Приложение

Рекомендации по информационному сопровождению информационной кампании Всероссийского онлайн-голосования за объекты благоустройства в 2023 году.
Ключевые показатели эффективности информационного сопровождения

Уважаемые коллеги,

С 15 апреля по 31 мая 2023 года на онлайн-платформе https://za.gorodsreda.ru/ пройдет Всероссийское онлайн-голосование за объекты благоустройства. Оператором по проведению информационной кампании Всероссийского онлайн-голосования выступает АНО «Национальные приоритеты».

Для проведения масштабной федеральной рекламной кампании разработана концепция «Влиятельные люди». Ее основная идея: горожане, определяющие объекты благоустройств в своем муниципалитете, являются «влиятельными людьми», которые могут управлять благоустройством своих городов.

В рамках рекламной кампании АНО «Национальные приоритеты» разработаны видеоролики, радиоролики, макеты наружной рекламы. Их необходимо использовать в рамках информационного освещения хода голосования в регионе. Материалы находятся по ссылке https://disk.yandex.ru/d/UNxUKMX-gkAutQ . Также они будут представлены в АИС «Контента» (раздел «Материалы федеральных информационных кампаний»). Материалымогут использоватьсяна безвозмездной основе. Права на использования действуют до 20 июня 2023 года.

Обязательным условием при проведении информационной кампании является использование элементов брендирования национального проекта

«Жилье и городская среда». В частности, следует использовать логотип национального проекта «Жилье и городская среда», включающий изображение луча, а также текстовый блок «**национальный проект «Жилье и городская среда», инициирован Президентом России».** Логотип национального проекта «Жилье и городская среда»: https://disk.yandex.ru/d/fVxfmVi2NWjssw/Logo.

В текстах информационной кампании рекомендуется использовать представленные в руководстве варианты текстовых упоминаний национального проекта https://disk.yandex.ru/i/wZclZ_z0kzsrAg.

Использование ко-брендинга федерального проекта «Формирование комфортной городской среды» и нацпроекта «Жилье и городская среда» допускается, однако материалы должны быть реализованы в соответствии с правилами ко-брендинга https://disk.yandex.ru/d/FUgYKJxaa_pfgQ, с обязательным использованием в нем в период голосования логотипа нацпроекта , представленного в Руководстве.

АНО «Национальные Приоритеты» разработаны предложения по оформлению экипировки волонтеров https://disk.yandex.ru/d/iEv4LOY6JdEmdA , использование старого мерча также допускается (см. также ко-брендинг).

Определены сроки и этапы информационной кампании по освещению Всероссийского онлайн- голосования за объекты благоустройства:

С 15 марта – старт активной информационной кампании по регистрации волонтеров благоустройства.

28 марта – 7 апреля – подготовительный этап: разработка, внесение корректировок и согласование региональных медиапланов.

С 10 апреля по 14 апреля – анонсирующий этап информационной кампании по освещению Всероссийского онлайн-голосования за объекты благоустройства, который направлен на привлечение внимания жителей страны к голосованию на портале za.gorodsreda.ru. Ключевые

коммуникационные задачи этого этапа: донесение информации о том, что горожане могут влиять на формирование комфортной среды в своих городах; рассказ об изменениях и реализованных проектах в формате «Было - стало». Портал za.gorodsreda.ru адресно не продвигается до того, как будет реализована возможность проголосовать.

15 апреля – старт Всероссийского онлайн-голосования за новые объекты благоустройства;

17 апреля – выпуск федерального пресс-релиза о старте Всероссийского онлайн-голосования и его трансляция в регионах.

22 апреля – поддержка в региональных СМИ Всероссийского субботника. Ссылка на материалы макета субботника будет направлены в регионы до 1 апреля).

15 апреля-31 мая – основной этап рекламной кампании по освещению Всероссийского онлайн-голосования за объекты благоустройства. На этом этапе все рекламные и информационные материалы **должны содержать <u>кликабельную ссылку</u> на платформу для голосования**.

