

Лучшее решение визуальной айдентики – разработка логотипа «Алтай предлагай» и прикладные возможности комплекса визуальной айдентики в реализации программы «Проект поддержки местных инициатив» Алтайского края

Профессиональный и системный подход к разработке визуальной айдентики для практических целей реализации практики. Оценка не только дизайнерского решения, но в том числе практики применения и оптимальных возможностей этого решения для прикладных задач

В 2016 г. в Алтайском крае началась подготовка к запуску краевой программы инициативного бюджетирования «Проект поддержки местных инициатив». Инициатором и организатором новой практики выступило Министерство финансов Алтайского края. В регионе уже имелся опыт грантовой поддержки местных инициатив жителей, проживающих в сельской местности. Особое внимание к сельским территориям объясняется административным и географическим статусом региона. Алтайский край имеет значительную протяжённость и характеризуется значительной удаленностью населенных пунктов. Общая численность населения – 2 384,8 тыс. человек, при этом 44 % составляет сельское население (1 049,2 тыс. человек). Край занимает 3 место в РФ по числу муниципальных образований поселенческого уровня. В силу этих причин программу ИБ было решено сфокусировать на поддержке сельских территорий края. В 2017 г. возможность участвовать в ИБ и выдвигать заявки имели 643 из 719 муниципалитетов края, это все муниципальные образования региона, включая муниципальные районы и городские округа, имеющие в своем составе сельские поселения.

Перед организаторами стояла задача проинформировать сельское население края и донести идеологию проекта по возможности до каждого жителя, при этом подчеркнуть уникальность новой практики, так как целевая аудитория проекта была общей для другой краевой программы схожей направленности. Сразу заявить на весь край о новом механизме работы было важно еще и потому, что первый год не рассматривался как пилотный, проект реализовывался на всей территории края, а у организаторов с самого начала были планы развивать практику, расширять его аудиторию и увеличивать финансирование в последующие годы.

Учитывая масштаб задач и сжатые сроки подготовки запуска, оптимальной стратегией было максимально задействовать ресурсы СМИ и онлайн каналы коммуникации. Для выхода в медийное пространство требовался яркий бренд, а для оперативной работы с муниципалитетами и гражданами собственный информационный ресурс. Наличие интернет портала Проекта поддержки местных инициатив в Алтайском крае в 2017 г. было закреплено в

постановлении Администрации края в качестве одного из индикаторов реализации программы. В позиции «Ожидаемые результаты реализации программы» был зафиксирован показатель – «вовлечение населения в решение вопросов местного значения; информирование населения о результате реализации проекта поддержки местных инициатив через портал Проекта поддержки местных инициатив в Алтайском крае».

В Министерстве финансов Алтайского края уже имелся опыт запуска интернет портала Финграмота22.рф, создания логотипа и визуальной айдентики для мероприятий в рамках реализации Государственной программы Алтайского края «Повышение уровня финансовой грамотности населения в Алтайском крае». Благодаря этим мерам комплекс мероприятий по повышению финансовой грамотности получил название «Алтайская краевая программа финансового прозрения «Будь умнее». Оценивая этот опыт как крайне успешный, организаторы пошли тем же путем и заказали разработку технического решения портала, логотипа и промо продукции у единственного подрядчика, чтобы визуальное решение было единым сразу для всех продуктов информационной кампании.



Итогом этой работы стало комплексное решение по визуальному оформлению и продвижению нового проекта. Были сформулированы ключевые месседжи, один из вариантов «Алтай предлагай!» стал основой для интернет решения – портала Алтайпредлагай.рф, именно это название было зафиксировано в госпрограмме. Другой месседж «Предлагай – поддержим!» лег в основу визуальной айдентики и логотипа. Кроме этих двух ключевых месседжей, использовались слоганы: «Не нужно ждать – давайте делать!», «Тебе решать, что нужно твоему селу», «Мы вместе решили, что нужно нашему селу», которые были интегрированы в макеты разработанных информационных материалов.

Общей цветовой гаммой всей линейки визуальной айдентики стало сочетание красного и синего цветов. Визуальное решение логотипа было динамичным, что обеспечило его узнаваемость по отдельным частям – красно-синяя рамка логотипа помогала позиционировать информационные

материалы в местных средствах массовой информации и прослеживалась в других информационных материалах.

