

ПОСОБИЕ ПО ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ В СМИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Объявление о финансировании нового
проекта в области регулирования
химических веществ и отходов



Содержание

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О РАБОТЕ СО СМИ	3
ПРИНЦИПЫ РАБОТЫ СО СМИ	3
I. Определение задач	3
II. Определение целевой аудитории.....	3
III. Изложение истории.....	4
Сбор материала для истории	4
Формулирование истории.....	4
IV. Выбор средства массовой информации	6
ПАКЕТ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ СМИ	7
I. Пресс-релиз.....	7
II. Краткое сообщение для СМИ.....	8
ПУБЛИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	9
Примеры публикаций для «Твиттера» и «Инстаграма»	9
Примеры публикаций для «Фейсбука» и «Линкдина»	9
Хештеги	10
Шаблоны для графического оформления	10
ПРИЛОЖЕНИЕ	11
I. Пример пресс-релиза	11
II. Пример краткого сообщения для СМИ.....	12

Общие сведения о работе со СМИ

Специальная программа, также известная как Программа регулирования химических веществ и отходов, оказывает поддержку развивающимся странам и странам с переходной экономикой для укрепления их устойчивого институционального потенциала, необходимого для разработки, принятия, обеспечения и мониторинга соблюдения мер политики, законодательных и нормативных актов с целью создания эффективной основы для осуществления Базельской, Роттердамской и Стокгольмской конвенций, Минаматской конвенции и Стратегического подхода к международному регулированию химических веществ (СПМРХВ).

Проекты, финансируемые в рамках Специальной программы, преследуют схожие цели, а работа со средствами массовой информации может привлечь к ним дополнительное внимание. Повышение популярности проекта среди широкой общественности и местных СМИ может обеспечить поддержку в работе со стороны населения, повысить интерес к проекту или участие в нем, а также способствовать положительным изменениям на уровне населения.

Настоящее пособие по публикации материалов в СМИ и социальных сетях призвано содействовать в достижении именно этой цели, а именно: формулирования уникальной истории, написания увлекательных текстов и публикации сведений о результатах деятельности.

На протяжении всего срока существования проекта важно обеспечивать публичное освещение знаковых событий и достижений, таких как:

- объявление о финансировании проекта;
- формирование новых партнерских отношений, в том числе с министерствами и другими координационными структурами;
- разработка новых мер политики и нормативных актов;
- создание баз данных, приложений или другой продукции.

Принципы работы со СМИ

I. Определение задач

Ключевым компонентом эффективного информирования и связей с общественностью является четкое понимание целей или результатов, которые вы надеетесь достичь с помощью прилагаемых усилий.

Следующие наводящие вопросы помогут вам определить задачи:

- Как освещение в СМИ поможет проекту?
- Имеются ли в проекте пробелы, которые можно восполнить за счет освещения в СМИ?
- Как будет выглядеть успешная кампания по связям с общественностью для проекта?

Ниже приведены примеры задач в области информирования:

- Повышение осведомленности широкой общественности и (или) соответствующих заинтересованных сторон о проекте и о том, какую пользу он приносит населению или стране (или даже всему миру!)
- Мобилизация поддержки заинтересованных сторон, таких как спонсоры, партнеры, лидеры общественных или политических движений (например, привлечение финансовой поддержки, политической поддержки и т.д.)
- Расширение проекта за счет привлечения новых партнеров (например, субъектов частного сектора)
- Призыв населения к выполнению конкретных действий (например, утилизации отходов или голосованию в поддержку нового закона о борьбе с загрязнением окружающей среды).

Понимание задач проекта – это первый шаг на пути к разработке стратегии связей с общественностью; кроме того, эти задачи будут служить ориентиром в случае возникновения препятствий на этом пути.

II. Определение целевой аудитории

Важно заранее определить, на каких именно лиц и (или) групп лиц ориентирован проект. Такой подход поможет прилагать более целенаправленные усилия и наиболее эффективным образом выполнять обозначенные задачи.

Следующие наводящие вопросы помогут определить ключевую аудиторию (аудитории):

- Кто должен узнать о проекте?
- Кому идут на пользу прилагаемые усилия?
- Кто может изменить общественное мнение в благоприятную сторону?
- Кто может помочь в достижении поставленных целей?

