

ДВА  
БАКА

Подмосковье  
переходит  
на **раздельный**  
сбор мусора!



В основе фирменного стиля лежат несколько базовых элементов: логотип, цвета, шрифт. Данное руководство — инструкция по эксплуатации стиля, позволяющая следить за соблюдением выработанных стандартов. К руководству прилагается диск, на котором находятся все изображения и макеты фирменного стиля. Следует использовать готовые файлы, не создавая ничего заново.

#ЧистоеПодмосковье #Двабака #разделяймусор

ДВА  
**БАКА**

**Мусор  
раздели сегодня —  
сделай чище  
Подмосковье!**

ДВА  
**БАКА**

**Для мусора,  
хлама и брака —  
теперь в Подмосковье  
ДВА БАКА!**

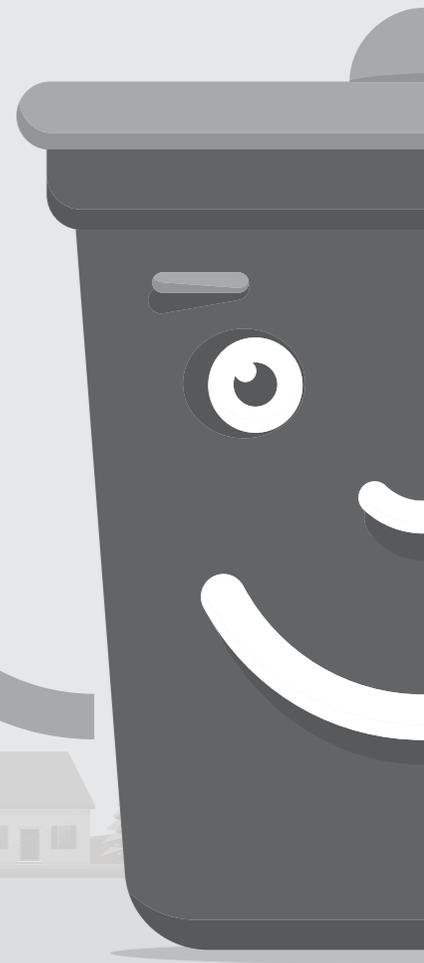
Сортировка мусора позволяет не только улучшить экологическую ситуацию за счет сокращения свалок, часть бытовых отходов — это еще и сырье для различного производства.

Например, лом алюминия позволяет сделать в 20 раз больше банок, используя то же количество энергии, и на 95% сокращает загрязнение воздуха при производстве.

Основные задачи бренда «Два бака» - решение проблемы утилизации отходов в Московской области и формирование у жителей региона внимательного отношения к этой проблеме.

Успех проекта полностью зависит от личной социальной ответственности каждого гражданина. Поэтому бренду крайне необходима поддержка жителей, их сознательное намерение разделять отходы.

# Миссия



# Стратегия

Каждый человек образует около 400 кг мусора в год. Сейчас более 90% от этого количества отправляется на свалку, хотя половина отходов может пойти на переработку и производство новых товаров.

Внедрение культуры раздельного сбора мусора в Московской области начнется с сортировки отходов в 2 разных контейнера. Синий бак предназначен для сухих отходов (пластик, стекlobумага, картон-металл), а серый — для грязных (пищевые отходы, растительные отходы, средства личной гигиены и др.). Также необходимо собирать отдельно градусники, люминесцентные лампы и батарейки. Разделять мусор гражданам нужно и у себя дома, и на улице.

Крайне важно привлечь к решению проблемы каждого жителя региона. Соответственно, нужно активно распространять информацию о бренде и мотивировать граждан к сортировке.