

ВСЕЙ СЕМЬЕЙ

МОБИЛИЗАЦИОННЫЙ
ПРОЕКТ

#ВсеЙСемьей #ВсеЙСемьейНаВыборы

СЕМЬЯ — ГЛАВНАЯ ЦЕННОСТЬ ДЛЯ РОССИЯН

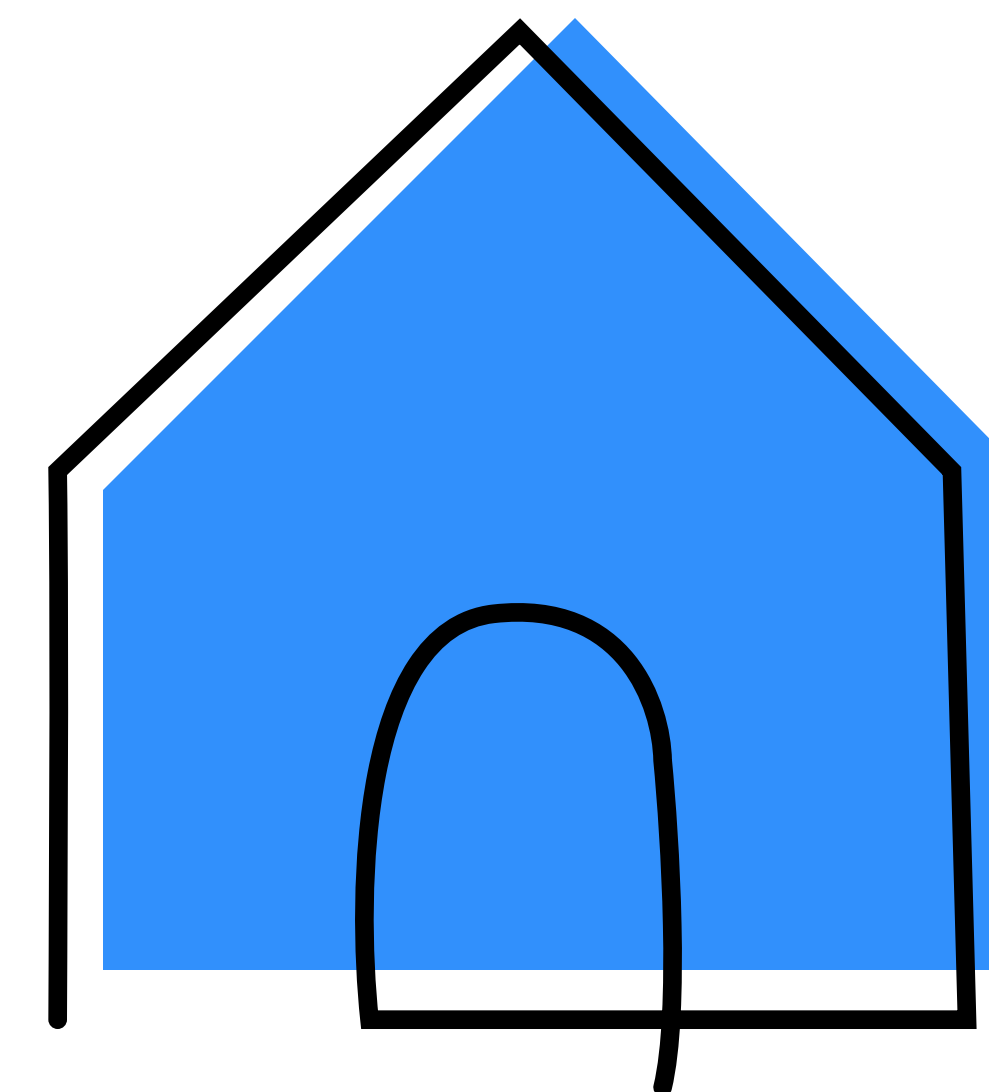


98%

россиян считают
важными
для себя
отношения
в семье*

83%

россиян заявили,
что считают **ВАЖНЫМ**
сохранять те обряды,
традиции, которые
соблюдают они сами,
для будущих поколений*