Аудитории можно разделить на «первичную» и «вторичную» – таким образом можно прилагать более эффективные и целенаправленные усилия по информированию.

III. Изложение истории

Формулирование истории

После определения задач и целевой аудитории необходимо подумать о том, что именно вы хотите донести людям, чтобы выполнить эти задачи. Процесс поиска увлекательных историй из опыта работы над проектом часто называют формулированием истории.

Следующие наводящие вопросы помогут сформулировать историю из вашего опыта работы над проектом:

- На решение какой проблемы направлен проект?
- Почему вы решили принять участие в этом проекте?
- Можете ли вы привести пример случая, когда конкретный человек (или группа людей) извлекли пользу из проекта? Что вы можете рассказать об этом человеке?
- Что вы узнали о регулировании химических веществ и отходов?
- Какое событие, произошедшее во время работы над проектом, запомнилось вам больше всего?
- Узнали ли вы новую информацию за время работы над проектом?
- Есть ли какое-то достижение в рамках проекта, которым вы больше всего гордитесь?
- Почему вы им гордитесь?
- Какие трудности, которые вы преодолели в ходе осуществления проекта, запомнились вам больше всего?
- Изменила ли каким-нибудь образом работа над проектом вашу жизнь?
- Что, по вашему мнению, людям следует знать о проекте?
- Каковы ваши надежды на будущее проекта? А на будущее страны?

Итак, как сделать новость увлекательной?

Качественное новостное сообщение может включать в себя один или несколько элементов, приведенных ниже (список неполный):

Оно затрагивает людей или воздействует на них понятным или узнаваемым образом	Пример: Защита здоровья населения района от последствий утечки химических веществ
Из него аудитория узнает что-то новое о знакомом человеке, месте или объекте	Пример: Отходы, образующиеся в результате работы местного рынка, теперь компостируются и используются для удобрения почвы в общественном саду
Вызывает эмоциональную реакцию	Пример: Женщина, чья семья заразилась холерой из-за нерегулируемого полигона захоронения отходов, добилась принятия

	нового закона об обращении с отходами
В нем фигурируют большие цифры (новость затрагивает большое количество людей, охватывает большую географическую территорию, оказывает значительное экономическое воздействие и т.д.)	Пример: Половина всех муниципалитетов страны внедрила программу сортировки отходов
В нем фигурируют высокопоставленные лица (знаменитости, политики, эксперты, местные герои и т.д.)	Пример: Министр охраны окружающей среды встретится с известным производителем автомобилей для разработки стратегии по сокращению масштабов загрязнения окружающей среды и объемов отходов
Оно повествует о чем-то необычном или уникальном (например, самом большом или самом маленьком, первом или последнем, единственном и т.д.)	Пример: Подписан первый в своем роде закон о разработке национальной стратегии по сокращению объема отходов
Оно актуально или совпадает с примечательной датой или месяцем	Пример: Всемирный день переработки отходов, День планеты Земля

Формулирование основной идеи

Даже если у вас на примете есть увлекательная история и вы знаете свою аудиторию, вам все равно следует подумать о том, как именно вы будете ее рассказывать. Как сделать так, чтобы аудитория поняла и оценила идею вашего проекта? Главная стратегия – формулирование основной идеи.

Основная идея – это и есть суть того, что вы хотите донести. Она в меньшей степени связана с вашим повествованием и в большей – с восприятием аудитории. Она отличается от лозунгов или слоганов тем, что не предназначена для буквального воспроизведения, а скорее – для естественного включения во всю информационную продукцию проекта. Качественно сформулированная основная идея отличается простотой и ясностью, но при этом производит сильное впечатление и остается в памяти. Она излагается на узнаваемом для вашей аудитории языке, вызывающем отклик.

Приведенные ниже вопросы помогут вам сформулировать основную идею:

- Какую общую идею о проекте вы хотите донести до целевой аудитории?
- Почему эта идея важна для аудитории?
- Что делает ее уникальной или отличной от других?
- Почему целевой аудитории захочется узнать эту информацию?

