЧ/СПИДом посредством социальной рекламы, производством теле- и радиопередач и редакционных материалов, размещения информации на упаковках потребительских продуктов, широкой интерактивной интернет-кампании и бесплатного доступа к информационным ресурсам в печати и интернете. Впервые в мире, соревнующиеся медиа-компании запускают комплексную кампанию под одним логотипом и с единым посылом. На 2005 год, Партнерство предоставляет коммерческое размещение для рекламы кампании в объеме, оцениваемом в более 50 миллионов долларов.

Медиа-кампания «Стоп СПИД» начинается сегодня в Российской Федерации с выхода первой волны рекламной кампании в телевизионном и радио прайм-тайме и в печатных изданиях на протяжении текущей недели. Медиа-партнеры также сегодня запустили новый интернет сайт кампании (www.stopspid.ru), который предоставляет исчерпывающую информацию о ВИЧ/СПИДе.

Первая волна трехлетней кампании направлена на общее население с второстепенными целевыми группами молодежи, родителей и людей, принимающих политические решения. 11 рекламных роликов и макетов были произведены для первого этапа, и будут стратегически размещены по платформам компаний Российского медиа-партнерства в борьбе с ВИЧ/СПИДом. Рекламная кампания поддерживается интерактивной кампанией в интернете, размещением информации на потребительских продуктах и специальными брифингами для журналистов, редакторов и продюсеров с целью способствовать интеграции вопросов ВИЧ/СПИДа в сценарии и форматы уже существующих аналитических и развлекательных передач. Планы на создание и производство оригинальных передач и программ по ВИЧ/СПИДу разрабатываются в настоящее время.

За более чем двадцать лет с начала эпидемии ВИЧ, 60 миллионов людей по всему миру стали ВИЧ положительными; более 20 миллионов умерли от последствий СПИДа. Знание может помочь остановить распространение болезни. Согласно оценкам ЮНЭЙДС и Всемирной организации здравоохранения, до двух третей 45 миллионов случаев ВИЧ, которые будут иметь место в мире в следующее десятилетие, могут быть предотвращены посредством более эффективных профилактических и общественно-образовательных инициатив.

Россия, регистрируя самые высокие в мире темпы роста эпидемии, стала новым эпицентром глобальной пандемии ВИЧ. На сегодняшний день в России официально зарегистрировано 300 000 случаев ВИЧ, но независимые российские и западные эксперты считают, что от 700 000 до 1,5 миллиона россиян уже живут с ВИЧ/СПИДом, что составляет от 1 до 2% взрослого населения страны.

«Менее одного года назад, на встрече с Кофи Аннаном в ООН, холдинг «Газпром-Медиа» взял на себя обязательство сыграть ведущую роль в разработке и реализации национальной общественно-образовательной инициативы по ВИЧ/СПИДу. В тот день, вместе с «Трансатлантическими партнерами против СПИДа», мы призвали российских и международных партнеров присоединиться к этому проекту. Что мы видим здесь сегодня – абсолютно беспрецедентно. Почти тридцать соревнующихся медиа-компаний объединились в работе с российскими и международными экспертами по вопросам ВИЧ/СПИДа, чтобы запустить скоординированную кампанию, потенциальный охват и влияние которой на эпидемию ВИЧ в России действительно впечатляющие», сказал **Александр Дыбаль**, Председатель Совета директоров ОАО «Газпром-Медиа» и Председатель «Российского медиа-партнерства в борьбе с ВИЧ/СПИДом».

Леонид Юргелас, Генеральный директор «MTV Россия», добавил, «Как для канала нацеленного на молодежную аудиторию, участие в борьбе с ВИЧ/СПИДом для нас не вопрос. При том, что 4 из 5 людей, живущих с ВИЧ в России сегодня моложе 30 лет, мы говорим о наших зрителях – нашей потребительской базе – как о группе наиболее тяжело задатая эпидемией».

