



Институт развития
интернета

Как НКО получить бесплатное размещение рекламы в Интернете?

Конкурс 1 волна 2024

Цель Оператора социальной рекламы – содействие качественным изменениям в обществе вместе с НКО и органами власти:

- строит знание о важных социальных проблемах и способах их решения
- меняет отношение к социальной проблеме
- вовлекает человека в социальную активность, системную благотворительность

Более 190 площадок системно размещают соцрекламу

Яндекс

КИНОПОИСК

Яндекс Метро

@ мой мир

@ mail



афиша

авиасейлс

Рамблер/



Avito

AliExpress

OZON

Gismeteo

СБЕР МАРКЕТ

pikabu



МАГНИТ

RECOMMEND.RU



СМИ 2



2GIS

миртесен



ЦИАН

PEERS TV

DTF

VC.ru

DNS

ökko

Rutube

Образовака
твой помощник в учебе



MaximaTelecom



ЯПЛАКАЛЪ
YAPLAKAL.COM

SuperJob

сравни



работа.ру

Конкурс на бесплатное размещение соцрекламы в Интернете для НКО

Конкурс проходит 2 раза в год
Прием заявок:

Весна Апрель – май*	Осень Октябрь - ноябрь*
Размещение кампаний победителей с октября текущего года по март следующего года.	Размещение кампаний победителей с апреля по сентябрь.

