

## Освещение Центром НТИ СПбПУ результатов разработки электромобиля «КАМА-1» признано одним из лучших российских коммуникационных проектов

19 февраля 2021 года в Москве состоялась 24-я церемония награждения лауреатов Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник». Коммуникационный проект «КАМА-1»: рожденный электромобилем. Цифровые двойники в действии: российский электромобиль за 2 года, от идеи до предсерийного образца» [Центра НТИ СПбПУ «Новые производственные технологии»](#) вошел в ТОП-3 конкурса в номинации «Продвижение технологий будущего».



Премия «[Серебряный Лучник](#)» учреждена в 1997 году Торгово-промышленной палатой РФ, Союзом журналистов России и Российской ассоциацией по связям с общественностью. В числе основных критериев оценки проектов – оригинальность замысла кампании, стратегическое планирование, использование разнообразных методик и средств PR, сложность поставленных задач; соответствие результата поставленным задачам, масштабу, включая наличие качественных изменений в заявленных аудиториях; общественный резонанс по итогам кампании, особенности проекта: участие в тендере, экономичность проекта, проведение исследований.

В составе попечительского совета, жюри и экспертного совета Премии – представители крупнейших компаний, государственных органов и

общественных организаций: Агентство Р.И.М. Портер Новели, АКАР, АКМР, АКООС, Группа ИМА, Коммуникационное агентство АГТ, КРОС, Мобильный оператор Tele2, Николо-М, РАСО, РАМУ, РАОС, РВК, Холдинговая компания «Интеррос», IABC. Состав жюри ежегодно обновляется







Национальная премия «Серебряный Лучник» вручается в следующих номинациях:

- Культурно-просветительские проекты
- Внутрикorporативные коммуникации и корпоративные медиа
- Корпоративная социальная ответственность
- Благотворительность
- Корпоративные коммуникации
- Маркетинговые коммуникации
- Продвижение государственных и общественных программ
- Международные коммуникации
- Развитие и продвижение территорий
- Продвижение технологий будущего
- Образовательные проекты в сфере коммуникаций
- Антикризисные коммуникации в период пандемии (однократная в 2020 году)

Заявки на участие в конкурсе Национальной премии «Серебряный Лучник» – 2020 принимались с 15 октября 2020 по 15 января 2021 года. Всего до конкурса было допущено 218 проектов. По итогам дистанционного электронного голосования из проектов, набравших наибольшее количество баллов, был сформирован шорт-лист (до 10 проектов в каждой номинации, включая проекты-победители региональных конкурсов). 18–19 февраля 2021

года в Общественной палате Российской Федерации в Москве состоялись Дни открытых презентаций лучших проектов и церемония награждения победителей и дипломантов.

Заявка Центра НТИ СПбПУ в номинации «Продвижение технологий будущего» была посвящена описанию коммуникационной кампании по итогам реализации Петербургским Политехом уникального проекта [«Создание “Умного” Цифрового Двойника и экспериментального образца малогабаритного городского электромобиля с системой ADAS 3-4 уровня»](#), который был выполнен в рамках Федеральной целевой программы «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2014-2020 годы» (мероприятие 1.3 Проведение прикладных научных исследований и разработок, направленных на создание продукции и технологий, уникальный идентификатор соглашения: RFMEFI57818X0269). Индустриальным партнером проекта выступил ПАО «КАМАЗ».

