

ФОРМИРОВАНИЕ КОМФОРТНОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Общероссийское голосование за народные объекты 2022 года

План вовлечения жителей муниципалитетов в голосование

Единая федеральная online платформа по выбору объектов в рамках Федерального проекта "Формирование комфортной городской среды"





О ПРОЕКТЕ

создание единой федеральной online платформы голосования по выбору объектов в рамках проекта "Формирование комфортной городской среды" (создаётся Минстроем России совместно с АНО Диалог)

ГЛАВНЫЙ КРИ ПРОЕКТА –

Количество граждан, вовлеченных в решение вопросов развития городской среды.

Допускается проведение голосования за дизайн-проект ранее выбранных территорий



ГЛАВНАЯ СТРАНИЦА САЙТА

РЕГИОН Нижегородская область ▼

ПЕРИОД ГОЛОСОВАНИЯ с 27.12.2020 по 30.12.2020

ПРОГОЛОСОВАЛИ НА САЙТЕ 1

ДРУГИМИ СПОСОБАМИ 667669



ФОРМИРОВАНИЕ
КОМФОРТНОЙ
ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

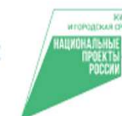
О ПРОЕКТЕ ▼ РЕАЛИЗАЦИЯ ▼

ВХОД ДЛЯ ГОЛОСОВАНИЯ

Федеральный проект «Формирование комфортной городской среды» направлен на благоустройство общих придомовых территорий и мест массового отдыха



МИНСТРОЙ
РОССИИ



ДЕЛАЕМ ГОРОД КОМФОРТНЕЕ

Выбирайте общественные территории, следите за реализацией победивших проектов, участвуйте в развитии своего города.

ГОЛОСОВАТЬ ЗА СВОЙ ГОРОД





ОРГАНИЗАТОРЫ ПРОЕКТА:

- Правительство РФ
- Минстрой России
- АНО «Диалог»



ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА:

- | | |
|---|------------------------------|
| • Подготовительный | 01.01.2021—28.02.2021 |
| • Проведение голосования | 01.03.2021—05.04.2021 |
| • Подведение итогов онлайн голосования | 06.04.2021—30.04.2021 |
| • Мониторинг реализации проектов | 01.05.2021—31.12.2021 |
| • Использование платформы для голосования | круглогодично |



ФОРМИРОВАНИЕ
КОМФОРТНОЙ
ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

1. ФОРМИРОВАНИЕ РАБОЧИХ ГРУПП

РЕГИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ:

- Заместитель губернатора по внутренней политике
- Министр (директор департамента) строительства
- Заместитель губернатора по информационной политике
- Руководитель центра управления регионом
- Руководитель волонтерского штаба
- Ответственный за работу с предприятиями и организация

МУНИЦИПАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ:

- мэр или глава администрации
- главы поселений
- информационный блок администрации
- муниципальные СМИ
- активисты, представители локальных сообществ
- руководители муниципальных общественных комиссий

2. Приведение нормативно-правовой базы в соответствие с постановлением Правительства РФ от 30 декабря 2017 г. № 1710 "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации"

3. Подготовка и проведение информационной кампании

4. Формирование волонтерских штабов

ОТВЕТСТВЕННЫЙ:

комитет/отдел по молодежной политике

ЯДРО ВОЛОНТЕРОВ:

актив молодежных общественных организаций (МГЕР, Волонтеры Победы, РСМ, РСО итд), студенческих советов и др.

Рабочая группы ежедневно формирует оперативный отчет о результатах за последние 24 часа и планах на ближайшие сутки. Время отправки сводки региональному куратору или в федеральный центр: 17:00 – 18:00





ШАГ 2: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ МЕССЕДЖЕЙ И ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ

*формулируются с учетом реальных объектов для благоустройства (детские площадки, парки, скейт-площадки, городские эко-парковки и т.п.)

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ (ЦА)

Родители

Подростки и первокурсники (14–22)

Автовладельцы

Пенсионеры

Молодые люди (22–30)

Жители отдельных районов города

И тд

ПРИМЕР МЕССЕДЖА

От нас зависит, где будут играть и расти наши дети

Создай свою зону для встреч с друзьями без взрослых

Паркуйся удобно и красиво с заботой об экологии

Ваше место для отдыха и тихих прогулок

Бери управление городом в свои руки

Центральный район не отдаст победу!

И тд

Приветствуется использование праздничных мероприятий при продвижении проекта – 23 февраля, 8 марта, Масленица и др.



