Автор: Фролов В.А.
01.12.2020 16:14 - Обновлено 01.12.2020 16:54

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).

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».