**Всероссийский телефонный опрос «ВЦИОМ-Спутник». В опросе приняли участие 1 600 россиян в возрасте от 18 лет.*

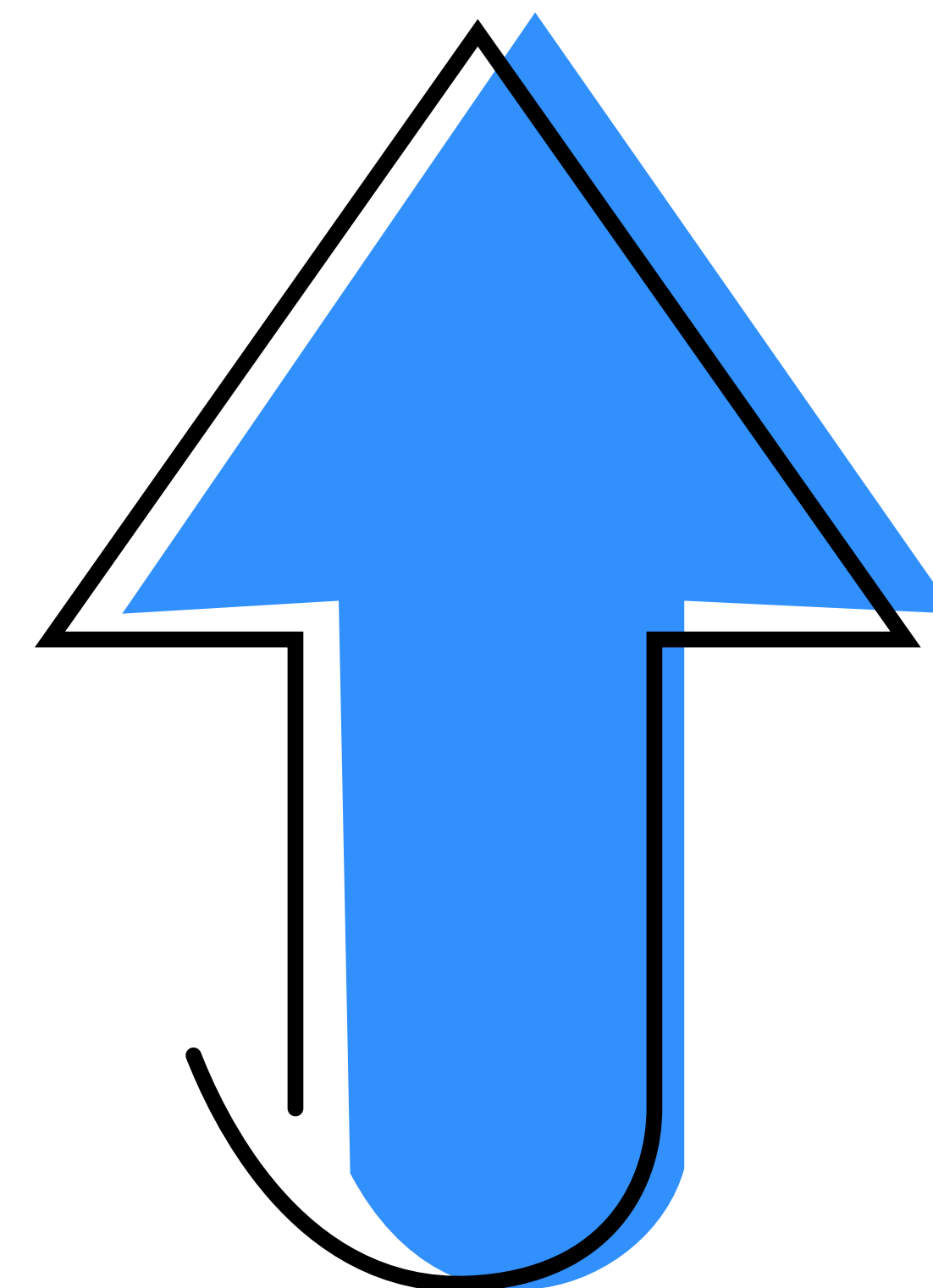


ЦЕЛИ ПРОЕКТА:

- Увеличение органической явки на выборах Президента России
- Формирование консолидированного голосования за единого лидера страны

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА:

- Вовлечение избирателей в мобилизационные проекты
- Мотивация избирателей на массовое консолидированное голосование изнутри семьи, охватывающей несколько поколений родственников
- Укрепление роли семьи как основы гражданско-патриотического воспитания



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ПРОЕКТА:



38,5 млн

семей из 2-х и более человек

88%

населения страны
проживает в семьях*

в том числе

2,2 млн

многодетных семей*



*По данным переписи Росстата

ИДЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЭТАПЫ ПРОЕКТА



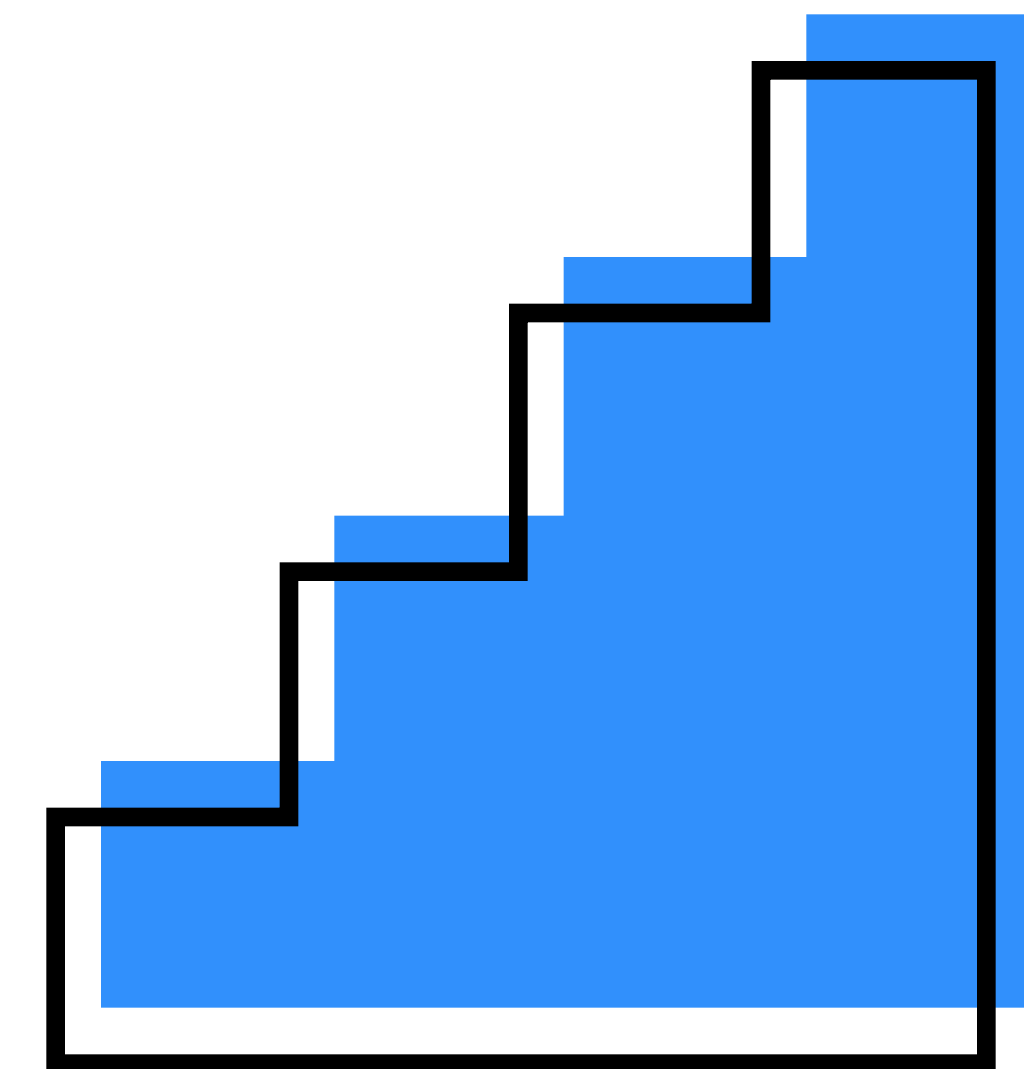
1. Подготовительный этап (ноябрь 2023 – 15 февраля 2024)

Проекты – Нарративы:

- «Всей семьёй – на спорт»
- «Всей семьёй – в театр»
- «Всей семьёй – в путешествие»
- «Всей семьёй – на Ёлку»
- «Всей семьёй – на лыжи»
- «Всей семьёй – на КВН»
- «Всей семьёй – на выставку»
- «Всей семьёй – на фестиваль»
- «Всей семьёй – в кино»
- «Всей семьёй – на матч»

2. Мобилизационный этап (15 февраля 2024 – Дни голосования)

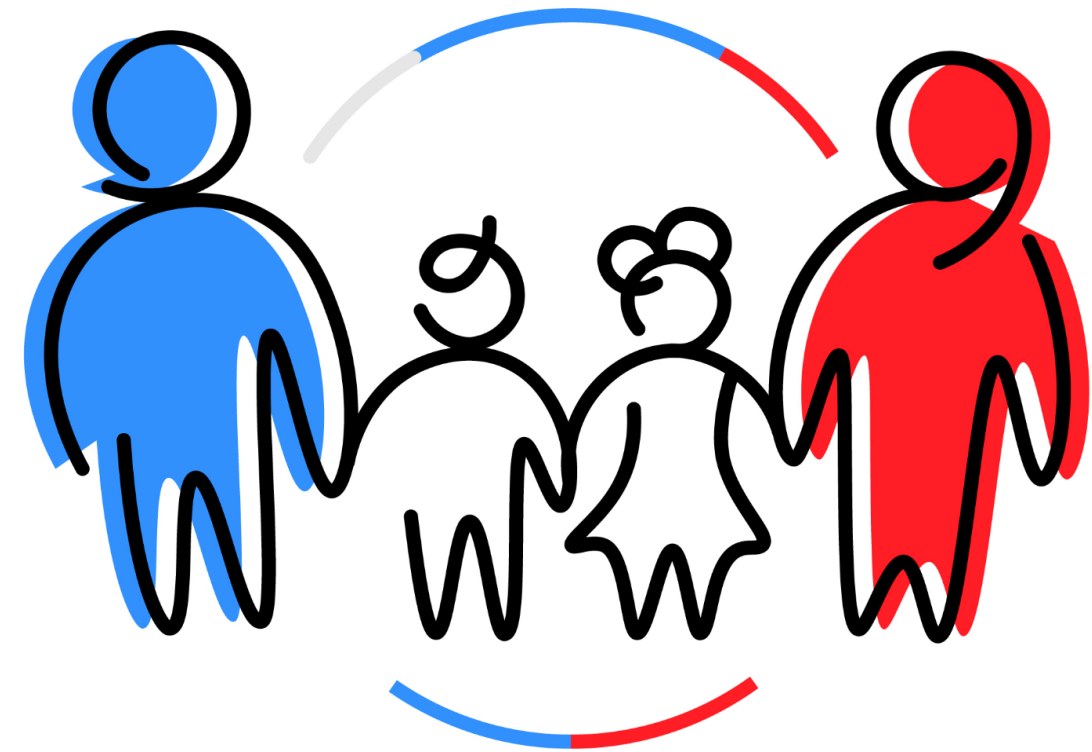
- «Всей семьёй – на выборы»



ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ПРОЕКТА



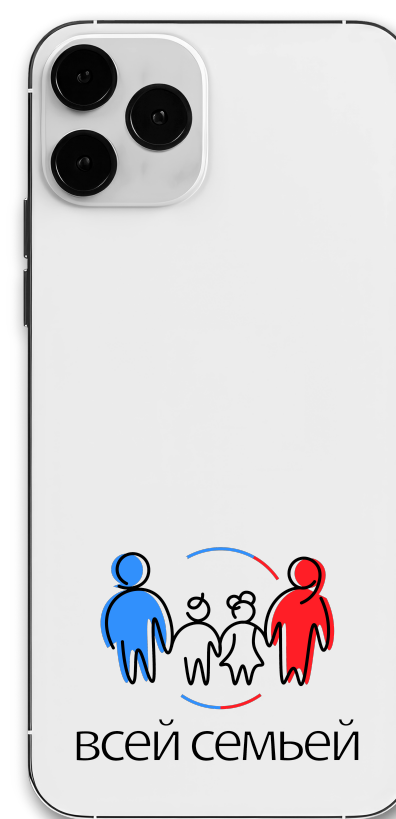
ЛОГОТИП ПРОЕКТА



всей семьей

- Традиционная российская семья, состоящая из папы, мамы и двух детей: сына и дочери. Они держатся за руки, демонстрируя единство и крепкую связь.
- Основные цвета проекта — голубой, белый и красный — отсылают к Государственному флагу Российской Федерации.
- Несмотря на то, что на логотипе изображены только родители и дети, сам проект направлен на объединение всех поколений родственников (бабушки, дедушки, тёти, дяди и пр.).

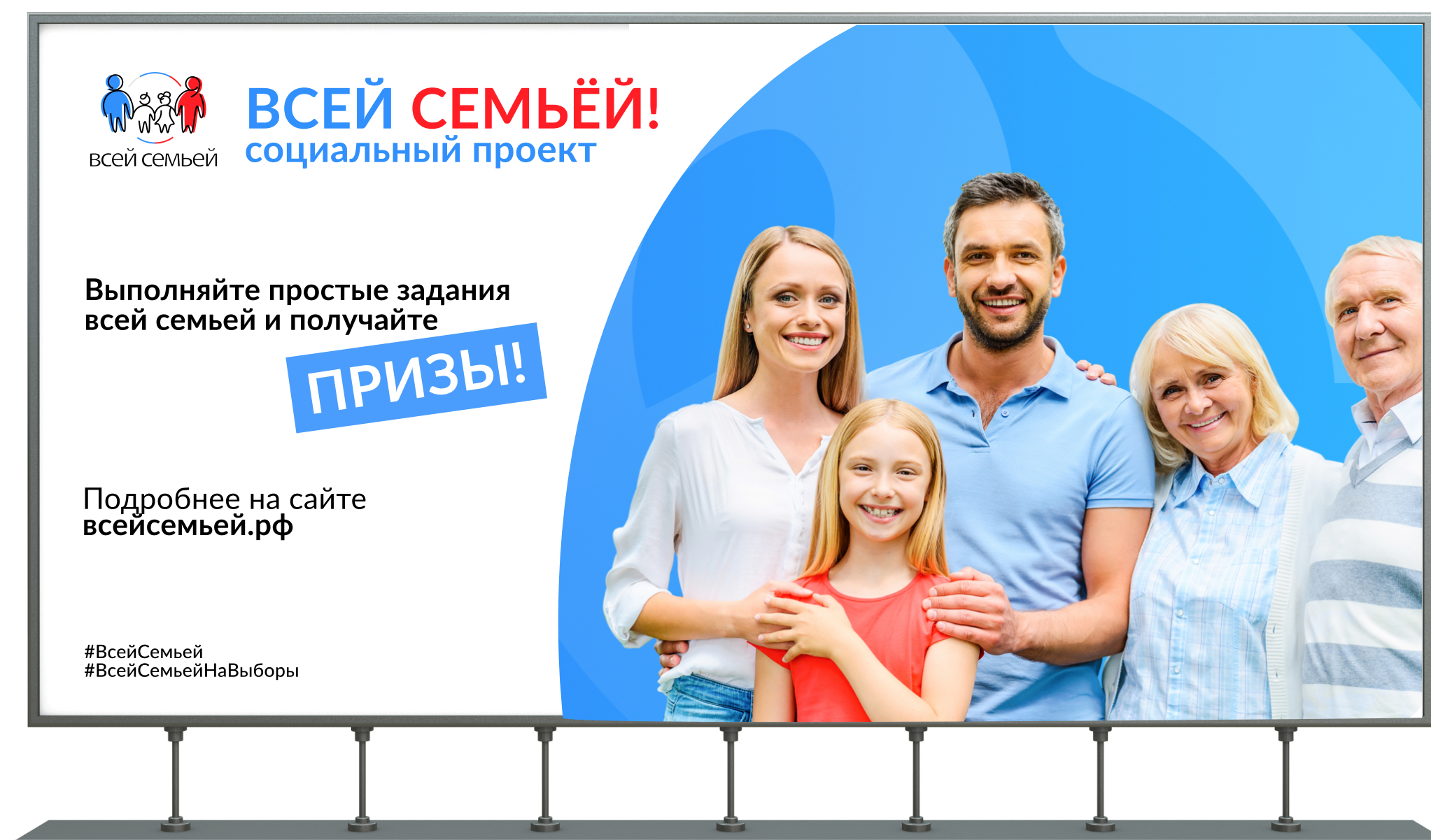
ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ПРОЕКТА