ФОРМИРОВАНИЕ
КОМФОРТНОЙ
ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

ВАЖНО: у каждого пункта из списка должен быть определен конкретный исполнитель и четкий срок реализации

СОЦМЕДИА

1. Создание контента с общей информацией и месседжем под каждую ЦА
2. Создание базового контента с общей информацией для всех ЦА
3. Распространение контента во всех доступных пабликах и у ЛОМов
4. Таргетированная реклама контента для ЦА
5. «Закрепление» базового

3 НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ:

СМИ

1. Создание серии сюжетов (в идеале – отдельно о каждом объекте голосования)
2. Размещение промо-ролика в рекламной блоке
3. Приглашение в студию

ОФЛАЙН

(с учетом эпидемиологической ситуации)

1. Уличные форматы (билборды, ситироллеры, цифровые экраны, реклама на транспорте итд)
Телевизионные материалы (блиц-ролики, краткой информацией о проекте, бегущие строки,) Indoor реклама (подъездные щиты, цифровые табло в магазинах, раздача информационных материалов на кассах магазинов), Реклама на радио



ШАГ 3: ИНФОРМИРОВАНИЕ О ГОЛОСОВАНИИ

контента

в пабликах под управлением

6. Запись и распространение видеообращений ЛОМов с призывом голосовать (включая ВДЛ и глав муниципалитетов)
7. Организация конкурса в соцсетях «Лучшая агитация за любимый проект благоустройства»
8. Распространение информации о конкурсе
9. Рассылка от Госуслуг
10. Освещение офлайн-мероприятий **(выделенных цветом)**
11. Распространение информации о возможности стать волонтером
12. Сбор всех публикаций с упоминанием голосования
13. Мониторинг и отработка комментариев под публикациями о голосовании
14. Посты о том, как проект проходил в прошлые годы и в других регионах, демонстрация успешного опыта

эксперта для обсуждения голосования (программы типа «Доброе утро», «Актуальное интервью» и т.п.)

4. Освещение офлайн-мероприятий **(выделенных цветом)**
5. Сюжет о волонтерском корпусе
6. Сюжеты о том, как проект проходил в прошлые годы и в других регионах, демонстрация успешного опыта

и в печатных СМИ

2. Обзвон и рекрутирование всех доступных ЛОМов для агитации
3. Определение и инструктирование **общественного куратора** объекта (+ дальнейшее сопровождение деятельности куратора)
4. Организация соревнования ТОСов
5. **Размещение QR-кодов** на будущих объектах среди
6. **Организация голосования в школах** старшеклассников и в ВУЗах
7. **Организация голосования на крупных предприятиях**
8. Объявления на досках в подъездах
9. **Специальные панели в МФЦ для голосования**
10. Выдача буклета в магазинах в жилых комплексах (Магнит, Пятерочка и др)
11. Создание горячей линии в регионе по работе портала
12. Упоминание голосования на всех публичных мероприятиях
13. **Упоминание голосования в шутках в городской лиге КВН**



ШАГ 4: РАБОТА ВОЛОНТЕРСКОГО ШТАБА

ВАЖНО:

все волонтеры должны быть тщательно проинструктированы, разбираются во всех деталях проекта, опрятно выглядят и прилично себя ведут. В глазах прохожих волонтер – лицо проекта.

ЗАДАЧИ ВОЛОНТЕРОВ:

1. Агитация населения
2. Предоставление людям возможности проголосовать «на месте» (например, в ТЦ)
3. Ответы на вопросы, возникающие у людей

ТОЧКИ РАБОТЫ ВОЛОНТЕРОВ:

1. Торговые центры, МФЦ, медицинские учреждения
2. Любые общественные места с массовым скоплением людей, где можно согласовать работы волонтеров

МАТЕРИАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ:

1. Средства индивидуальной защиты: маски, перчатки, по возможности, защитные экраны (маски меняются каждые 4 часа)
2. Планшеты, с возможностью выхода в интернет для голосования на сайте
3. Антисептики для обработки рук и планшетов
4. Мерч (фирменные футболки, кепки, бейджи)





ШАГ 2: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ МЕССЕДЖЕЙ И ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ

*формулируются с учетом реальных объектов для благоустройства (детские площадки, парки, скейт-площадки, городские эко-парковки и т.п.)

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ (ЦА)

Родители

Подростки и первокурсники (14–22)

Автовладельцы

Пенсионеры

Молодые люди (22–30)

Жители отдельных районов города

И тд

ПРИМЕР МЕССЕДЖА

От нас зависит, где будут играть и расти наши дети

Создай свою зону для встреч с друзьями без взрослых

Паркуйся удобно и красиво с заботой об экологии

Ваше место для отдыха и тихих прогулок

Бери управление городом в свои руки

Центральный район не отдаст победу!

И тд

Приветствуется использование праздничных мероприятий при продвижении проекта – 23 февраля, 8 марта, Масленица и др.



ФОРМИРОВАНИЕ
КОМФОРТНОЙ
ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