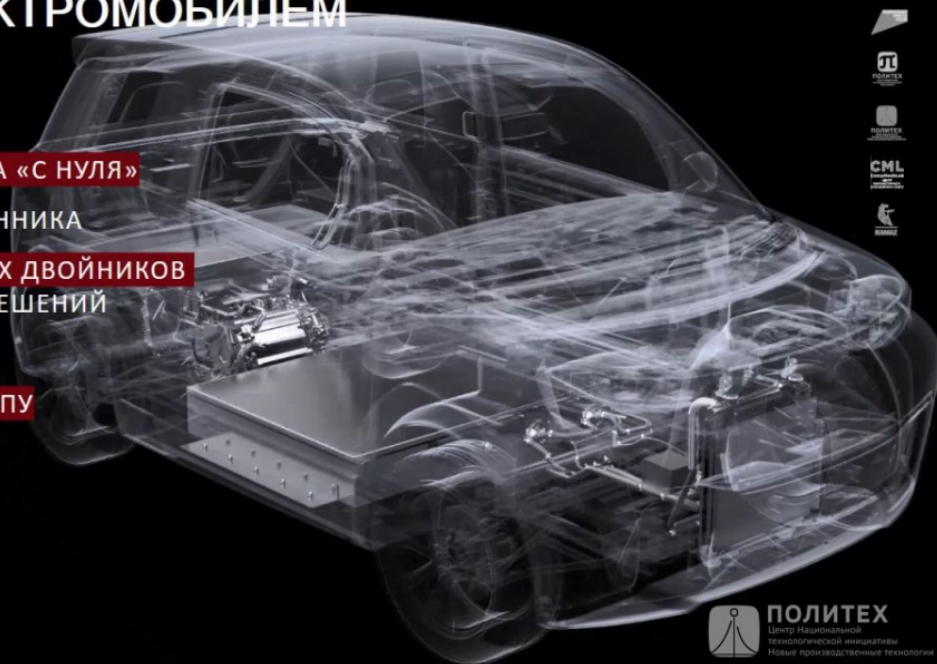
Коммуникационный проект Центра НТИ СПбПУ «КАМА-1»: рожденный электромобилем. Цифровые двойники в действии: российский электромобиль за 2 года, от идеи до предсерийного образца» вошел в шорт-лист проектов конкурса, и в формате презентации был представлен директором Информационно-аналитического форсайт-центра СПбПУ Миленой Клявиной и заместителем руководителя дирекции Центра НТИ СПбПУ Андреем Таршиным.

В рамках 10-минутного выступления были кратко изложены основные характерные черты сложного коммуникационного проекта, реализованного специалистами Центра НТИ СПбПУ в октябре 2020 – январе 2021 года. Проект продвижения стал таким же масштабным и многокомпонентным, как и сама разработка электромобиля.



# РОЖДЁН ЭЛЕКТРОМОБИЛЕМ

- РАЗРАБОТАН ЗА 2 ГОДА «С НУЛЯ»
- БЕЗ ДВС-ПРЕДШЕСТВЕННИКА
- НА ОСНОВЕ ЦИФРОВЫХ ДВОЙНИКОВ И ПЛАТФОРМЕННЫХ РЕШЕНИЙ
- ЗА 217 МЛН РУБЛЕЙ
- СПЕЦИАЛИСТАМИ СПБПУ
- СОВМЕСТНО С КАМАЗ
- ПРИ ПОДДЕРЖКЕ МИНОБРНАУКИ РОССИИ



**ПОЛИТЕХ**  
Центр Национальной  
технологической инициативы  
Новые производственные технологии

## «КАМА-1»: ХАРАКТЕРИСТИКИ

250 км  
запас хода

LiNMс  
тип  
аккумулятора

80 кВт  
мощность  
двигателя\*

33 кВт\*ч  
ёмкость  
батареи

2+2  
схема  
посадки

1 300 кг  
масса



3,4/1,7/1,6 м  
длина/ширина/высота

1 500 мм  
колея

2 100 мм  
колесная база

160 мм  
клиренс

20 мин  
быстрая  
зарядка

150 км/ч  
максимальная  
скорость

\*Пиковая мощность установленного электродвигателя составляет 160 кВт (220 л.с.) в разработанном образце электронно ограничена до 80 кВт (108 л.с.)

«КАМА-1» – УНИКАЛЬНЫЙ ДЛЯ РОССИЙСКОЙ ВЫСОКТЕХНОЛОГИЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕЗУЛЬТАТ КОМПЛЕКСНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА СПБПУ И КАМАЗ ПРИ ПОДДЕРЖКЕ МИНОБРНАУКИ РОССИИ.

[Электрический смарт-кроссовер «КАМА-1»](#), разработанный и изготовленный [Инжиниринговым центром CompMechLab® СПбПУ](#) – ключевым подразделением Центра НТИ СПбПУ «Новые производственные технологии» – на основе технологии цифровых двойников и наукоемких платформенных решений в рекордные для отрасли сроки (за 2 года) и с бюджетом, кратно

ниже финансовых затрат на аналогичные разработки в России и в мире.

Смарт-кроссовер глобально конкурентоспособен с точки зрения технических и потребительских характеристик, отвечает требованиям международной сертификации. В отличие от некоторых электромобилей, которые уже предлагались российскими разработчиками, у данного образца нет предшественника с двигателем внутреннего сгорания – уникальная разработка велась «с нуля».