В рамках этапа будет реализована федеральная рекламная кампания «Влиятельные люди», а именно: на 10 федеральных каналах («Первый», «Россия 1», «НТВ», «ТНТ», «СТС», «ТВ-3», «Пятница!», «Россия 24», «Муз-ТВ», «2х2») будет организована масштабная рекламная кампания, на 21 федеральной радиостанции:

- с 1 мая по 14 мая на радиостанциях: «Европа Плюс», «Ретро ФМ», «Дорожное Радио», «Studio 21», «Новое Радио», «Радио 7»: «Love radio», «Дача», «Шансон», «Русское Радио», «ДФМ», «Монте Карло», «Хит ФМ», «Maximum»;
- с 15 мая по 28 мая на радиостанциях: «Наше радио»;
- с 15 мая по 31 мая на радиостанциях: «Radio Active Buyers Network», «Авторадио», «Comeda radio», «NRJ», «Юмор».

Также будет размещена наружная реклама в не менее 48 городах страны.

Будет запущена масштабная онлайн-видеокампания в интернет-поисковиках, таргетированная реклама.

Кроме того, запланированы интеграции в федеральных СМИ (ТВ и радиопрограммы, печатные издания, статьи в интернете и соцсетях).

В целях информирования граждан о проведении голосования через ЕПГУ Минцифры России запланированы рассылки пользователям портала госуслуг.

АНО «Диалог» в период голосования будет осуществлять email-рассылки, уведомления в СПК (федеральный и региональный уровни, инициировать публикации в госпабликах, чат-ботах, телеграмм-каналах и на сайтах органов власти.

Информационное сопровождение Всероссийского онлайн-голосования за объекты Благоустройства в регионах

В целях информирования региональные офисы могут быть использованы следующие каналы: эфирные, печатные, интернет-СМИ, социальные сети, публичные паблики, блоги, мероприятия и встречи с местными жителями, рекламные носители различных форматов (Indoor, Outdoor и транзитная реклама на транспорте).

28 марта с ответственными за информационную кампанию и отчетность от региона будет проведено совещание в режиме ВКС для разъяснения плана информационной работы и форматов коммуникации, однако решение об использовании информационных материалов остается за регионом.

До **01 апреля** регионам необходимо заполнить медиаплан информационного сопровождения голосования.

Также **до 7 апреля** в регионы будут направлены целевые ключевые показатели эффективности, необходимые для проведения эффективной

информационной кампании и форма еженедельной отчетности в период голосования.

Для информационного освещения Всероссийского онлайн-голосования за объекты благоустройства в средствах массовой информации и интернете устанавливаются ключевые критерии:

- каждые 7 дней регион должен выпускать не менее двух оригинальных новостей (инфоповодов) от;

- регион еженедельно проводит мероприятия с местными жителями для их вовлечения в голосование;

- все информационные поводы должны быть размещены в АИС «Контента» не позднее даты их рассылки в СМИ;

- обязательным является размещение материалов на следующих площадках: региональные и муниципальные СМИ, радио и ТВ с наибольшими охватами; социальные сети губернатора, курирующего заместителя губернатора, мэра и замместителя мэра города, отраслевых региональных и муниципальных руководителей, городских пабликах;

- для продвижения голосования также рекомендуется привлекать к реализации информационной кампании в социальных сетях региональных блогеров и лидеров общественных мнений;

- на порталах высших исполнительных органов власти в регионах должно быть организовано размещение баннера проекта (с прямой ссылкой на сайт голосования za.gorodsreda.ru).

Рекомендуется учитывать текущее состояние СМИ, а также возможность атак на отдельные государственные и федеральные порталы и при необходимости перераспределять информационное воздействие на те каналы, которые демонстрируют высокую охватность.

В целях эффективной координации информационной кампании Всероссийского онлайн-голосовании АНО «Национальные приоритеты» каждые 7 дней формирует отчет об информационном сопровождении Всероссийского онлайн-голосования в субъектах Российской Федерации.

Отчетность необходимо предоставлять начиная со старта голосования **15 апреля.** Сроки подачи отчета от региона: каждую **пятницу до 19:00 по московскому времени,** начиная **с 21 апреля 2023 года**. Итоговый отчет направляется регионами **2 июня до 19:00 по московскому времени.** По итогам отчетности каждые 7 дней по **средам в 10 утра по московскому времени** будет проводиться ВКС для обсуждения текущих результатов.

График ВКС:

- **28 марта;**
- **5 апреля;**
- **12 апреля;**
- **19 апреля;**
- **26 апреля;**
- **3 мая;**
- **10 мая;**
- **17 мая;**
- **24 мая;**
- **31 мая;**
- **9 июня (подведение итогов).**

Рекомендации для выхода эфирных СМИ (телевидение (далее - ТВ) и радио)[1].

