

«СОЗДАЕМ БУДУЩЕЕ»: НАЧИНАЕТСЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ ВПН-2020

Телевидение в России – один из главных источников информации. Оно доступно даже в самых дальних уголках страны, где все жители знают из рекламы о модных кошачьих кормах и брендах одежды. Но что россиянам известно из телевизора о переписи? Теперь будет многое!

Хотите узнать свое настоящее и будущее? Какое оно и можно ли его изменить? Об этом – в первом видеоролике рекламной кампании ВПН-2020.

Особенность первого ролика – анимационный и легкий формат с глубокой социальной идеей. Это краткая и яркая история, рассказанная за 30 секунд. Сценарий отражает слоган переписи: «Создаем будущее!». Основная задача – показать людям, какой вклад они ежедневно вносят в настоящее и будущее: свое, близких, страны. Герои ролика – простые люди, среди которых зритель узнает и себя.

За идею и производство ролика отвечает агентство креативных маркетинговых коммуникаций КРОС.Маркетинг. «Главная задача кампании – поддержать людей и напомнить о том, какой вклад они ежедневно вносят в свои жизни, жизни своих близких. Такие привычные повседневные дела, как уборка постели по утрам, время, проведенное с семьей, новые знакомства – все это формирует наш завтрашний день, предстоящие месяцы, годы. Перепись, которая пройдет в 2021 году, дает возможность планирования для самых разных сфер жизни и именно поэтому так важно участие всех, кто создает свое будущее», – прокомментировала **генеральный директор КРОС.Маркетинг Наталья Живая**.

Мультипликатор ролика и художник по персонажам – Анастасия Булавкина, известна своим авторским стилем тактильной и натуральной графики с эффектом кисти. Особенность молодого художника – она легко погружается в сюжет, насыщает его полутонами, нюансами, яркими деталями, и превращает видео в живую и человеческую историю. Именно такой формат, по мнению экспертов, поможет эффективнее донести до зрителя важность переписи.

«Очевидно – в рекламной кампании ВПН учтены все лучшие мировые практики и сделана ставка на работающие эффективные модели информирования населения. Опросы показывают, что многие жители России считают перепись важным событием и готовы участвовать в нем. Задача кампании – повысить информированность людей о переписи, о ее новых цифровых особенностях и возможностях. Анимационный ролик – идеальный формат, чтобы максимально просто и наглядно объяснить людям разных возрастов важность и переписи, и «цифры». И здесь, в этой доброй и красивой анимации о нашей жизни, мы видим «цифру» с человеческим лицом. Что особенно важно», – считает **Александр Фарбер, сооснователь production-компании «Park Production».**

«Внедрение цифровизации в нашу жизнь совсем не снижает важности традиционных рекламных инструментов – телевидения, радио, печати. Их активно используют в таких развитых странах, как Австралия, Германия, Англия, Канада. В период, когда переписи проходят в смешанных форматах – цифровом и традиционном – людей необходимо плавно перенастраивать на новое. Что требует серьезного подхода к информационной кампании: и финансового, позволяющего задействовать разные рекламные инструменты, и креативного», – прокомментировал **Илья Маркин, доцент кафедры маркетинга РЭУ имени Г.В. Плеханова.**

«30 ноября 2020 года состоялся старт большой медийной кампании по информированию жителей России о подготовке и проведении Всероссийской переписи населения. Мы будем размещать видеоматериалы на ТВ и в торговых сетях, их увидят миллионы жителей нашей страны, в доступной форме получат важную информацию о переписи, и, надеемся, в дальнейшем сами примут участие в ней на портале «Госуслуги», – сообщил **Юрий Драган, заместитель генерального директора компании NMI Group, размещающей видеоматериалы о ВПН.**

Справка

Благодаря комплексной рекламной кампании на телевидении более 60% населения Австралии в 2016 году переписались онлайн. Около 86% всего взрослого населения увидели рекламу переписи по ТВ во время информационной кампании в Англии и Уэльсе в 2011 году, что обеспечило успешное прохождение переписи и в традиционном, и в онлайн-формате. Несколько роликов для ТВ, кино, интернет-сайтов использовали и в последнюю переписную кампанию в 2011 году в Германии. Традиционные средства информирования населения – постеры и видеоролики – были в ходу в 2016 году в Канаде, одном из мировых лидеров в области онлайн-переписи.



Художник-аниматор Анастасия Булавкина, участвующая в создании медиароликов о ВПН, известна по ряду оригинальных работ, производящих социальный эффект. Один из последних ее материалов, получивших отклик в российских СМИ, – мультфильм об истории Казанского храма в селе Курба Ярославской области. Анимация привлекает внимание к проблеме сохранения уникальных культурных памятников в нашей стране. Выразительные персонажи, создаваемые Булавкиной, отличаются собственным характером.

Нижегородстат напоминает: Всероссийская перепись населения пройдет с 1 по 30 апреля 2021 года с применением цифровых технологий. Главным нововведением предстоящей переписи станет возможность самостоятельного заполнения электронного переписного листа на портале Госуслуг ([Gosuslugi.ru](https://gosuslugi.ru)).

При обходе жилых помещений переписчики Нижегородстата будут использовать планшеты со специальным программным обеспечением. Также переписаться можно будет на переписных участках, в том числе в помещениях многофункциональных центров оказания государственных и муниципальных услуг «Мои документы».



Нижегородстат

P52_Vpn2020@gks.ru

+7 (831) 428-79-54

<https://nizhstat.gks.ru/folder/62217>

Сообщество ВПН-2020 по Нижегородской области:

<https://vk.com/vpn2020nn>