**Положение**

**о конкурсе рекламно-информационных кампаний**

**субъектов Российской Федерации**

**«Если тебе сложно – просто позвони!»**

**1. Общие положения**

1. Настоящее Положение о конкурсе рекламно-информационных кампаний (далее - кампании) субъектов Российской Федерации (далее - Положение) устанавливает порядок проведения конкурса кампаний субъектов Российской Федерации, направленных на продвижение детского телефона доверия с единым общероссийским номером 8-800-2000-122 (далее - конкурс).
2. Инициатором и организатором конкурса является Фонд поддержки детей, находящихся в трудной жизненной ситуации (далее – организатор).
3. На конкурс предоставляются заявки, содержащие описание региональных кампаний, направленных на продвижение телефона доверия с единым общероссийским номером 8-800-2000-122 (далее – телефон доверия) и выполненных по заказу либо по поручению администрации субъекта Российской Федерации.
4. Заявки вносятся на конкурс администрациями субъектов Российской Федерации.
5. Организатор не несет ответственности за несоответствие кампании субъекта Российской Федерации, ее компонентов, либо использованных рекламно-информационных материалов (далее – РИМ) требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.
6. Организатор не несет ответственности за несоблюдение участниками конкурса авторских и смежных прав на материалы, представленные на конкурс.
7. Участник конкурса передает организатору право на использование материалов в целях освещения проведения конкурса. Организатор обязуется без согласия правообладателя не передавать третьим лицам и не использовать присланные материалы в иных целях.
8. Деятельность организатора по проведению конкурса осуществляется на принципах законности, публичности, равных условий и объективности при отборе и оценке предоставленных на конкурс заявок.

**2. Цели и задачи конкурса**

1. Цель конкурса – повышение информированности детей, родителей и других граждан о деятельности служб телефона доверия, стимулирование проведения субъектами Российской Федерации рекламно-информационных мероприятий, направленных на продвижение телефона доверия, обеспечение возможности субъектам Российской Федерации на федеральном уровне продемонстрировать свой опыт по реализации кампании.
2. Задачи конкурса:

* повышение информирования общественности в субъектах Российской Федерации о телефоне доверия, его работе и возможностях;
* активизация деятельности субъектов Российской Федерации по освещению деятельности телефона доверия.

**3. Требования к предоставляемым на конкурс**

**заявкам**

1. На конкурс предоставляются заявки, содержащие:

* описание кампаний, направленных на продвижение телефона доверия, созданных и реализованных в период с 1 сентября 2010 г. по настоящее время;
* образцы РИМ, созданных и размещенных/ распространенных в средствах массовой информации и в публичных местах в рамках реализации описываемой кампании.

1. Форма заявки представлена в приложении № 1 к Положению.
2. На конкурс допускаются кампании с незавершенным сроком реализации.
3. Организатор оставляет за собой право отклонять присланные изображения РИМ, если сочтет их качество недостаточно хорошим для проведения оценки данного РИМ. В этом случае указанный РИМ не допускается к участию в конкурсе.
4. Объем заявки (без учета приложенных образцов РИМ) не должен превышать 10 стр.
5. Заявка должна быть направлена в адрес организатора в печатной и электронной форме.

Электронная версия заявки (в том числе изображения РИМ) направляется по адресу [asakimkina@fond-detyam.ru](mailto:asakimkina@fond-detyam.ru) с пометкой «Конкурс рекламно-информационных кампаний» не позднее 17:00 по московскому времени «20» апреля 2012 г.

Печатная версия направляется по адресу 109074, г. Москва, Славянская пл., 4, стр. 3 с пометкой «Конкурс рекламно-информационных кампаний» в срок не позднее 30 апреля 2012 г.

**4. Порядок организации и проведения конкурса**

1. Организатор объявляет о проведении конкурса в следующем порядке:

- размещает информационное сообщение о проведении конкурса на сайте [www.fond-detyam.ru](http://www.fond-detyam.ru);

- направляет в адрес администраций субъектов Российской Федерации письмо с сообщением о проведении конкурса.