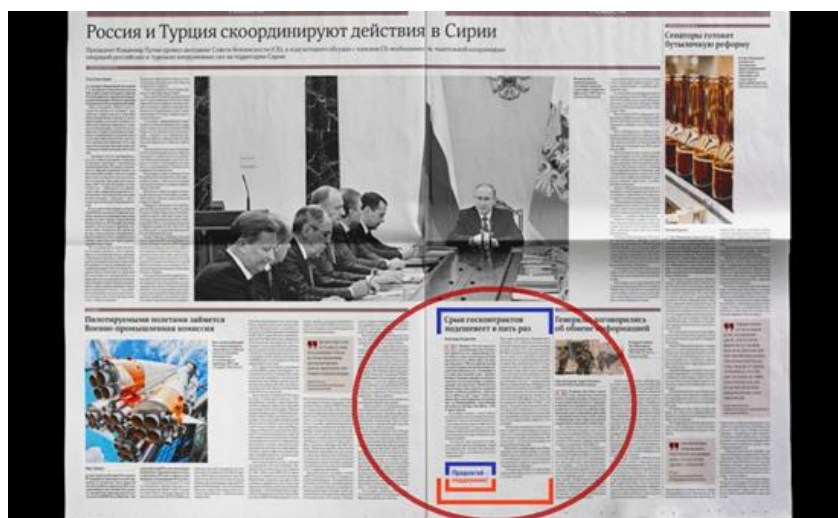


Иллюстрация: пример позиционирования информационного материала в СМИ с использованием визуальной айдентики

В открытом доступе на портале были размещены следующие макеты: инфографика об этапах проекта, типовая агитационная листовка, объявление для проведения собрания, серия из 15 объявлений для организации субботников, представляющих каждый из возможных типов проектов, информационная брошюра о программе. Тираж каждого вида продукции составил 500 экземпляров и распространялся среди участников на местах. Кроме того, каждый вид продукции можно было самостоятельно распечатать на принтере, в случае необходимости дополнить информацией (объявления).

**Не нужно
ждать —
давайте
делать!**



Проект поддержки
местных инициатив
в Алтайском крае

алтайпредлагай.рф

Мы **вместе** решили, что
нужно нашему селу.



Объект бытового
обслуживания

Давайте теперь **сделаем**.



Тебе **решать**, что нужно
твоему селу



10. 201

11

Примодите на собрание по выбору
объекта, который будет реализован
общими усилиями в поселке село.

Проект поддержки
местных инициатив
алтайпредлагай.рф

Разработанное решение активно применялось в ходе публичных мероприятий, а также использовалось для сувенирной продукции: ручки, карандаши, блокноты, стикеры и фирменные шоколадки.



Интернет портал, помимо информационной составляющей предусматривал возможность дистанционной работы представителей муниципалитетов. Через личный кабинет можно было подать заявку, редактировать заявку; контролировать этапы ее прохождения вести подсчет баллов; формировать соглашения; для организаторов была предусмотрена возможность формировать сводные отчеты о завершении проекта.

Важно отметить, что необходимость позиционирования программы при помощи разработанных инструментов, выполненных в едином визуальном коде, была отражена в рекомендациях участникам инициативных групп. Важность проведения информационных мероприятий в муниципалитетах зафиксирована в критериях оценки проектов ИБ, где наряду с такими индикаторами как вклад участников проекта в его финансирование, социальная эффективность реализации проекта, доля участия населения населенного пункта в определении и решении проблемы, заявленной в проекте, применялся индикатор – использование СМИ и других средств информирования населения в процессе отбора приоритетной проблемы и разработки заявки. Оценивалось использование айдентики ППМИ, а также наличие информации: об основной идее ППМИ; об обязанностях сторон; о результатах предварительных обсуждений. В том числе – освещение итогов собраний граждан в печатных СМИ, здесь оценивалось наличие информации в печатных СМИ с указанием выбранного проекта, количества участников собрания граждан, вклада населения. Оценка проектов осуществляется конкурсной комиссией в соответствии с балльной шкалой, утвержденной приказом Министерства финансов. В ходе конкурсного отбора дополнительный балл присваивался тем проектам, где в информационных

мероприятиях использовался логотип проекта или разработанные визуальные решения (в публикациях, в социальных сетях, в объявлениях).

Помимо усилий местных властей, информационная поддержка проекту была оказана со стороны региональной газеты «Алтайская правда» и двух телеканалов: ГТРК «Алтай» и «Катунь 24» (последний в большей степени ориентирован на молодежный сегмент аудитории), были подготовлены сюжеты, рассказывающие об инициаторах и предлагаемых проектах.

В 2017 г. поступили заявки от 107 муниципальных образований края (15% от всех муниципалитетов края). Участниками собраний по выбору проектов стали 10 067 человек, а в дополнительных процедурах – опросах, направленных на выявление приоритетов жителей – приняло участие 26 215 человек. Общая стоимость определенных в ходе конкурсного отбора 75 проектов составила 68,6 млн руб. Средства краевого бюджета – 42,2 млн руб. – составили 61,5% от общей стоимости победивших проектов. Местные власти вложили в реализацию проектов 15 млн руб. (21,9%). Софинансирование со стороны граждан и юридических лиц составило 6,1 млн руб. (8,9%) и 5,3 млн руб. (7,7%). Благополучателями реализованных проектов стали 85 400 человек, что составляет 3,4% от всех жителей региона.