«Запуском этой беспрецедентной инициативы, Россия задает новый стандарт для общеобразовательных и профилактических кампаний по ВИЧ/СПИДу для всего мира», заявил **Джон Тедстром**, Президент и Исполнительный директор, «Трансатлантические партнеры против СПИДа». «От телевидения и радио, до печатных изданий, интернета и потребительских продуктов, эта кампания основана на партнерстве и сотрудничестве высшего уровня. Мы особенно благодарны нашим партнерам в компании «Виакон», Фонде семьи Кайзер, ЮНЭЙДС и нашим партнерам в России «СПИД-Фонду Восток-Запад», «Фокус-Медиа» и «Инфо-Плюс». Мы также очень признательны нашим коллегам в Министерстве здравоохранения и социального развития, в частности в Федеральной службе по надзору в сфере защите прав потребителя и прав человека, кто предоставляли экспертную поддержку».

Все элементы кампании призывают аудиторию обратиться на исчерпывающий информационный вебсайт кампании – www.stopspid.ru. Интерактивный сайт направлен одновременно на молодежь и на более старшую аудиторию, с параллельными интерфейсами и содержанием разработанным специально для разделов «До 25» и «После 25», и предоставляет исчерпывающую информацию о ВИЧ/СПИДе, также как ссылки на внешние ресурсы, включая службы доверия, консультации и адреса центров где можно пройти тестирование на ВИЧ.

О «Трансатлантических партнерах против СПИДа» (ТППС)

Трансатлантические партнеры против СПИДа (ТППС) – международная неправительственная организация, которая стремится бороться с ВИЧ/СПИДом в России и Украине посредством повышения осознания проблемы и укрепления политической воли, предоставлением высококачественных исследований и аналитики по вопросам, связанным с ВИЧ, и оказанием поддержки политических деятелей, корпоративного руководства и медиа-лидеров в их инициативах активно и эффективно бороться с

ВИЧ/СПИДом. Дополнительная информация о ТППС доступна на интернет-сайте организации www.tpaа.ru.

О Российском медиа-партнерстве в борьбе с ВИЧ/СПИДом

Российское медиа-партнерство в борьбе с ВИЧ/СПИДом представляет собой беспрецедентное сотрудничество ведущих российских медиа-компаний в целях оказать противодействие стремительно растущей в России эпидемии ВИЧ. Запущенное в связке с «Глобальной инициативой СМИ против СПИДа» ООН в январе 2004 года, Партнерство стремится мобилизовать возможности средств массовой информации с целью предотвратить дальнейшее распространение эпидемии и противостоять стереотипам и дискриминации людей, живущих с ВИЧ/СПИДом. Чтобы донести информацию о ВИЧ/СПИДе до российской аудитории, Партнерство использует различные средства коммуникации: целевую социальную рекламу, информационные и развлекательные программы, специализированные брифинги для журналистов, акции и мероприятия, а также свободный доступ к информации. При координации со стороны «Трансатлантических партнеров против СПИДа» (ТППС), руководство Партнерства осуществляется рабочей группой представителей участвующих компаний. Фонд семьи Кайзер, компания «Виаком» и Объединенная программа ООН по СПИДу (ЮНЭЙДС) оказывают техническую помощь и поддержку производства материалов кампании. Партнерство было представлено как беспрецедентная инициатива и примерная модель на нескольких международных мероприятиях, включая Конференцию Европейского Союза по вопросам корпоративной социальной ответственности 2004 и Глобальный креативный саммит по ВИЧ/СПИДу, прошедшем в штаб-квартире ООН 23 ноября 2004 года.

Контакт:

Наталья Кацап

Руководитель, «Медиа-партнерства», ТППС/Москва

Директор, «Российское медиа-партнерство в борьбе с ВИЧ/СПИДом»

Тел: +7 (095) 510.5373

Моб: +7 (905) 754.5340

Электронная почта: nkatsap@tpaa.net.