*сроки могут корректироваться

Прием заявок на конкурсный отбор
2024 года (1 волна) продлится

с 15 мая – 20 июня

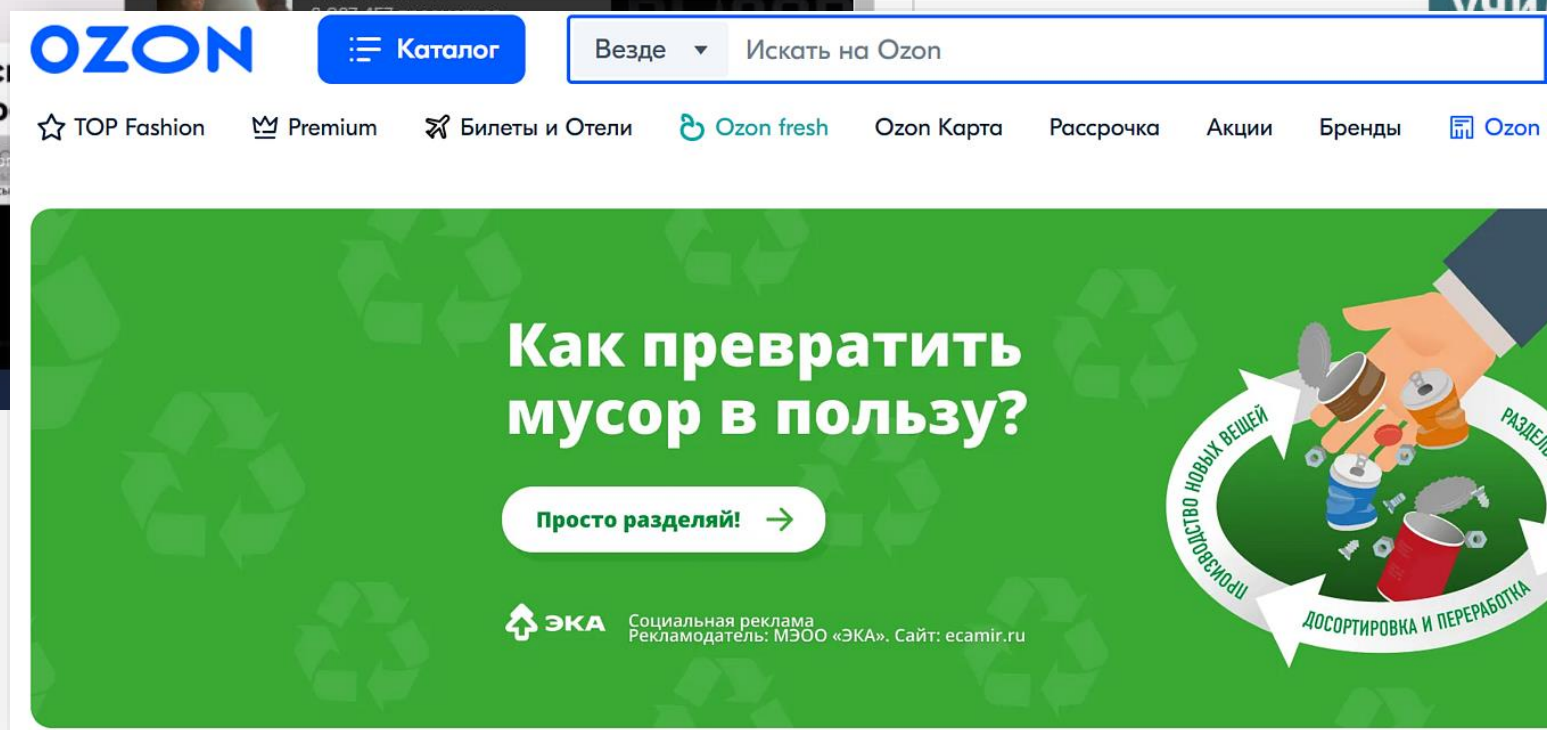