Примеры основных идей:

1. Химические вещества и отходы могут представлять серьезную угрозу для здоровья человека и окружающей среды.
2. Обращение с растущим объемом бытовых отходов является препятствием для развития и приоритетной задачей для Руритании.
3. Руритания работает над сохранением качества жизни посредством улучшения

инфраструктуры, например водоснабжения и канализации, очистки сточных вод, системы сбора отходов и обращения с ними.

4. Политические и практические меры в области регулирования химических веществ и отходов, применяемые в настоящее время в Руритании, позволили добиться сокращения объема отходов, сбрасываемых на полигоны захоронения, улучшения очистки воды и ужесточения стандартов в области автомобильных выхлопов.

IV. Выбор средства массовой информации

Определение целевой аудитории и формулирование основной идеи упростит выбор наиболее подходящих и эффективных средств массовой информации.

Хотя средства массовой информации различаются в зависимости от местного населения и вам необходимо понимать местный контекст, чтобы определить наилучший вариант, ниже приведены несколько примеров СМИ для рассмотрения:



Газеты. Во многих крупных городах есть городские газеты, в которых освещаются как международные события, так и местные новости. Обратитесь к редактору раздела новостей и спросите, может ли он или она помочь определить подходящих репортеров, с которыми вы могли бы пообщаться. В небольших городах можно найти районные или муниципальные газеты с меньшим тиражом, которые в большей степени освещают события и людей конкретного населенного пункта.



Радиостанции и телеканалы. Зачастую у локальных радиостанций и телеканалов имеется большое количество местных слушателей и зрителей, и они, как правило, освещают местные новости. Можно отправить пресс-релиз (см. пример ниже) редактору или продюсеру.



Журналы. Можно найти журнал практически на любую тему. Ваш проект может понравиться, например, изданию, специализирующемуся на экологии. Обратите внимание, что у журналов обычно более длительный срок подготовки к выпуску, чем у ежедневных или еженедельных СМИ, поэтому планируйте информационную деятельность заранее (особенно если она ограничена определенным промежутком времени или приурочена к конкретному событию). Если у журнала есть свой веб-сайт, на нем можно проверить график публикации номеров с подробным описанием времени приема материалов.



Веб-сайты. В Интернете имеется множество новых возможностей для публикации историй. К ним относятся блоги, новостные веб-сайты или аккаунты в социальных сетях. Найдите издания, которые работают в тематической области вашего проекта, и отправьте им пресс-релиз или пакет материалов для СМИ (см. пример ниже).

Пакет материалов для СМИ

Пакет материалов для СМИ – это заранее подготовленный комплект рекламных материалов, в которых средствами массовой информации сообщается информация о вашем проекте. Пакет материалов для СМИ можно распространять на мероприятиях, а также в электронном виде или по почте. В пакете материалов для СМИ обычно содержится общая информация, которая поможет репортерам в написании статьи, а именно:

- краткое описание проекта;
- общие сведения о вашей организации;
- фактическая информация о деятельности, достижениях и бенефициарах организации;
- фотографии (по желанию) с описательными подписями в соответствующих случаях;
- активы бренда (например, логотипы или соответствующие графические элементы);
- контактная информация.

Большинство пакетов материалов для СМИ разрабатываются с учетом фирменной символики и эстетических характеристик. Пример пакета материалов для СМИ:

В пакет материалов может также включаться последний пресс-релиз и краткое сообщение для СМИ, если у вас есть достойная внимания история или предстоящее событие, которым вы хотите поделиться. Изучите приведенные ниже разделы, чтобы узнать о пользе пресс-релизов и кратких сообщений для СМИ.

SAVVY GIVING BY DESIGN™
AT-A-GLANCE MEDIA KIT 2018

savvygivingbydesign.org | @savvygivingbydesign | #savvygivingbydesign
savvygiving@gmail.com | @savvygiving | #savvygiver
@savvygivingdesign | @savvygivingbydesign | #savvygiver

the Basics:

OUR MISSION:
Savvy Giving by Design™ is a non-profit organization whose mission is to provide comfort, support, and healing to families with a child facing a medical crisis by transforming the interior spaces of their homes at no cost to them.