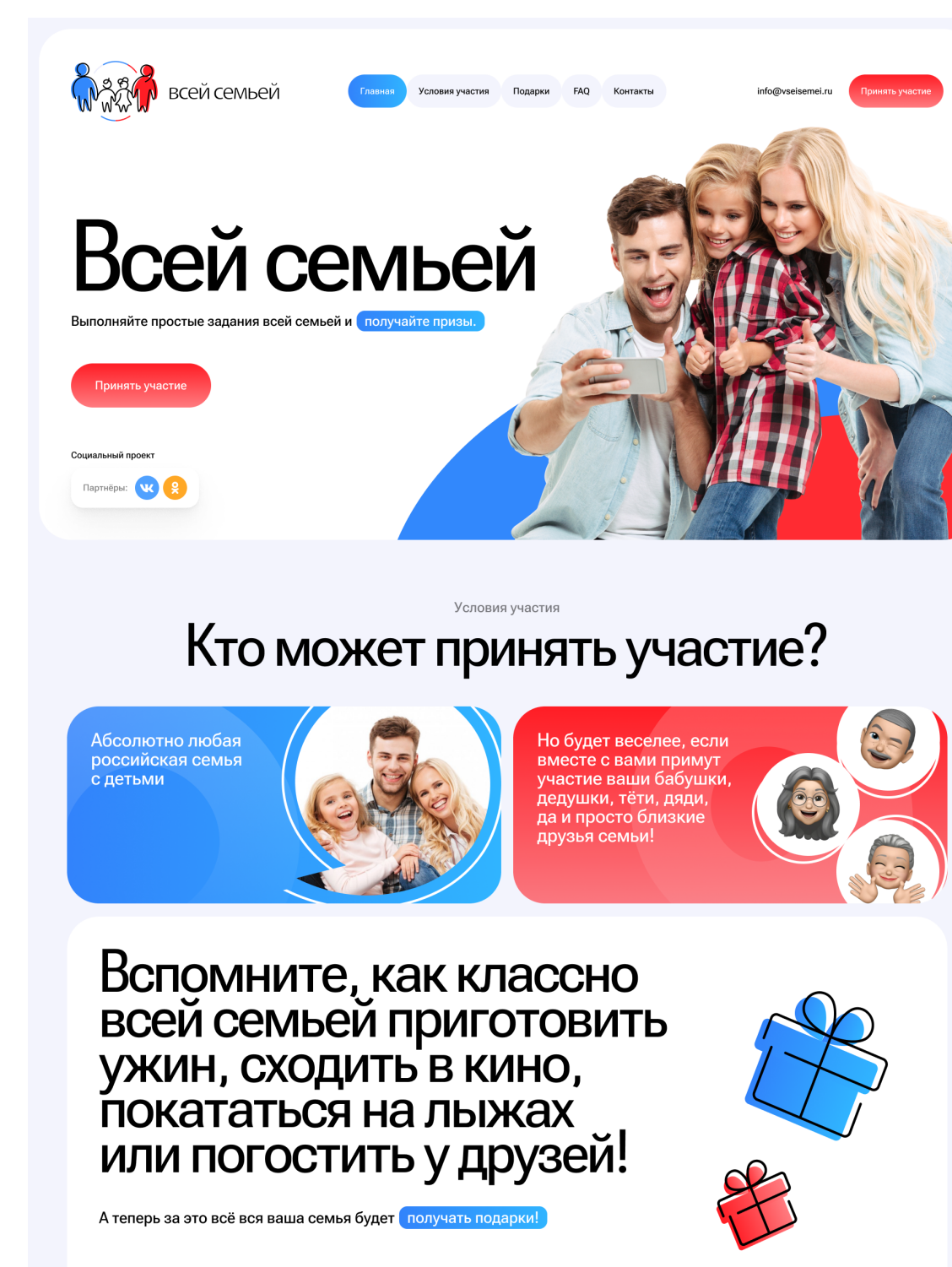
ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ПРОЕКТА