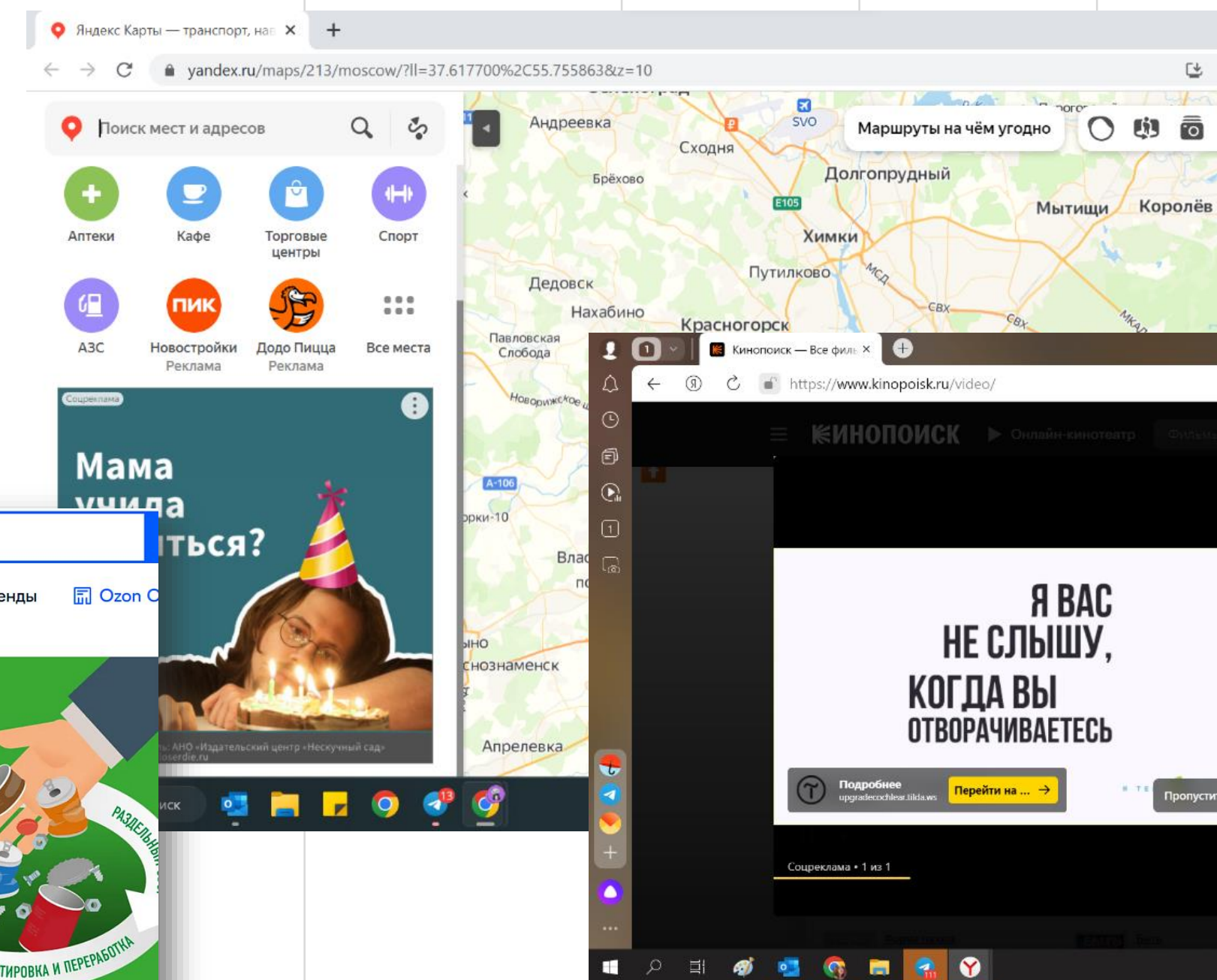
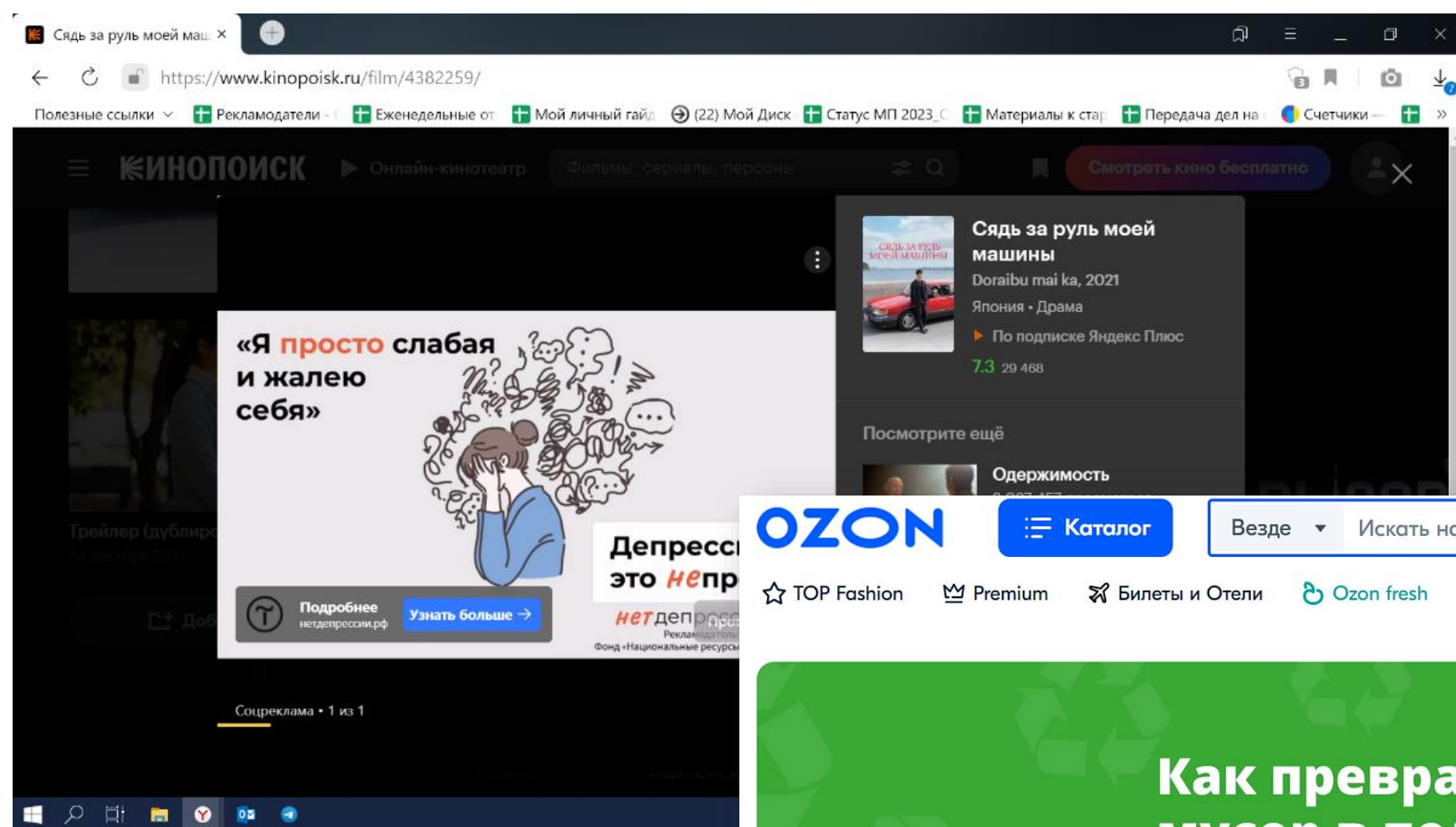
Этапы весеннего конкурсного отбора 2024 г.
(1 волна)

