

ЧТО ТАКОЕ ATL

ATL (от англ. above-the-line) — традиционный (классический) вид рекламы.

Основные каналы:

- Печатные и интернет-СМИ
- ТВ и радио
- Реклама в кинотеатрах
- Outdoor (наружная реклама)
- Indoor (реклама в местах продаж)



Отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы регулируются Федеральным законом №38 «О рекламе» от 13.03.2006 (ред. от 02.08. 2019).

КАКОЙ ДОЛЖНА БЫТЬ СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА?

Чтобы социальная реклама работала, она должна объяснять 3 ключевых пункта:

- **Какая** существует проблема
- **Как** её можно решить
- **Какая организация** берет на себя инициативу

Что это дает?

Аудитория понимает, что нужно делать и к кому обращаться.

Иначе желание помочь не будет подкрепляться действиями.

Больше аргументов в переговорах с рекламными площадками.

Ведь вы не ограничиваетесь абстрактными призывами, а предлагаете решение и берете на себя ответственность.

ПОЧЕМУ НКО ПОЛУЧАЮТ ОТКАЗЫ В РАЗМЕЩЕНИИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ?

Некоторые площадки не считают рекламу социальной, если в ней есть **«объект рекламирования»** – сама НКО, её проект или спонсоры этого проекта. В этом случае рекламу предлагают размещать на коммерческих условиях.

Кто так делает?

В основном, крупные федеральные телеканалы. Однако, в последнее время они публикуют на своих сайтах информацию о специальных условиях размещения социальной рекламы.

Знакомясь с такой информацией, вы поймете, с кем можно обсуждать льготные условия размещения.

Есть положительные примеры?

Общественное Телевидение России (ОТР) или телеканал “Звезда” сейчас выглядят достаточно привлекательными рекламными площадками для НКО.

[СМОТРЕТЬ](#)

ВИДЕО-КОНТЕНТ

Видео – это незаменимый формат для социальной рекламы.

В ролике можно за несколько кадров рассказать историю, показать проблему и выход из нее, а также правильную модель поведения.

Ваш контент могут увидеть не только в **телевизорах** или **смартфонах**. Есть много других экранов:

- В торговых центрах
- В кинотеатрах
- В общественном транспорте
- В коммерческих сетях

Пример

Экраны в ортопедических салонах ОРТЕКА показывают видео-ролики, освещающие проблемы со здоровьем, телом, реабилитацией.

Это контент участников конкурса социальной рекламы НКО «Реклама будущего».

На февраль 2020-го года задействовано 100 салонов сети.

ВИДЕО-РЕКЛАМА. ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ



Подготовьте видео-контент для всех площадок, на которых вы планируете размещаться.

Что нужно учитывать?

Размер

Вертикальный экран, квадратный, 16 на 9 и т.п

Формат

AVI, MPEG, MOV, FLV и пр.

Тайминг

Для ТВ, соцсетей, видеохостингов – разная продолжительность видео.

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОРГАНЫ, КУРИРУЮЩИЕ СОЦИАЛЬНУЮ РЕКЛАМУ. МОСКВА



Межведомственная комиссия
Правительства Москвы по вопросам
распространения рекламы

Принимает заявки от НКО

В них указывается:

- нужное количество рекламных поверхностей
- их территориальное расположение
- СМИ из доступного списка (например, телеканалы “Москва 24” или “Москва Доверие”)

Публикует отчеты

В них указывается:

- какие организации и социальные проекты получили доступ к рекламным площадкам
- какие это были за площадки

[СМОТРЕТЬ](#)

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОРГАНЫ, КУРИРУЮЩИЕ СОЦИАЛЬНУЮ РЕКЛАМУ. РЕГИОНЫ

Возможно, в вашем городе есть организация или отдел администрации с таким же функционалом, как у московской Комиссии.

ПОДСКАЗКА:

Рекламные конструкции размещаются на землях муниципальной собственности, а разрешение на установку выдаёт местная администрация. При этом оговаривается, что эти конструкции могут частично использоваться для распространения важной городской информации.



Сделайте запрос в администрацию города или обратитесь за консультацией к тем НКО, которые размещали рекламу таким способом.

ПОИСК НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ

В тех городах, где НКО ведут активную промо-деятельность, им удастся получить доступ к самым разным рекламным площадкам.



Обращайтесь в рекламные агентства и дизайн-студии

Они регулярно помогают в продвижении социальных проектов.

Пример

«Месяц социальной рекламы в Братске»



Используйте «Ambient Media»

Это реклама с помощью объектов окружающей среды.

Пример

Проект «Инстадрама» благотворительной организации «Ночлежка»

