

Коммуникационная кампания Всемирного фестиваля молодёжи

Голдырева Александра Сергеевна

директор проектного офиса отдела проектов
Агентства по делам молодежи Пермского края



Цели коммуникационной кампании

1 Выстраивание имиджа ВФМ-2024

2 Информирование о подготовке и проведении Фестиваля

3 Информирование о привлечении участников и волонтёров



Фестиваль

Крупнейшее международное молодёжное событие, которое принимает Россия

Выстраивает связи между молодыми и активными людьми со всей планеты. Его участникам предстоит вместе строить общее будущее на основе нового справедливого миропорядка, основанного на сотрудничестве и поиске баланса интересов

Укрепляет имидж России как одного из основополагающих центров формирующегося многополярного мира

Демонстрирует открытость России и отсутствие барьеров для справедливого международного сотрудничества

Представляет Россию как страну широких возможностей для молодёжи

Продвигает на международной арене привлекательный образ российской ценностной модели и культуры

Позиционирование Фестиваля необходимо ориентировать на региональную аудиторию



Имидж Фестиваля базируется на:

- ценностях ВФМ–2024
- целях проведения ВФМ–2024

Форматы коммуникационной кампании

в СМИ

- онлайн-СМИ
- информационные агентства
- телевидение
- печатные издания
- радио

в соцмедиа

- региональные и городские паблики
- соцсети администраций регионов и представителей власти
- соцсети вузов и школ
- соцсети молодёжных объединений и НКО

интеграция информации о Фестивале в офлайн-мероприятия (фестивали, форумы, выставки)

выступления спикеров – губернаторов регионов, их заместителей, представителей власти, студенческих и молодёжных сообществ

Информационный

Освещение событий о подготовке и проведении Фестиваля на уровне региона

Реклама в СМИ

- сайты (статичные и анимированные баннеры)
- телевидение (рекламные ролики и заставки)
- печатные издания (рекламные модули на страницах)
- соцмедиа (видеоролики, посты, рекламные интеграции)

Реклама на региональных и городских мероприятиях

- баннеры
- видеоролики
- оформление выставочных зон

Рекламное оформление городской инфраструктуры

- баннеры и билборды
- медиафасады и мультимедийные экраны большого формата;
- интеграция в оформление зон отдыха и объектов городской инфраструктуры

Рекламный и маркетинговый



География

КОММУНИКАЦИОННОЙ КАМПАНИИ:

Все регионы России

+ 30 городов, участвующих в региональной программе

ВСЕМИРНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ
МОЛОДЁЖИ 2024



- | | | | | | | |
|--------------------------------------|----------------------|-------------------------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|----------------------|
| 1 Республика Крым | 4 г. Волгоград | 8 г. Курск | 12 г. Махачкала | 16 г. Екатеринбург | 20 г. Челябинск | 24 г. Салехард (ЯНО) |
| 2 г. Севастополь | 5 г. Санкт-Петербург | 9 г. Белгород | 13 г. Хабаровск | 17 г. Новосибирск | 21 г. Грозный | 25 г. Ханты-Мансийск |
| 3 ЛНР г. Луганск
ЛНР г. Краснодон | 6 г. Смоленск | 10 г. Петропавловск
- Камчатский | 14 г. Королёв | 18 г. Нижний Новгород | 22 г. Мурманск | 26 г. Саранск |
| | 7 г. Тула | 11 г. Калининград | 15 г. Казань | 19 г. Владивосток | 23 г. Владикавказ | 27 г. Пятигорск |
| | | | | | | 28 г. Ярославль |
| | | | | | | 29 г. Красноярск |
| | | | | | | 30 г. Пермь |



Медиапланирование

Все регионы России

Рабочая группа Оргкомитета
по региональному взаимодействию



Отдельные медиапланы:

30 субъектов РФ, участвующих
в региональной программе





Медиапланирование

Требования к медиапланам

При составлении
регионального
медиаплана
должны учитываться:

- обязательные инфоповоды о подготовке и проведении ВФМ-2024 для масштабирования в регионах
- цели коммуникационной кампании с масштабированием на различные форматы
- интеграция в выступления первых лиц региона
- план мероприятий региональных ведомств и министерств, связанных с реализацией молодёжной политики
- обязательная интеграция в крупнейшие мероприятия региона





Ключевые этапы информационной кампании по линии ВФМ для включения в медиаплан регионов



заявочная кампания
для участников и волонтёров
август–ноябрь 2023 г.

имиджевая кампания Фестиваля
ноябрь–март 2024 г.