Прием заявок на сайте соцреклама.ири.рф (15 мая – 20 июня)
Валидация заявок ИРИ (май - июль)
Экспертиза заявок (июль - август)
Комиссия по отбору (август)
Публикация победителей на сайте ИРИ (сентябрь)
Заключение договоров (сентябрь)
Размещение кампаний победителей с октября 2024 по март 2025 г. в рамках одного календарного месяца



Что получает победитель?

- Федеральную информационную кампанию в Интернете **от 55 до 65 млн. показов рекламных баннеров** на ведущих отечественных площадках (от 2 до 7 площадок) в рамках 3-4 недель (1 месяца). Такая реклама работает по принципу наружной рекламы – показать как можно большему количеству людей данную социальную рекламу по всей стране. Настройки таргетирования возможны на некоторых площадках, на большинстве – 18+ вся РФ
- Сопровождение со стороны Оператора рекламной кампании – подбор медиаплана (площадок), настройка, заведение кампании в кабинеты площадок, отслеживание параметров эффективности кампании (количество показов, CTR, глубина просмотра и др.)



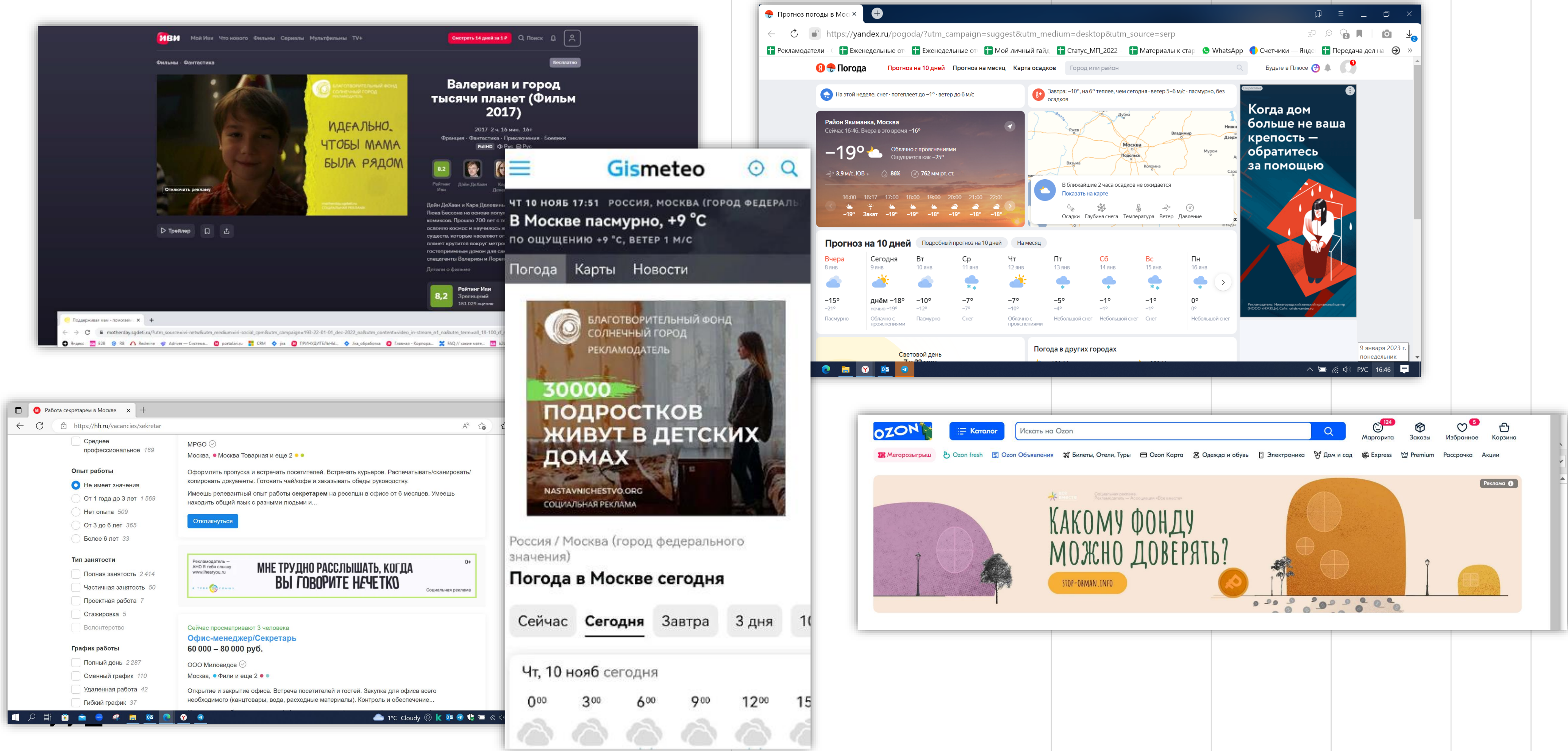
Пример таблицы с итоговыми форматами баннеров

Площадка	Форматы	Сайты	Тип ротации	Технические требования	Ссылка на готовый материал	Ссылка на лендинг Обязательно указать на сайте: -описание деятельности -юр.информацию -https://yandex.ru/legal/social_ads/ (см. пункт 4)	UTM метка (метку формирует Оператор)	Полная ссылка (столбец заполняется Оператором)	Заголовок	Количество символов ФАКТ	Количество символов по ТТ	Текст	Количество символов ФАКТ	Количество символов по ТТ	Наименование кнопки для форматов Яндекс Видео, Mail мультимформат, ТГБ VK, ТГБ MRG (выпадающий список)	Юридическая информация для форматов ТГБ и мультимформат (до 115 символов): Рекламодатель - {наименование рекламодателя и сайт) Другая юр. информация при необходимости (Адрес, ОГРН) Социальная реклама, наименование рекламодателя, сайт, ОГРН:000000000000, Москва, название улицы, номер дома	Количество символов ФАКТ	Количество символов по ТТ
Яндекс	1456x180	в Браузере в новой вкладке на десктопе.	CPM	ТТ Яндекс Главная														
	300x250	внутренние страницы	CPM	ТТ Яндекс Внутренние														
	240x400	внутренние страницы	CPM	ТТ Яндекс Внутренние														
	160x600	внутренние страницы	CPM	ТТ Яндекс Внутренние														
	300x600	внутренние страницы	CPM	ТТ Яндекс Внутренние														
	240x600	внутренние страницы	CPM	ТТ Яндекс Внутренние														
	300x300	внутренние страницы	CPM	ТТ Яндекс Внутренние														
	300x500	внутренние страницы	CPM	ТТ Яндекс Внутренние														
	320x50	внутренние страницы	CPM	ТТ Яндекс Внутренние														
	336x280	внутренние страницы	CPM	ТТ Яндекс Внутренние														
	728x90	внутренние страницы	CPM	ТТ Яндекс Внутренние														
	970x250	внутренние страницы	CPM	ТТ Яндекс Внутренние														
	640x100	внутренние страницы	CPM	ТТ Яндекс Внутренние														
	Видео	внутренние страницы	CPM	ТТ Яндекс Видео														
VK	мультимформат 256x256	MRG	CPM/CPC	ТТ Mail Мультимформат														
	мультимформат 600x600	MRG	CPM/CPC															
	мультимформат 1080x607	MRG	CPM/CPC															
	ТГБ vk (600x600)	VK	CPM/CPC	ТТ Mail 600x600														
	ТГБ MRG (90x75)	MRG	CPM/CPC	ТТ Mail 90x75														
	Мультимформат Дзен	MRG	CPM/CPC	ТТ Mail Мультимформат Дзен														
OZON	Баннер на главной 2832x600 (desktop)	OZON	CPM	ТТ Озон														
	Баннер на главной 1080x450 (app)	OZON	CPM	ТТ Озон														
Pikabu	Баннер 300x250 (Лента сайта in-feed мобильная версия)	Pikabu	CPM	ТТ Pikabu														
	Баннер 300x250 (Лента приложения Android in-feed)	Pikabu	CPM	ТТ Pikabu														
	100%x200 (Биллборд / брендирование десктопная версия)	Pikabu	CPM	ТТ Pikabu														
Irecommend	300x250	внутренние страницы	CPM	ТТ Irecommend														