В ходе реализации проекта получено 79 новых научных и научно-технических результатов (цифровые модели, виртуальные испытательные полигоны и стенды, программно-методическое обеспечение, конструктивные решения, «умный» цифровой двойник электромобиля, экспериментальный образец в сборе и др.), а также в соответствии с соглашением с Минобрнауки РФ СПбПУ созданы и зарегистрированы 6 объектов интеллектуальной собственности, включая промышленный образец «Малогабаритный городской электромобиль». Проект стал лауреатом [национальной премии «Технологический прорыв – 2020»](#) в номинации «Технологический прорыв», руководитель проекта Алексей Боровков получил [личную благодарность](#) от имени первого заместителя Председателя Правительства РФ Андрея Белоусова, а также был [удостоен правительственной награды](#) – знака отличия «За заслуги перед Санкт-Петербургом».





Разработка российского электромобиля, обладающего глобально конкурентоспособными характеристиками, всколыхнула российское и мировое информационное пространство. Тематические обзоры и новостные сообщения о российской разработке выпустили ведущие автомобильные издания большинства стран Европы, Азии, Латинской Америки. Предложения о сотрудничестве – по разработке и поставке компонентов электромобиля, трансферу технологий, инвестициям в производство – поступили и из регионов России, и от ближайших соседей – Казахстана и Азербайджана, и из дальнего зарубежья – Малайзии, Китая, Японии, стран Латинской Америки.

«КАМА-1» стала технологическим вызовом, который российские промышленность, государство и высшая школа поставили себе и преодолели с впечатляющим успехом. Коммуникационная стратегия проекта – системная работа с вызовами («мифами», возражениями и т.д.) и обеспечение опережающих ответов на острые вопросы промышленности, государства и общества на основе аналитики, форсайт-подхода и инструментов авторской концепции Hi-Tech & PR-GR-IR & Marketing – обеспечила проекту более 75 млн потенциальных контактов с целевой аудиторией только за первый месяц.





Основная проблематика продвижения результатов проекта состоит в необходимости преодоления ряда коммуникационных барьеров восприятия в виде множества мифов и возражений, связанных как с технологиями цифровой трансформации промышленности, так и с электромобильной тематикой. Наиболее распространенные мифы и возражения:

- Миф о том, что в России у потребителей нет интереса к электромобилям (в силу разных причин: от отсутствия инфраструктуры до климатических особенностей), что высокого спроса на электромобили в ближайшие 10-20 лет в России ожидать не следует.
- Миф о невозможности разработки и создания конкурентоспособного отечественного автомобиля или электромобиля. Согласно результатам федерального социологического опроса (агентство ZOOM Market, 2020 г.), более 68% россиян не видят смысла в приобретении автомобилей отечественного производства. Кроме того, сохраняется обесценивание профессиональных компетенций российских инженеров.
- Миф о том, что удел университетов – образование или фундаментальная наука, что университет не может создавать готовый к производству сложный высокотехнологичный продукт для массового рынка, при этом конкурентоспособный на мировом уровне, такой как электромобиль.
- Миф о том, что для создания такой высокотехнологичной разработки, как электромобиль, требуется «от десяти лет и более», огромные инвестиции, сотни натурных испытаний и тысячи человеко-лет.



- Сложность восприятия наукоемких цифровых технологий и платформенных решений («цифровые двойники», «умные цифровые двойники», «виртуальные испытания», «цифровая сертификация», «платформы виртуальной разработки» – достаточно сложные понятия и концепции для массовой коммуникации).

## ЦЕЛИ КАМПАНИИ



1. ПРЕДСТАВИТЬ **ЭЛЕКТРОМОБИЛЬ**
2. ПЕРЕЛОМИТЬ **НЕГАТИВНУЮ ПОВЕСТКУ**
3. ПОЗИЦИОНИРОВАТЬ **СПБПУ** КАК ЛИДЕРА РАЗРАБОТОК ЭЛЕКТРОТРАНСПОРТА
4. УБЕДИТЬ ЛПР В КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ **ТЕХНОЛОГИЙ**
5. **ВОВЛЕЧЬ ПАРТНЕРОВ В СОЗДАНИЕ РОССИЙСКОГО ЭЛЕКТРОТРАНСПОРТА**

(РЫНОК НЕ ЖДЕТ - В ЗАПАСЕ 2-3 ГОДА)



Основой стратегии продвижения проекта был выбран принцип «матрешки» – вложенности смыслов (сообщений) от простого («В России умеют делать электромобили») к сложному («Передовые производственные технологии способны обеспечить глобальную конкурентоспособность»). В ходе проекта специалистам Центра НТИ СПбПУ предстояло последовательно пройти имевшиеся барьеры в ходе коммуникаций со всеми группами целевой аудитории, в первую очередь:

- в России: высшие руководители Правительства России, Правительства Санкт-Петербурга, региональных правительств; руководители и инженерные специалисты ключевых отечественных высокотехнологичных предприятий; технологические и промышленные эксперты;
- в России и за рубежом: широкие круги автолюбителей, в особенности – интересующиеся электромобильной тематикой, потенциальные покупатели электромобилей; потенциальные индустриальные заказчики работ и партнеры по направлению электромобильности.