Для рекламы на радио рекомендуемый минимум – 5 выходов в день на нескольких каналах, продолжительность аудио-ролика – 30 сек., интервалы выхода: утренние часы и обеденное время (утро - с 7:30 до 9:30, обеденное время - с 12:00 до 14:00, вечер - с 17:00 до 19:00). Радиореклама привлекает в среднем 30% аудитории слушателей.

Прайм-тайм для ТВ – вечернее время с 18:00 и до 23:00. Предпочтительные форматы на ТВ: развлекательные передачи, новости,

[1] Информация предоставлена на основании анализа исследовательского холдинга ROMIR Monitoring.

музыкальные передачи, ток-шоу. Рекламный ролик рекомендуется размещать первым или последним в рекламном блоке.

Рекомендации для рекламных размещений в печатных СМИ.

Разница в размещении внутри издания – на страницах ближе к началу, к середине или к концу – незначительна для газет. Принято считать, что лучшие полосы в изданиях – с 3-й по 20-ю.

Положение внутри издания важно при публикации рекламы на развороте (левая и правая полосы). В таком случае стоит выбрать центральный разворот. Рекомендуется размещать информацию рядом с журналистскими материалами или готовить специальные редакционные материалы.

Рекомендации для размещения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет (далее – Интернет) и социальных сетях.

Наружная реклама (Outdoor).

Рекомендуется размещение рекламы на билбордах. Стандартный формат билборда - 3х6 метров.

Рекомендуется размещение рекламы на цифровых билбордах. За счет новизны и постоянной смены кадров цифровые билборды более эффективно воздействуют на аудиторию. Для эффективной рекламной кампании на данном виде носителей рекомендуется задействовать следующее рекомендуемое количество цифровых билбордов: для муниципальных образований с населением менее 200 тысяч жителей – 5-10 сторон, до 1 млн – 20-30 сторон, более 1 млн – 30-50 сторон.

Рекомендуемое распределение адресной программы: 50% – центральные улицы муниципального образования, остальные 50% распределяются по спальным районам муниципального образования.

Для размещения рекламы на цифровых билбордах выбираются основные магистрали, соединяющие спальные районы, транспортные развязки. Рекомендуется выбирать конструкции на «стоп-линиях» –

перекрестки, светофоры, пешеходные переходы, остановки общественного транспорта. Желательно использовать стороны «А» (работающие по ходу движения транспорта). Стороны должны быть хорошо просматриваемые, без закрывающих просмотр деревьев, знаков, столбов, зданий.

Рекомендуемая продолжительность контакта наружной рекламы с пешеходами примерно 30-40 секунд, автомобилистами – около 1-3 секунды.

Рекомендуется размещение рекламы на остановочных павильонах. Эффективность определяется следующими показателями: большая проходимость, длительный контакт человека с информацией (порядка 10 минут), информация всегда находится на уровне глаз, воздействует на разные категории людей.

Рекомендуется размещение рекламы на транспорте (транзитная реклама). Наиболее эффективны маршруты общественного транспорта: обслуживающие плотную застройку, передвигающиеся в центральной части города, линейные (продолжительные участки маршрута по прямой).

Внутренняя реклама (Indoor).

Рекомендуется размещение рекламы на стендах в лифтах. Преимущества такой рекламы: широкий охват аудитории, гарантированно высокая частота контакта, ежедневный контакт с информацией. Макет размещается на уровне глаз, что позволяет жителю ежедневно прочитывать информацию.

Рекомендуется размещение рекламы на экранах в торгово-развлекательных центрах и спортивных центрах.

Рекомендации по проведению мероприятий

В период голосования регионам необходимо проводить просветительские-информационные мероприятия с горожанами еженедельно, такие как: субботники, просветительские информационные встречи с местными жителями на территориях, участвующих в голосовании, а также мероприятия в организациях и учебных заведениях с целью вовлечения горожан в голосование.

Контакты для связи:

По вопросам информационного сопровождения - через раздел «Обратная связь» в АИС «Контента».

По вопросам работы платформы za.gorodsreda.ru - @fkgs_support_bot в Телеграм.