OUR VISION:
To build a nationwide coalition of like-minded designers to carry out the mission of Savvy Giving by Design in their own communities so that we can expand our reach to more children who would benefit from a dream space in which they can heal.

the Stats:

40+ NUMBER OF CHILDREN'S SPACES COMPLETED IN SAN DIEGO

8 NUMBER OF NATIONAL AFFILIATE DESIGN CHAPTERS ADDED IN 2018

5-10 NUMBER OF NEW CHAPTERS TO BE ADDED IN 2019

How it Works:

1 WE MEET A DESERVING FAMILY
Referrals are nominated by past recipients or community members and vetted by our board of directors. We meet with them to find out what their child's interests, passions, favorite colors, and physical needs are.

2 PLAN WITH OUR TEAM
Our designers work together to create a vision for each room. They select paint, wallpaper, flooring, furniture, bedding, fabrics, window coverings, and decorative accents. We collaborate with our contractors & reach out to vendors to source room materials.

3 COMMUNITY ENGAGEMENT
The family's story is shared with our community of Savvygivers. We collect monetary donations online. Each chapter has their own facebook group to utilize for "fund-a-need": specific decor items to be purchased for specific rooms.

4 REVEAL DAY
Professional photographers & videographers capture "the big reveal" so that it can be shared with friends, loved ones, and the community that made it all possible.

How to Get Involved:

DONATE ONLINE
savvygivingbydesign.org

JOIN OUR CHAPTER AFFILIATE FACEBOOK GROUPS
facebook.com/pg/SavvyGivingbyDesign/community/

SPREAD THE WORD

I. Пресс-релиз

Пресс-релизы – это один из наиболее распространенных и эффективных методов взаимодействия со СМИ. Хотя в пресс-релизе и содержится более подробная информация, чем в кратком сообщении для СМИ, он все же лаконичен; и, если репортер заинтересуется вашей историей, он или она свяжется с вами, чтобы узнать больше информации, поэтому акцентируйте внимание на самых важных аспектах. Чтобы сделать пресс-релиз более лаконичным, любые иллюстрации, биографические сведения или фотографии можно включить в пакет материалов для СМИ. При написании пресс-релиза учитывайте следующие рекомендации:

- постарайтесь не выходить за пределы одной страницы;
- используйте простой и удобный для чтения шрифт (не делайте кегль меньше, чтобы вместить больше текста), а также оставляйте полуторный интервал между строками для более удобного чтения;
- избегайте жаргонизмов.

В каких случаях пресс-релиз может быть полезен?

- объявление о финансировании вашего проекта;
- сообщение о знаковых событиях или достижениях в ходе осуществления проекта, например о новых законодательных актах и мерах политики, о создании партнерств и так далее.

См. пример в приложении.

II. Краткое сообщение для СМИ

Краткое сообщение для СМИ похоже на пресс-релиз, поскольку из него журналисты получают информацию о вашем проекте. Но оно отличается тем, что краткое сообщение для СМИ приурочено к предстоящему мероприятию. В кратком сообщении для СМИ должно быть указано, почему репортерам следует посетить это мероприятие и какую пользу они из него извлекут (т.е. что нового они узнают).

Не забудьте указать организационную информацию, например место и время проведения мероприятия.

Практические рекомендации:

- не превышайте объема одной страницы;
- отразите суть мероприятия в заголовке;
 - о Пример: «Программа Организации Объединенных Наций по окружающей среде объявляет о финансировании проекта по обращению с отходами в стране X».
- используйте простые заголовки, отвечающие на вопросы ЧТО, КТО, ГДЕ, КОГДА, ЗАЧЕМ. Они традиционно используются в кратких сообщениях для СМИ;
- в конце краткого сообщения укажите имя, фамилию, должность, номер телефона и адрес электронной почты контактного лица.

См. пример в приложении.

Публикации в социальных сетях

Социальные сети являются важной платформой для публикации информации и позволяют общаться с аудиторией напрямую. Ниже приведены примеры публикаций о выделении финансирования из Специальной программы, а также редактируемые шаблоны на бесплатной платформе Canva для создания индивидуальных графических элементов.

При их использовании не забудьте отметить соответствующих партнеров (см. раздел «Кого отметить») и использовать хештеги, чтобы повысить просматриваемость вашей публикации.