В логике принятого принципа «матрешки» коммуникационная кампания была реализована в несколько этапов, причем каждому из них

соответствовали свои инструменты продвижения. Коммуникационная кампания была реализована по всем ключевым каналам (региональные, федеральные и глобальные СМИ, соцсети и блогосфера, экспертные онлайн- и [офлайн](#)-мероприятия и др.) с использованием самых различных инструментов продвижения (от создания [документально-игрового видеоконтента](#) до применения технологий виртуальной реальности).

В коммуникационных мероприятиях, связанных с электромобилем «КАМА-1», приняли участие: Минниханов Р.Н., президент Республики Татарстан; Фальков В.Н., министр науки и высшего образования РФ; Чемезов С.В., генеральный директор Госкорпорации «Ростех»; Когогин С.А., генеральный директор ПАО «КАМАЗ»; Сергеев А.М., президент РАН; Песков Д.Н., спецпредставитель Президента РФ по вопросам цифрового и технологического развития; Кравченко Д.Б., депутат Государственной Думы; Гуцан А.В., полномочный представитель Президента РФ в Северо-Западном федеральном округе, Беглов А.Д., губернатор Санкт-Петербурга; Княгинин В.Н., вице-губернатор Санкт-Петербурга и другие.

[3 февраля 2021 года](#) в рамках рабочей встречи в Кремле генеральный директор Агентства стратегических инициатив Светлана Чупшева представила проекту Президенту России Владимиру Путину в качестве одного из основных результатов реализации Национальной технологической инициативы в 2020 году. Соответствующий новостной сюжет появился на крупнейших федеральных и региональных телеканалах.

Жюри национальной премии «Серебряный лучник» высоко оценило осуществленную Центром НТИ СПбПУ коммуникационную кампанию и включило его в ТОП-3 проектов номинации «Продвижение технологий будущего» (из 25 претендентов):

- Фестиваль идей и технологий Rukami (Фонд поддержки проектов Национальной технологической инициативы) – победитель в номинации;
- Art-проект «2020–2070» (Фонд инфраструктурных и образовательных проектов, Frida Foundation);
- «КАМА-1»: рожденный электромобилем (Центр НТИ СПбПУ «Новые производственные технологии»).

Лучшие проекты конкурса ежегодно публикуются в книге «50 лучших проектов». В настоящее время собрание томов, описывающее процесс становления отечественных коммуникаций с 1997 года, включает в себя 12 томов объемом более 600 страниц. Проект продвижения электромобиля «КАМА-1», разработанного Петербургским Политехом на основе технологии цифровых двойников и наукоемких платформенных решений, появится в составе сборника премии за 2020 год.



Отметим, что в числе лучших кейсов страны, собранных в последнем издании, – коммуникационный проект Дирекции культурных программ и молодежного творчества СПбПУ [«Инженеры искусств: культурный код университета и города Петра Великого»](#).





Всего же в числе лучших проектов жюри «Серебряного лучника» были названы [19 лауреатов](#), причем особое внимание было уделено новым номинациям 2020 года. Так, самым эффективным в номинации «Антикризисные коммуникации в период пандемии» жюри признан проект «Папа ушел в автономку» концерна «Росэнергоатом». Первым обладателем статуэтки «Серебряный Лучник» в номинации «Культурно-просветительские проекты», учрежденной в 2020 году, стал «Художественный многосерийный фильм «Бомба» от Госкорпорации «Росатом». Также впервые награды Национальной премии были вручены в номинации «Образовательные проекты», лауреатом стало Студенческое агентство Департамента интегрированных коммуникаций НИУ ВШЭ с проектом С. А.Д.И.К.

Материал подготовлен Центром НТИ СПбПУ

Дата публикации: 2021.02.25

>>Перейти к новости

>>Перейти ко всем новостям