Список рассылки
к исх. № _____ от _____

№	Высшие исполнительные органы государственной власти субъектов Российской Федерации	Адрес
1.	Правительство Белгородской области	МЭДО
2.	Администрация Брянской области	МЭДО
3.	Администрация Владимирской области	МЭДО
4.	Правительство Воронежской области	МЭДО
5.	Правительство Ивановской области	МЭДО
6.	Правительство Калужской области	МЭДО
7.	Администрация Костромской области	МЭДО
8.	Администрация Курской области	МЭДО
9.	Администрация Липецкой области	МЭДО
10.	Правительство Москвы	МЭДО
11.	Правительство Московской области	МЭДО
12.	Правительство Орловской области	МЭДО
13.	Правительство Рязанской области	МЭДО
14.	Администрация Смоленской области	МЭДО
15.	Администрация Тамбовской области	МЭДО
16.	Администрация Тверской области	МЭДО
17.	Администрация Тульской области	МЭДО
18.	Правительство Ярославской области	МЭДО
19.	Правительство Республики Карелия	МЭДО
20.	Правительство Республики Коми	МЭДО
21.	Администрация Архангельской области	МЭДО
22.	Администрация Волгоградской области	МЭДО
23.	Правительство Калининградской области	МЭДО
24.	Правительство Ленинградской области	МЭДО
25.	Правительство Мурманской области	МЭДО
26.	Администрация Новгородской области	МЭДО
27.	Администрация Псковской области	МЭДО
28.	Администрация Санкт-Петербурга	МЭДО
29.	Администрация Ненецкий АО	МЭДО
30.	Кабинет Министров Республики Адыгея	МЭДО
31.	Правительство Республики Дагестан	МЭДО
32.	Правительство Республики Ингушетия	МЭДО
33.	Правительство Кабардино-Балкарской Республики	МЭДО

34.	Правительство Республики Калмыкия	МЭДО
35.	Правительство Карачаево-Черкесской Республики	МЭДО
36.	Правительство Республики Северная Осетия – Алания	МЭДО
37.	Правительство Чеченской Республики	МЭДО
38.	Администрация Краснодарского края	МЭДО
39.	Правительство Ставропольского края	МЭДО
40.	Правительство Астраханской области	МЭДО
41.	Правительство Вологодской области	МЭДО
42.	Правительство Ростовской области	МЭДО
43.	Правительство Республики Башкортостан	МЭДО
44.	Правительство Республики Марий Эл	МЭДО
45.	Правительство Республики Мордовия	МЭДО
46.	Правительство Республики Татарстан	МЭДО
47.	Правительство Удмуртской Республики	МЭДО
48.	Кабинет Министров Чувашской Республики	МЭДО
49.	Правительство Кировской области	МЭДО
50.	Правительство Нижегородской области	МЭДО
51.	Правительство Оренбургской области	МЭДО
52.	Правительство Пензенской области	МЭДО
53.	Правительство Пермского края	МЭДО
54.	Правительство Самарской области	МЭДО
55.	Правительство Саратовской области	МЭДО
56.	Правительство Ульяновской области	МЭДО
57.	Правительство Курганской области	МЭДО
58.	Правительство Свердловской области	МЭДО
59.	Правительство Тюменской области	МЭДО
60.	Правительство Челябинской области	МЭДО
61.	Правительство Ханты-Мансийского АО	МЭДО
62.	Администрация Ямало-Ненецкого АО	МЭДО
63.	Правительство Республики Алтай	МЭДО
64.	Правительство Республики Бурятия	МЭДО
65.	Правительство Республики Тыва	МЭДО
66.	Правительство Республики Хакасия	МЭДО
67.	Администрация Алтайского края	МЭДО
68.	Правительство Красноярского края	МЭДО
69.	Правительство Иркутской области	МЭДО

70.	Администрация Кемеровской области	МЭДО
71.	Администрация Новосибирской области	МЭДО
72.	Правительство Омской области	МЭДО
73.	Администрация Томской области	МЭДО
74.	Правительство Забайкальского края	МЭДО
75.	Правительство Республики Саха (Якутия)	МЭДО
76.	Администрация Приморского края	МЭДО
77.	Правительство Хабаровского края	МЭДО
78.	Правительство Амурской области	МЭДО
79.	Правительство Камчатского края	МЭДО
80.	Администрация Магаданской области	МЭДО
81.	Правительство Сахалинской области	МЭДО
82.	Правительство Еврейской АО	МЭДО
83.	Правительство Чукотского АО	МЭДО
84.	Совет Министров Республики Крым	МЭДО
85.	Правительство города Севастополь	МЭДО