ВАЖНО!

Победитель конкурса (НКО) адаптирует раскадровку баннеров под технические требования площадок размещения самостоятельно .
Это порядка 30-40 форматов баннеров для 2-7 рекламных площадок. Площадки оператор подбирает сам исходя из тематики кампании, имеющейся квоты на период, правил площадок

Социальная реклама в размещении на площадках



Требования к заявителям

Кто может участвовать в конкурсе?

- Только НКО;
- НКО должно существовать более 6 месяцев с момента подачи заявки;
- Отсутствие у Заявителя статуса иностранного агента;
- НКО должно быть прозрачным – требуется официальный сайт, где содержится полная информация о НКО.
- Социальная или благотворительная деятельность НКО по соответствующему направлению должна быть предусмотрена Уставом.
- Отсутствие Заявителя в перечне организаций и физических лиц, в отношении которых имеются сведения об их причастности к экстремистской деятельности или терроризму, либо в перечень организаций и физических лиц, в отношении которых имеются сведения об их причастности к распространению оружия массового уничтожения.



Из чего состоит Заявка?

- Анкета организации (юр. информация, документы орг-ии, опыт реализованных социальных проектов);
- Текстовое описание проекта социальной рекламы (описание актуальности, цель размещения, ЦА, география проекта, ожидаемые результаты);
- **Приложенная к заявке Раскадровка рекламного баннера (креатив) и готовая ссылка или макет посадочной страницы.**

При подготовленных заранее баннерах, лендинге, гарантийном письме - заполнение заявки займет не более 40 минут

Чек-лист по подготовке документов и проекта к подаче заявки

- ✓ Подготовить раскадровку баннера. Форму скачать [здесь](#).
- ✓ Подготовить лендинг или макет лендинга



Анкета организации

Анкету необходимо обновлять перед заполнением Заявки ежегодно

Документы:

- ✓ **Гарантийное письмо о составе учредителей Заявителя**
- ✓ **Устав**, действующая редакция

Дополнительно:

- **Доверенность на должное лицо**, в случае, если в форме подачи заявки расписывается представитель организации

Иные важные данные, влияющие на подачу :

- **Дата регистрации организации** – организация должна существовать 6 месяцев с момента подачи заявки
- **Сайт НКО** с развернутой информацией о заявителе

ШАГ

1

2

Юридическая информация

* - обязательное поле для заполнения.

Выберите организационную форму *

Некоммерческая организация

Полное наименование юрлица/ФИО ИП *

В соответствии с данными из ЕГРЮЛ/ЕГРИП

АНО "Лучшие люди"

Сокращенное наименование юрлица/ИП (при наличии) *

В соответствии с данными из ЕГРЮЛ/ЕГРИП. Если заявка подается индивидуальным предпринимателем, то данное поле не заполняется.

АНО "Лучшие люди"