пример баннера



сайт всейсемьей.рф



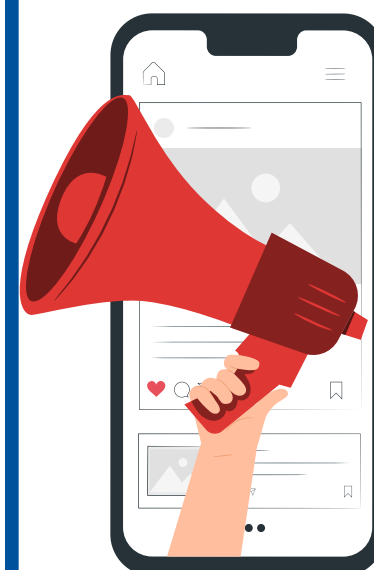
ФОРМАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА



Всей семьей



Участие
первого лица



Мобилизационный
проект в социальных
сетях
(VK и Одноклассники)



Тематические
федеральные
и региональные
мероприятия



Медиакампания,
включая
социальные
медиа



Наружная
рекламная
кампания

МОБИЛИЗАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



Сроки:

конец ноября 2023 г. - март 2024 г.
(дни голосования)

Площадки:

VK и Одноклассники

Суть проекта:

Семьи-участницы вместе посещают мероприятие (спортивное, культурное, развлекательное) и выставляют фото/видеоотчеты в своих соцсетях под хештэгом **#всейс семьей**

Примеры заданий:

- Всей семьёй — на спорт
- Всей семьёй — в театр
- Всей семьёй — на природу

Финальное задание (15-17 марта):

- Всей семьёй — на выборы

МОБИЛИЗАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ И ПРИЗЫ

Розыгрыш за задание «Всей семьей на выборы»

Участники, которые пришли на выборы всей семьей, сделали фото, выложили его в соцсети и поставили хештэг [#всейсемьеинавыборы](#), участвуют в розыгрыше спецпризов

Финальный розыгрыш

Выбираем главных победителей среди тех, кто выполнил все задания и сделал наибольшее количество публикаций с хештэгом [#всейсемье](#). Между ними разыгрываем призы, подарки и уникальные лоты



РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА В РЕГИОНАХ

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПРОЕКТНОГО ОФИСА И РЕГИОНОВ





РЕГИОНАЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПО ТЕМАТИКЕ ПРОЕКТА

Каждый регион самостоятельно определяет 3-5 наиболее подходящих направлений для реализации у себя с учетом своей специфики и календаря текущих, уже запланированных мероприятий (культурных, спортивных, праздничных).

Примеры направлений:

- Всей семьей - на матч
- Всей семьей - на каток
- Всей семьей - на КВН
- Всей семьей - на фестиваль

Выбранные направления задают:

- Тематику наружной рекламы
- Инфоповоды для участия/комментирования главы региона
- Форматы медиа-сопровождения
- Темы для посевов в соцсетях

ПРИМЕРЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИНФОПОВОДОВ

Инфоповоды обязательно должны быть согласованы с проектным офисом (Москва).

За реализацию инфоповодов отвечает регион.



Губернатор Пермского края открыл новогодний семейный форум в Перми
[#всейс семьей](#)
[#всейс семьей59](#)



Губернатор Челябинской области с семьей покорил склон на чемпионате области по лыжам
[#всейс семьей](#)
[#всейс семьей74](#)

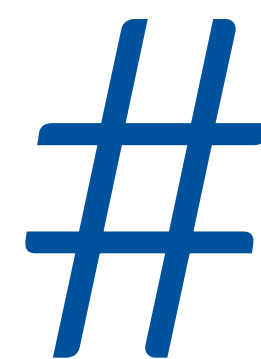
Возможные форматы мероприятий:

- посещение и участие в спортивных, культурных и пр. мероприятиях **всей семьей**
- участие в тематических мероприятиях (семейный форум, региональная Ёлка)
- поздравления семей региона (с Новым Годом, «золотой» свадьбой, получением жилья, профильным праздником профессиональной династии и пр.)
- публикация личных семейных историй

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОВОДЫ ДЛЯ ГЛАВЫ РЕГИОНА



Важно не ограничиваться этим списком – форматов может быть множество



Обязательно ставить общий и региональный хештэги проекта (как на примерах)



Те же рекомендации действуют для руководителей региональных органов исполнительной власти и глав муниципалитетов

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА



У проекта должны появиться информационные партнеры/соорганизаторы.