1. По результатам конкурса определяется лучшая региональная рекламно-информационная кампания по продвижению детского телефона доверия 8-800-2000-122 (1, 2, 3 места). Материалы заявок также будут рассмотрены для выявления победителя в следующих дополнительных номинациях:

- «Лучший рекламный видеоролик»,

- «Лучший рекламный плакат»,

- «Лучший интернет-баннер»,

- «Лучший образец сувенирной продукции»,

- «Наиболее активное использование РИМ организатора»,

- «Приз зрительских симпатий».

1. Заявки, соответствующие требованиям настоящего Положения, принимаются к участию в конкурсе, субъекты Российской Федерации, подавшие их, становятся участниками конкурса.
2. Заявки, не соответствующие теме конкурса, оформленные с нарушением требований настоящего Положения, поступившие с нарушением сроков, не допускаются на конкурс.
3. Материалы заявок, принятых к участию в конкурсе, будут размещены на портале «Я – родитель!» ([www.ya-roditel.ru](http://www.ya-roditel.ru)) для проведения онлайн-голосования в целях выявления победителя в номинации «Приз зрительских симпатий».
4. Материалы, представленные на конкурс, не возвращаются и не рецензируются.
5. Расходы, связанные с подготовкой, направлением заявки и участием в Конкурсе, несет участник.

**5. Подведение итогов конкурса**

* 1. Подведение итогов конкурса, определение победителей возлагается на жюри, формируемое организатором конкурса не позднее 23 апреля 2012 г.
  2. Состав жюри формируется из представителей организатора конкурса, представителей органов государственной власти, чья деятельность направлена на решение проблем детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, экспертов в области оказания помощи детям в трудной жизненной ситуации, в области рекламы и связей с общественностью и др.
  3. Члены жюри независимо друг от друга оценивают представленные на конкурс заявки и РИМ в соответствии с Критериями оценки (приложения № 2 и № 3 к Положению).
  4. На основании оценок жюри составляется рейтинг всех участников конкурса. Победителями конкурса становятся участники, набравшие наибольшее количество баллов в соответствующей номинации.
  5. По решению жюри победитель в любой из номинаций может не определяться.
  6. Итоги конкурса публикуются на сайте [www.fond-detyam.ru](http://www.fond-detyam.ru).
  7. Победители награждаются дипломами конкурса.

|  |  |
| --- | --- |
|  | Приложение № 1  к Положению о конкурсе рекламно-информационных материалов  субъектов Российской Федерации |

*Форма заполнения заявки для участия в конкурсе*

**Заявка на участие в конкурсе рекламно-информационных кампаний субъектов Российской Федерации**

**«Если тебе сложно – просто позвони!»**

1. **Паспорт участника**

- название субъекта Российской Федерации;

- контактное лицо: фамилия, имя, отчество, должность, контактный телефон (с кодом города), e-mail.

1. **Описание кампании, в том числе:**

- актуальность проведения кампании;

- название и слоган;

- цели и задачи;

- целевая аудитория;

- стратегия и план проведения кампании.

1. **Описание комплекса мероприятий, проведенных в рамках кампании**

- **pr-акции** (если есть): названия, сроки проведения, цели и задачи каждой акции, целевые аудитории каждой акции, достигнутые результаты;

- **реклама на ТВ и/ или радио** (если есть): количество и хронометраж видео-/ аудиороликов, количество каналов/ радиостанций, на которых размещались видео-/ радиоролики, общее количество минут показа (необходимо приложить копии эфирных справок);

- **информационные передачи** на ТВ и/ или радио (если есть): количество вышедших передач, их хронометраж, тематика, краткое описание;

- **реклама в общественных местах** (на улицах, в метро, в магазинах, прочее):

∙ использованные плакаты (количество, размеры, целевая аудитория): объемы размещения (описание использованных рекламных поверхностей, виды, размеры, количество каждого вида, сроки размещения на поверхностях каждого вида);

∙ использованные видео- и аудиоролики (аудио- и видеореклама в общественных местах, общественном транспорте, на улице): количество и хронометраж видео-/ аудиороликов, целевая аудитория, места размещения и их количество, общее количество минут показа;

- **реклама в сети Интернет**: размещение интернет-баннеров (на каких порталах размещались, сроки размещения);

- **размещение публикаций** по теме кампании: издания, количество публикаций;

- **создание и распространение печатной продукции**: виды продукции, целевая аудитория, где распространялась;

- **создание и распространение сувенирной продукции**: виды продукции, целевая аудитория, где распространялась;

- **иное**.