Примеры публикаций для «Твиттера» и «Инстаграма»



- Отказаться от использования химических веществ и избежать образования отходов невозможно. Но мы можем предотвратить последствия для экономики, здоровья человека и окружающей среды, которые возникают из-за их ненадлежащего регулирования. Чтобы обеспечить безопасность населения и экосистем, {название страны} при поддержке @UNEP совершенствует методы регулирования химических веществ и отходов. Более подробная информация содержится по ссылке @ {ссылка}.
- При поддержке @UNEP {название страны} приступила к разработке основных решений для рационального регулирования химических веществ и отходов. Более подробная информация о проекте имеется на веб-сайте {ссылка}.
- Мы рады продолжить работу {название страны} по оздоровлению населения и экосистем при поддержке @UNEP для повышения эффективности регулирования химических веществ и отходов. Более подробная информация о новом проекте имеется по ссылке {ссылка}.

Примеры публикаций для «Фейсбука» и «Линкдина»



- {Название страны} присоединяется к глобальным усилиям по защите здоровья человека и окружающей среды посредством повышения эффективности регулирования химических веществ и отходов. При поддержке @UNEP новый проект будет способствовать укреплению потенциала нашей страны в области производства, использования и удаления химических веществ и другой продукции таким образом, чтобы обеспечить безопасность нашего населения и природы. Более подробная информация о проекте имеется по ссылке {ссылка}.
- {Название страны} сотрудничает с @UNEP, чтобы свести к минимуму значительные негативные последствия для здоровья человека и окружающей среды, которые возникают в результате ненадлежащего обращения с химическими веществами и отходами. Чтобы узнать больше информации о проблеме химических веществ и отходов, а также о предпринимаемых мерах по обеспечению безопасности нашего населения и экосистем, перейдите по ссылке {ссылка}.
- Химические вещества и отходы являются неизбежной и неотъемлемой частью нашей повседневной жизни.
- Но к 2025 году в городах мира ежегодно будет образовываться 2,2 млрд тонн отходов. Такой объем более чем в три раза превышает объем отходов, образованных в 2009 году.
- Кроме того, ненадлежащее использование и удаление токсичных химических веществ приводят к загрязнению воздуха, почвы и воды в населенных пунктах и природных зонах.
- Правительства по всему миру уже принимают меры по сохранению экономики, окружающей среды и здоровья людей, и сегодня {название страны} вступает в их ряды.
- Мы рады сообщить, что при поддержке @UNEP {название страны} совершенствует методы регулирования химических веществ и отходов, чтобы обеспечить безопасность населения и экосистем.
- Чтобы узнать больше информации о проекте и Специальной программе ЮНЕП по регулированию химических веществ и отходов, перейдите по ссылке {ссылка}.

- Почти во всех сферах общества использование химических веществ и образование отходов являются неизбежными аспектами производства, которое приносит пользу населению.
- Медицинские услуги, сельское хозяйство, потребительские товары, экологически чистые технологии, многие товары и услуги – от них зависят наши средства к существованию, здоровье и благополучие, но они требуют производства химических веществ и отходов.
- Хотя химические вещества и отходы необходимы для развития мировой экономики, их рациональное использование необходимо для предотвращения рисков для здоровья человека, экосистем и самой экономики, частью которой они являются. В настоящее время {название страны} сотрудничает с @UNEP в рамках глобальных усилий по совершенствованию регулирования химических веществ и отходов и защите планеты и ее населения.
- Более подробная информация о нашем проекте, о том, почему он важен для {название страны} и о том, как присоединиться к нашим усилиям, имеется по ссылке {ссылка}.

Хештеги

#Chemicals
 #PlasticWaste
 #SDGs
 #GlobalGoals
 #GlobalAgreements
 #BRSConventions
 #MinamataConvention
 #HealthyPlanet

Кого отметить

Программа Организации Объединенных Наций по окружающей среде @UNEP
 Базельская, Роттердамская и Стокгольмская конвенции @BRSMEAS
 Минаматская конвенция @MinamataMEA
 СПМРХВ @ChemAndWaste
 Глобальный экологический фонд @GEF

Шаблоны для графического оформления

Приведенные ниже шаблоны для графического оформления были созданы таким образом, чтобы вы могли легко адаптировать их под свои нужды. Имеющиеся изображения можно заменить на высококачественные фотографии вашей страны или проекта, которые отражают работу в области химических веществ и отходов, а текст можно отредактировать так, чтобы он больше соответствовал вашим индивидуальным потребностям. Тем не менее, убедитесь в том, что фотографии высокого качества, ориентированы на людей и имеют отношение к химическим веществам и отходам.