Юридический адрес/Адрес регистрации по месту жительства ИП *

В соответствии с данными из ЕГРЮЛ/ЕГРИП

19017, Г.МОСКВА, ВН.ТЕР.Г. МУНИЦИПАЛЬНЫЙ ОКРУГ ЯКИМ

Регион *

Москва

Номер телефона юрлица/ИП *

+7 (998) 888-56-66

Официальный сайт юрлица/ИП в сети Интернет *

https://соцреклама.ири.рф/

Ссылки на социальные сети

https://

+Добавить ещё ссылки

Действующая редакция устава *

Прикрепите файл

Загруженный файл: Программа_ГП_предоставители_10_11_мкж.pdf

Документ, подтверждающий актуальный состав учредителей *

Прикрепите файл

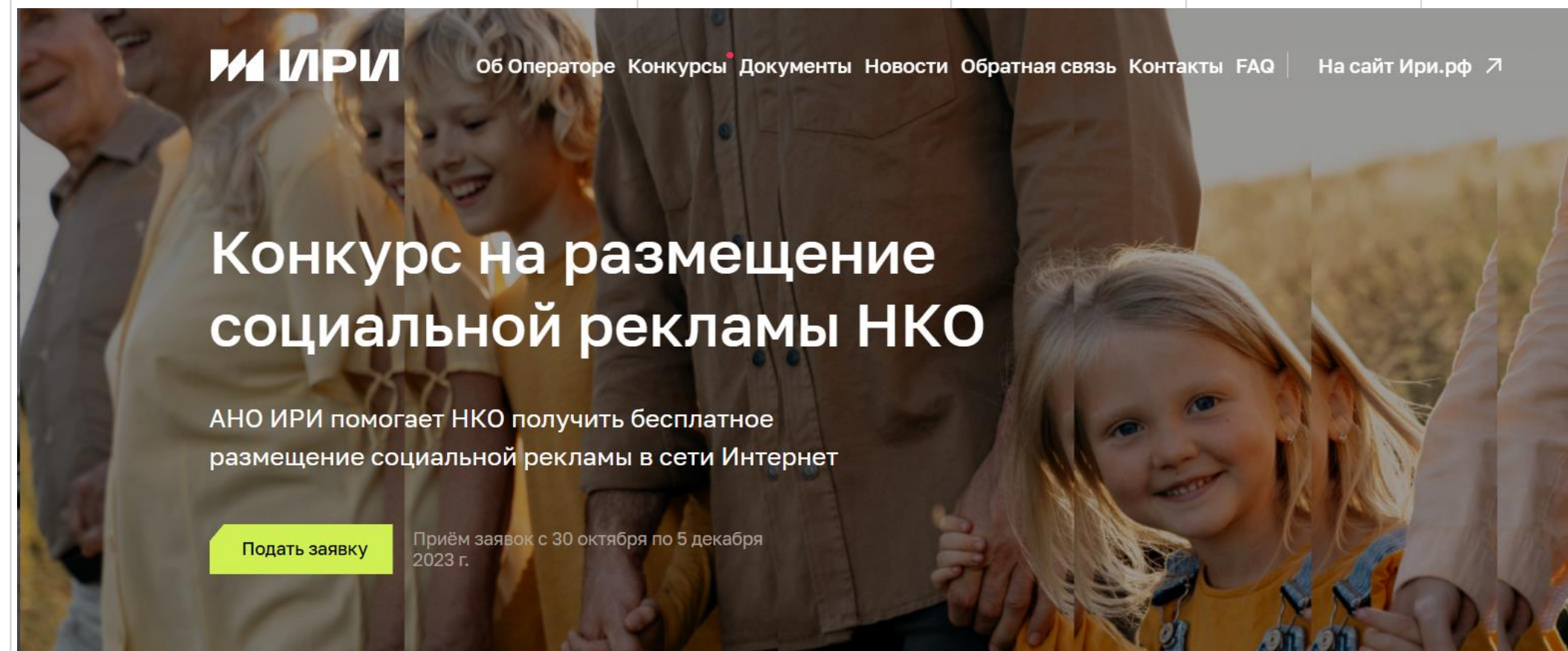
Загруженный файл: 01-12.888.2.pdf

Основные требования к проектам

- Проект соответствует одному из тематических направлений конкурса;
- Проект (социальная реклама) актуален для не менее 20 регионов. Проект имеет федеральную значимость, федеральный охват
- Проект НЕ ставит своей основной целью сбор пожертвований или имиджевую рекламу заявителя

Проект в первую очередь должен быть направлен в приоритете на формирование знания о теме, путях ее решения.

- ЦА проекта – только взрослые от 18 лет
- Размещение Проекта должно быть актуально в любой из месяцев периода: октябрь 2024 г. – март 2025 г.
- Раскадровка баннера и лендинг должны быть релевантны по содержанию друг другу
- Отсутствие коммерческой рекламы на рекламных материалах, включая скрытую коммерческую рекламу
- Заявка составлена полностью на русском языке



Тематические направления

1	Развитие культуры системной благотворительности и меценатства
2	Просвещение о проблемах людей в трудной жизненной ситуации, поддержка людей в трудной жизненной ситуации (тяжелобольные люди и их семьи, социально-уязвимые, жертвы насилия и т.д.)
3	Поддержка людей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), формирование инклюзивного подхода по отношению к людям с ОВЗ
4	Поддержка участников СВО и их семей, а также граждан новых субъектов России
5	Забота о здоровье граждан (ЗОЖ, профилактика болезней, алкоголизма, наркомании, психологическая поддержка)
6	Развитие культуры ответственного отношения к окружающей среде
7	Повышение финансовой, правовой грамотности, а также грамотности в сфере безопасности
8	Развитие внимания к пожилым людям
9	Продвижение семейных ценностей и культуры ответственного родительства, включая приемное родительство, профилактика сиротства
10	Развитие добровольчества (волонтерства)
11	Развитие донорства
12	Патриотическое воспитание, продвижение традиционных ценностей



Заявка. Шаг 1

Цель размещения и тематика

Корректное заполнение

- Название кампаний разное для разных заявок от одной организации;
- Тематика совпадает с представленным креативом;
- **Цель +актуальность кампании + ожидаемый результат друг из друга логично вытекают;**
- Актуальность проекта для подтверждена официальными данными или данными из опыта фонда.