1. **Анализ результатов информационной кампании**

- оценка знания о телефоне доверия среди представителей целевой аудитории Участника (статистические и аналитические данные);

- изменение количества обращений на телефон доверия во время реализации кампании и по ее итогам (статистические данные).

1. **Прилагаемые РИМ:**

К оригиналу заявки должны быть приложены по 4 экз. РИМ, созданных и использованных в рамках компании, по описи. Требования к РИМ указаны в примечании к приложению № 1.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

должность представителя участника, уполномоченного подписать заявку

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

подпись ФИО

м.п.

Примечание:

**Требования к прилагаемым материалам:**

ТВ-ролики, передачи на ТВ: файлы в формате \*.avi или \*.vmf, размеры изображения 640х480. К оригиналу заявки прилагается диск (диски) с ТВ-роликами.

Аудиоролики, радиопередачи: файлы в формате \*.mp3. К оригиналу заявки прилагается диск (диски) с аудиороликами.

Плакаты для рекламы в общественных местах: напечатанные изображения размером А4 с указанием реальных размеров.

Интернет-баннеры: файлы в формате \*.gif, \*.jpg либо \*.swf.

Публикации: для каждой публикации - скан полосы издания с полным текстом статьи. Текст должен быть читабельным, должно быть указано издание, его номер и дата выхода материала.

Печатная продукция (буклеты, лифлеты, книги, прочее): оригинал продукции либо его макет с описанием размеров, количества полос. Предоставляемый макет (текст на макете) должен быть читаемый.

Сувенирная продукция (календари, магниты, прочее): образец продукции либо его фотография с указанием реальных размеров.

|  |  |
| --- | --- |
|  | Приложение № 2  к Положению о конкурсе рекламно-информационных материалов  субъектов Российской Федерации |

**Форма оценки заявки, поступившей на конкурс рекламно-информационных кампаний субъектов Российской Федерации**

**«Если тебе сложно – просто позвони!»**

1. Описание заявки:

- номер заявки,

- участник.

1. Оценка заявки:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Критерий** | **Балл** |
| 1. | Соответствие целей и задач кампании продвижению телефона доверия как анонимной бесплатной службы психологической помощи для детей и родителей с единым общероссийским номером | 1-10 |
| 2. | Соответствие целевой аудитории кампании целевой аудитории телефона доверия (дети, подростки, родители, широкая общественность в части оказания помощи по вопросам воспитания детей) | 1-10 |
| 3. | Релевантность каналов коммуникации целевой аудитории кампании | 1-10 |
| 4. | Масштаб кампании - количество использованных каналов коммуникации (в рамках комплекса выполненных мероприятий) | 1-10 |
| 5. | Эффективность проведенной кампании | 1-10 |
| **6.** | **Общий балл заявки** |  |

Член Жюри

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

должность

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

подпись ФИО

|  |  |
| --- | --- |
|  | Приложение № 3  к Положению о конкурсе рекламно-информационных материалов  субъектов Российской Федерации |

**Форма оценки образцов РИМ, поступившей на конкурс рекламно-информационных кампаний**

**субъектов Российской Федерации**

**«Если тебе сложно – просто позвони!»**

1. Описание заявки:

- участник,

- название кампании,

- название РИМ.

1. Оценка РИМ:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Критерий** | **Балл** |
| 1. | Соответствие РИМ целям, задачам и целевой аудитории кампании | 1-10 |
| 2. | Эффективность донесения рекламно-информационной сообщения, заложенного в РИМ | 1-10 |
| 3. | Креативная и художественная составляющая РИМ | 1-10 |
| **4.** | **Общий балл РИМ** |  |

Член Жюри

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

должность

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

подпись ФИО