Партнеров определяет регион. Но необходимо согласование с проектным офисом (Москва)

Что нужно от партнера?

- участие в освещении мероприятий проекта (если это медиапартнер)
- предоставление призов для розыгрышей среди участников
- организация мероприятий, подходящих по тематике

Кто может быть партнером?

- региональная телерадиокомпания
- региональное информационное агентство
- региональная общественная организация или фонд
- региональное учреждение культуры (театр), спорта (Дворец спорта, федерация), образования (вуз) и т.д.

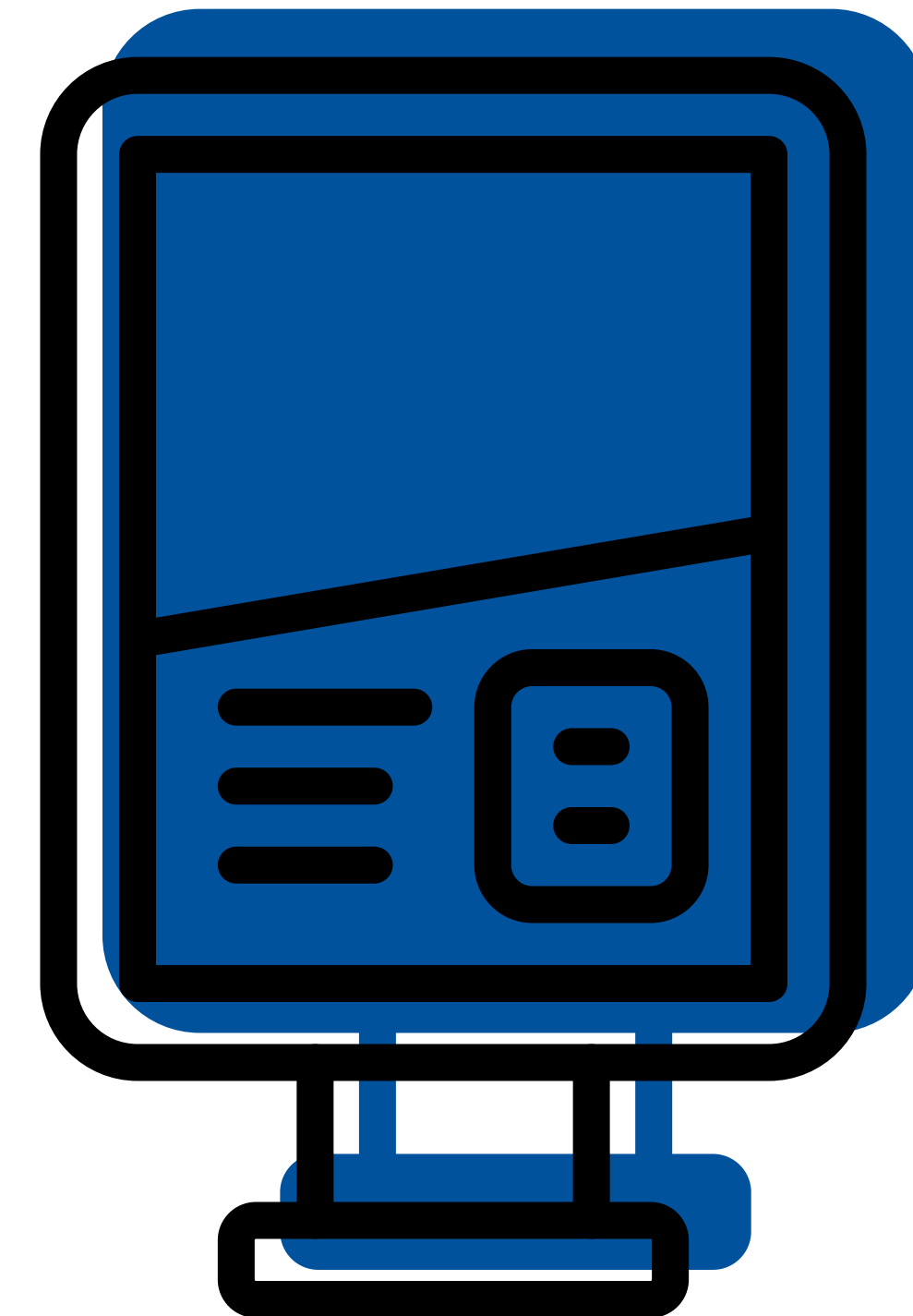
НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА



Проектный офис выдаст шаблоны дизайн-макетов для наружного размещения.