Отклонение или отправка на доработку

- Неверно определено тематическое направление;
- Основная цель размещения рекламы, рекламируемого проекта – сбор пожертвований или имиджевая реклама фонда;
- Нет логичной связи между полями.



КОНКУРС НКО

← Вернуться к списку заявок

ШАГ

1

2

3

4

5

Цель размещения и тематика

* - обязательное поле для заполнения.

Название рекламной кампании*

Тематическое направление*

Выберите тематическое направление

Цель размещения социальной рекламы: *

Введите текст, не более 1500 тыс

Актуальность проблемы, на которую направлена социальная реклама *

Введите текст, не более 2000 тыс

Ожидаемый результат от проведения рекламной кампании *

Введите текст, не более 1500 тыс

Сохранить как черновик

Далее

Дата заявки10.11.2023

• Черновик

Новая заявка № k046

Заявка. Шаг 2

Параметры размещения

Корректное заполнение

- География, для которой актуальна РК.
Пример: Вся Россия;
Если есть регионы – перечислить регионы, не менее 20
- Подтверждение актуальности размещения
- ЦА. Чем уже целевые группы, тем меньше шансов у заявки на победу.
Идеальный вариант:
вся РФ, 18+;
- Желаемый период размещения (месяц размещения).
Мы не обещаем размещение в данном месяце, но будем стараться учесть пожелания, особенно если дата остро привязана к к-л событию.

Отклонение или отправка на доработку

- Не указана география проекта или география составляет менее 20 регионов;
- Креатив направлен на широкую аудиторию, а вы указали узкие целевые группы.

Параметры размещения

* - обязательное поле для заполнения.

География, для которой актуальна рекламная кампания * ⓘ
География, для которой актуальна рекламная кампания

Подтверждение актуальности заявленной социальной рекламы для более 20 регионов * ⓘ
Подтверждение актуальности заявленной социальной рекламы для более 20 регионов

Целевая аудитория рекламной кампании * ⓘ
Целевая аудитория рекламной кампании

Желаемый период размещения * ⓘ

☒ Октябрь 2024

☐ Ноябрь 2024

☐ Декабрь 2024

☐ Январь 2025

☐ Февраль 2025

☐ Март 2025

Размещение привязано к конкретному периоду или дате? * ⓘ
Размещение привязано к конкретному периоду или дате?



[← Вернуться к списку заявок](#)

Подготовка раскадровки баннера

1. [Скачать](#) форму для загрузки раскадровки
2. Корректно заполнить
3. Приложить файл в соответствующее поле заявки

• Укажите название рекламной кампании

Заявитель:

Раскадровка – изображения, на которых представлены ключевые кадры Баннера в порядковой последовательности. Рекламное сообщение – текст на раскадровке, информация, которую вы хотите донести до аудитории. В раскадровке желательно использовать от 2 до 4 кадров, а также рекомендуем ограничить текст рекламного сообщения до 5 слов.

Соотношение сторон для кадров – вертикальный формат, желательно 9 на 16 или 240х400. Формат – jpeg, png.

Ниже представлен шаблон. Вставьте в него свою Раскадровку. Укажите название рекламной кампании и Заявителя в шапке презентации. Загрузите файл pptx с вашей раскадровкой в поле Заявки.

! Внимание. Вы можете выбрать лишь 1 основной креатив. Для загрузки нового креатива вам необходимо будет заполнить новую заявку.



Кадр 1



Кадр 2



Кадр 3



Кадр 4



Пример заполнения

Название: О донорстве костного мозга

Корректное название проекта и юрлица

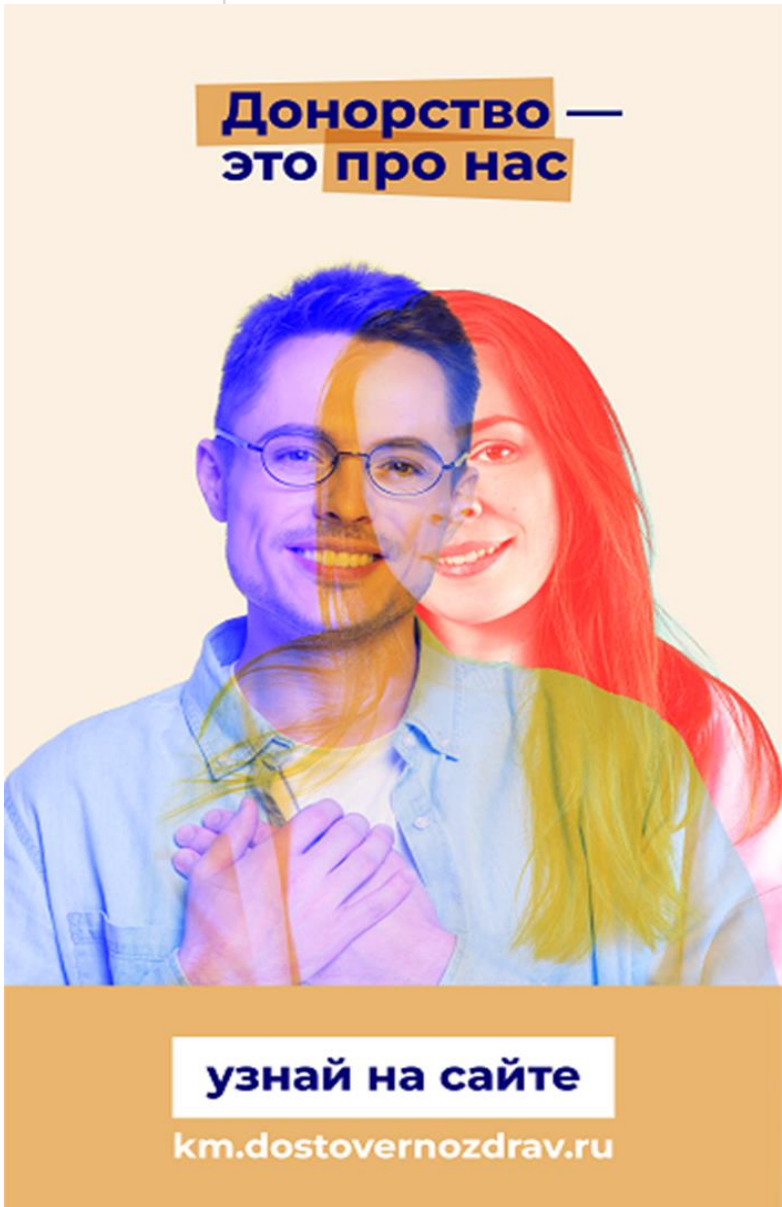
Заявитель: Национальный фонд развития здравоохранения