[Шаблон 1](#)

[Шаблон 2](#)

[Шаблон 3](#)

[Шаблон 4](#)

ПРИЛОЖЕНИЕ

I. Пример пресс-релиза

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

{Логотип}

Программа Организации Объединенных Наций по окружающей среде

Джейн Доу

Тел.: 123-456-5157

Эл. почта: janedoe@example.org

ДЛЯ НЕМЕДЛЕННОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ

РУРИТАНИЯ ПОЛУЧИТ СРЕДСТВА НА ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ НОВОГО ПРОЕКТА В ОБЛАСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ХИМИЧЕСКИХ ВЕЩЕСТВ И ОТХОДОВ

Руритания, 1 марта 2021 года – Всемирная организация здравоохранения недавно оценила, что с помощью рационального регулирования и сокращения использования химических веществ в окружающей среде можно предотвратить смерть и заболеваемость примерно 1,6 млн людей в год. К причинам смерти, связанным с нерациональным регулированием химических веществ и отходов, относятся рак, сердечно-сосудистые заболевания, хроническая обструктивная болезнь, врожденные патологии, хронические заболевания почек, отравления и самоповреждающее поведение.

В то время как международное сообщество отмечает Всемирный день здоровья, Руритания в ответ на необходимость осуществления срочных и более активных действий со стороны правительств по сокращению числа заболеваний и смертей от опасных химических веществ и отходов приступает к осуществлению первого этапа нового проекта по рациональному регулированию химических веществ и отходов.

Финансируемый Специальной программой по регулированию химических веществ и отходов Программы Организации Объединенных Наций по окружающей среде проект укрепляет потенциал Руритании в области сокращения объемов и ликвидации токсичных химических веществ, таких как электронные отходы, ртутные отходы и отходы пластмасс. Центральной задачей проекта станет создание инновационных государственно-частных партнерств для решения проблемы бытовых отходов, достигших предельного состояния мобильных телефонов и компьютерного оборудования. Проект осуществляется в критический момент: в последнее десятилетие в Руритании наблюдается рост как производства, так и потребления токсичных химических веществ, а последние исследования в стране указывают на обнаружение загрязнения более чем в десяти водоемах.

Руритания надеется, что новый проект заложит фундамент для осуществления аналогичных инициатив другими странами в рамках глобального движения по достижению целей в области устойчивого развития.

Программа Организации Объединенных Наций по окружающей среде (ЮНЕП) является ведущим глобальным природоохранным органом, который определяет глобальную экологическую повестку дня, содействует согласованной реализации экологического компонента устойчивого развития в рамках системы Организации Объединенных Наций и является авторитетной организацией, занимающейся охраной глобальной окружающей среды.

###

II. Пример краткого сообщения для СМИ

КРАТКОЕ СООБЩЕНИЕ ДЛЯ СМИ

Вниманию редакторов, продюсеров, репортеров
1 марта 2021 года

Министерство окружающей среды
проведет акцию по утилизации электронных отходов

Министр окружающей среды Руритании Джейн Доу поприветствует участников. В ходе акции участники узнают о важности утилизации электронных отходов, научатся правильно утилизировать их в течение года, а также получат возможность бесплатно утилизировать различные виды электронных отходов на месте.

КТО: Министр окружающей среды Джейн Доу; представители местных центров утилизации; представители корпоративных центров утилизации.

ЧТО: Общественная акция по утилизации электронных отходов

ГДЕ: Общественный парк Руритании, 123 улица X, перед Центром отдыха и развлечений X

КОГДА: 3 марта 2021 года в 11:00

ЗАЧЕМ: Благодаря утилизации электронных отходов сокращается масштаб загрязнения воздуха и воды, изделия обретают новое применение, производители экономят средства, потребляется меньше электроэнергии, сокращается объем выбросов парниковых газов и обеспечивается благополучие населения.

Контакт для СМИ:

Джон Смит

Координатор работы с населением

Министерство окружающей среды

Эл. почта: jsmith@example.com

Тел.: 123-456-7891