Задача региона:

- найти и арендовать 25-50 поверхностей для размещения наружной рекламы, начиная с 1 декабря по март включительно (бюджет рег.штаба)
- адаптировать содержание «под свои особенности» (при необходимости)
- включить в дизайн-макет лого региональных партнеров
- организовать изготовление и размещение



РЕКЛАМА В СМИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



Проектный офис:

- выдаст готовые видео- и аудио-ролики для размещения в медиа
- проконсультирует по форматам медиа-сопровождения мероприятий, выбранных регионом в качестве тематических по проекту
- проконсультирует по форматам посевов материалов о проекте в пабликах

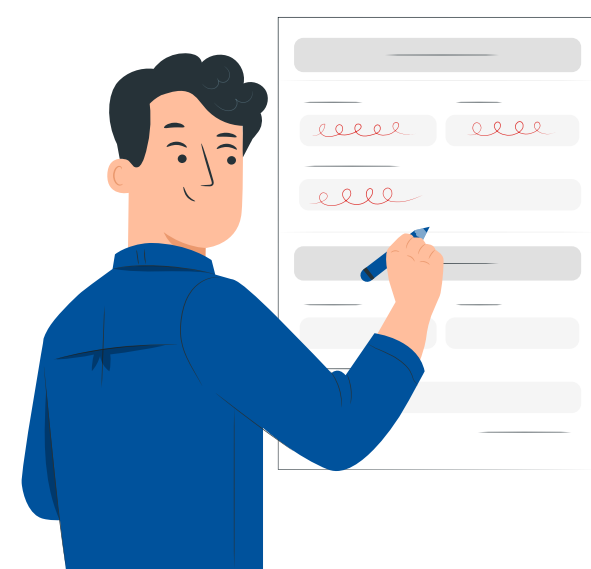
Задачи региона:

- разместить готовые видео- и аудио-ролики в медиа (бюджет рег.штаба)
- адаптировать их под свои особенности (при необходимости)
- обеспечить посеvy в подконтрольных пабликах (ЦУР)
- обеспечить медиа-сопровождение мероприятий по тематике проекта

СРОЧНЫЕ ЗАДАЧИ ДЛЯ РЕГИОНОВ



ДО 22 НОЯБРЯ!!!



Назначить ответственное лицо за реализацию проекта от управления по внутренней политике региона



Определить официальных медиапартнеров проекта в регионе и договориться с ними о сотрудничестве

СРОЧНЫЕ ЗАДАЧИ ДЛЯ РЕГИОНОВ



ДО 24 НОЯБРЯ!!!

- Найти и арендовать не менее 25 поверхностей для размещения наружной рекламы, начиная с 1 декабря по март включительно (бюджет рег.штаба)
- Определить контактное лицо от пресс-служб региональных администраций для коммуникации по проекту.

Инструкция по организации медиа-сопровождения будет направлена дополнительно

- Предоставить перечень региональных мероприятий, подходящих по тематике проекта.

Необходимо интегрировать уже запланированные мероприятия под проект (новые форматы создавать не обязательно). Инструкция по типовым мероприятиям будет направлена дополнительно Штабом проекта.

Форма для предоставления перечня мероприятий будет предоставлена.

Примеры мероприятий:

- Международный Рождественский фестиваль искусств (Новосибирск, 6-18 декабря 2023) - **ВСЕЙ СЕМЬЁЙ НА ФЕСТИВАЛЬ**
- Декада спорта и здоровья в Ставропольском крае (1-8 января 2024) - **ВСЕЙ СЕМЬЁЙ НА ДЕКАДУ СПОРТА**
- «Лыжня России» (Региональный центры России, 18 февраля 2024) - **ВСЕЙ СЕМЬЁЙ НА «ЛЫЖНЮ РОССИИ»**

КАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ ПРОЕКТНЫЙ ОФИС БУДЕТ ЗАПРАШИВАТЬ У РЕГИОНОВ?

План-график мероприятий до марта (общий план мероприятий и обновления с учетом графиков раз в две недели)

Ориентировки на региональные мероприятия для федеральных СМИ (еженедельно, справочная информация о событиях, содержащая краткое описание мероприятия, охват и участников)

Данный материал необходим для усиления сигнала в федеральных медиа

Отчет по реализации проекта (раз в две недели):

- отчет по проведенным мероприятиям
- отчет по размещению наружной рекламы
- отчет по медиа и смм-продвижению проекта в регионе

Шаблон отчета в простом и понятном формате будет предоставлен



МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ



[ССЫЛКА НА СКАЧИВАНИЕ](#)

КОНТАКТЫ ОТВЕТСТВЕННЫХ ЛИЦ



До 22 ноября необходимо заполнить контактную информацию по ответственным исполнителям по форме*

№	Регион	ФИО ответственного	Должность	Контактный телефон	Электронная почта	Ссылка на телеграм
1	Республика Адыгея (Адыгея)					
2	Республика Алтай					
3	Республика Башкортостан					
4	Республика Бурятия					
5	Дагестан					

*форма размещена по ссылке и доступна к редактированию