презентации Фестиваля
на крупных мероприятиях

презентации талисмана,
гимна и символов Фестиваля

ход регистрации и отбора
участников и волонтёров

подготовка и обучение
волонтёров

презентация программы
фестиваля и её элементов,
в том числе региональной
программы

подготовка
организационной
части фестиваля

заезд волонтёров
и подготовка к открытию
фестиваля

основная программа
фестиваля
с 1 по 10 марта 2024 г.

региональная программа
фестиваля
с 10 по 17 марта 2024г

пост-продакшен фестиваля
в течение месяца
после завершения
Фестиваля - апрель 2024г.



Визуальный стиль Всемирного фестиваля молодёжи

Логотип Фестиваля

— это стилизованное изображение человеческих фигур (вид сверху). Эти люди - разные: по характеру, вере, идеям, убеждениям, культуре и стилю жизни, может быть - по расе и национальности. Но их объединяет общая мечта - желание жить в мире, где каждый может оставаться самим собой, жить и развиваться так, как ему нравится, не навязывая свои ценности другим и не становясь объектом для такого рода принуждения.

В логотипе - круг не замкнут: это символ того, что будущее, образ которого мы предлагаем, открыто для всех. Для всех, кто уважает самого себя, свою страну, свой народ, свои ценности - и готов уважать ценности другого. Кто готов протянуть руку ради общего, мирного будущего.

ВСЕМИРНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ
МОЛОДЁЖИ 2024



В основе символа Фестиваля – идея многополярного мира, контуры которого уже проступают, но который ещё предстоит создать. И создавать его будут молодые – представители поколений, которые соберутся в Сириусе весной 2024 года. Этот мир будет разным, что даст возможность сохраниться и развиваться каждой самобытной культуре, создавая яркую и многоцветную палитру в интересах не одной станы или группы стран, а всего человечества.

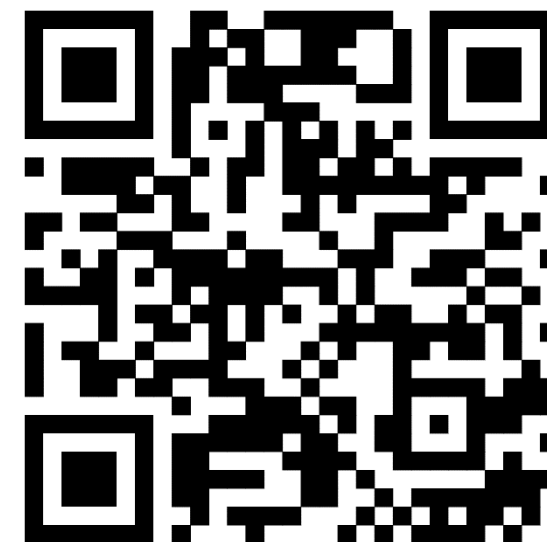


Брендбук

Основные правила использования логотипа и элементов фирменного стиля

- ▶ логотип
- ▶ цвета
- ▶ шрифт
- ▶ элементы стиля

*в брендбуке описаны технические требования и применение



Материалы о ВФМ

- видеоролик
- презентация
- тезисы для использования
в выступлениях спикеров
- релиз
- письмо-рассылка
- шаблон поста для соцсетей
- иллюстрации

Координация работы между Агентством по делам молодежи Пермского края и организационного комитета

Штаб по информационной работе
с представителями регионов:


- единый координатор на уровне региона по вопросам внешних коммуникаций
- присутствие участников штаба по информационной работе

Для чего?

Координация работы с пресс-службой
и отделом маркетинга ВФМ



Александра Голдырева

@Aleksandra_Goldyрева 

+7 963 86 0 08 20 



Правила взаимодействия

Согласование:

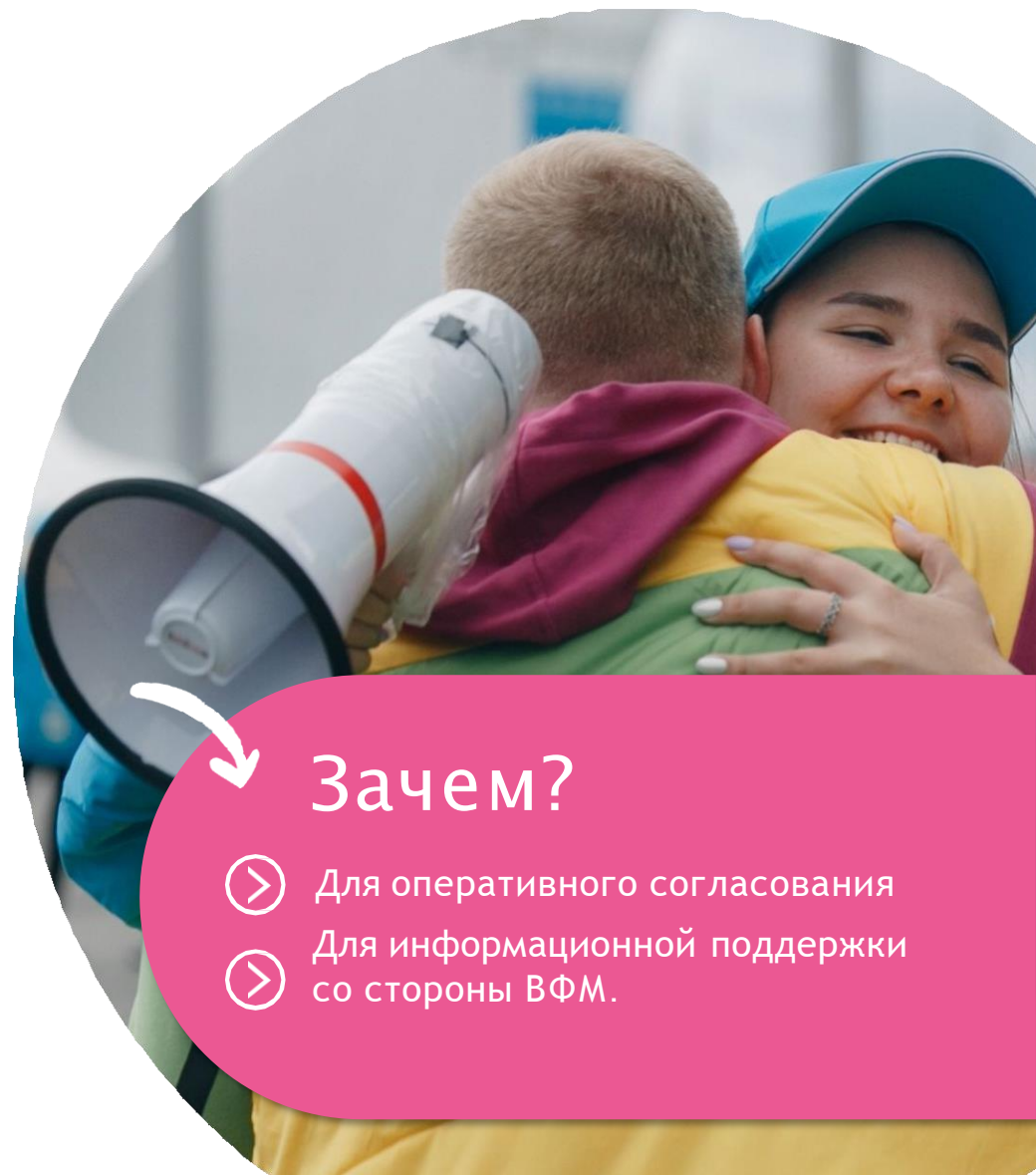
- ▶ Публикации, материалы, сюжеты, посты о ВФМ
- ▶ Упоминания ВФМ и интеграция информации о ВФМ в материалы, публикации и прочие информационные форматы
- ▶ Комментарии представителей Дирекции ВФМ, используемые на внешних информационных площадках.

Уведомление:

- ▶ о предстоящих мероприятиях и событиях с упоминанием или интеграцией информации о ВФМ
- ▶ о предстоящих плановых датах материалов, публикаций и прочих информационных форматов по теме ВФМ, в том числе о материалах с интеграцией информации о ВФМ.

Зачем?

- Для оперативного согласования
- Для информационной поддержки со стороны ВФМ.



Правила взаимодействия

Только после согласования
с Департаментов внешних
коммуникаций ВФМ

- Распространение материалов о ВФМ
- Публикация комментариев представителей Дирекции ВФМ на внешних площадках
- Использование визуального стиля в дизайн-макетах внешних мероприятий, в изображениях и видео-форматах



Публикации во внешнем пространстве до выхода официального релиза со стороны Дирекции ВФМ и без согласования с пресс-службой ВФМ строго запрещены.

ВФМ в соцмедиа:

- отметки официальных аккаунтов ВФМ
- официальный хэштег #ВФМ2024 / #WYF2024
- визуальное оформление в соответствии с брендбуком ВФМ





Официальные аккаунты ВФМ



Официальный сайт
fest2024.com



Телеграм
t.me/fest2024



ВК
vk.com/fest2024



Визуальный стиль
fest2024.com/media/press-kit