1 кадр



2 кадр



3 кадр



4 кадр

Каждый кадр пронумерован

Советы по созданию Раскадровки

**Информирование/
Знание о какой-либо
социальной проблеме или
путях ее решения**

- **Формат баннера** – 2-4 кадра
- Сообщение должно быть донесено без перехода на сайт
- Каждый кадр самостоятелен и понятен
- Ключевое сообщение желательно на первом кадре
- Текст простой и понятный, без лишних вводных слов, оборотов
- Наличие изображений (фото). Если люди – то крупным планом, лица. Позитивные эмоции
- Призыв к действию на последнем кадре (опционально)



Пример раскадровки



Тизерный вопрос



Раскрытие сути рекламы



Мотивирующий слоган



Призыв к действию

- ✓ Читаемый текст, не более 5 слов на каждом кадре
- ✓ Гармоничное указание сайта проекта на каждом кадре – работает на узнаваемость.
- ✓ Фотографии, которые подобраны актуально предполагаемому сезону размещения (весна, май)
- ✓ Фотографии и текст дополняют смыслово друг друга

Пример раскадровки



Информирование о
проблеме с
фактурой

Решение проблемы
Обращение понятное
каждому человеку

Призыв к действию



Заполнение шаблона для раскадровки. Некорректное заполнение

Отклонение или отправка на доработку

- Представлен не баннер, а сырой материал в виде фото, отдельных текстов
- Представлена раскадровка видеоролика, не баннера
- Стоковые изображения, которые никак не цепляют и напрямую не соотносятся с проектом



Хочешь стать успешным?



Повышай свои профессиональные компетенции с нами!
Бесплатные курсы для студентов вузов!



Заполнение шаблона для раскадровки. Некорректное заполнение

Отклонение или отправка на доработку

- Представлен не баннер, а сырой материал в виде фото, отдельных текстов
- Представлена раскадровка видеоролика, не баннера



Кадр 1

Кадр 2

Кадр 3

Кадр 4



Кадр 1

Кадр 2

Кадр 3

Кадр 4

← Элементы запугивания

Заполнение шаблона для раскадровки. Некорректное заполнение

Отклонение или отправка на доработку

- Представлен не баннер, а сырой материал в виде фото, отдельных текстов
- Много текста, нечитаемый текст



Заявка. Шаг 4

Информация о сайте, на который будет осуществляться переход с рекламного баннера (лендинге)

ШАГ

1

2

3

4

5

Информация о сайте, на который будет осуществляться переход с рекламного баннера (лендинге)

* - обязательное поле для заполнения.

Укажите статус готовности Лендинга *

1) Финальный лендинг готов и работает, изменения будут минимальны. П...

▼

Ссылка на лендинг *

?

Введите адрес посадочной страницы (Лендинга)

Подтверждаю, что организация-заявитель вправе использовать лендинг на законных основаниях *

?

☐

права принадлежат организации/есть право на использование

Подтверждаю, что, в случае победы на конкурсе, на Лендинге, включая весь сайт проекта, не будет информации о коммерческих организациях и любых коммерческих услугах *

☐

Подтверждаю

Загрузите при необходимости

?

 **Дополнительные материалы**

Файл формата: pdf, zip, rar.

Сохранить как черновик

Назад

Далее

Лендинг

Лендинг – это последний кадр любого баннера:

- Полноценный контент по заявленной теме, содержит новизну и ценность для пользователя
- Информативен, но при этом легко читаем, не перегружен текстом
- Текст прост в понимании, адаптирован под обычного человека
- Интерактивен по возможности (тесты, подкасты, видеоконтент)
- Приветствуется сторителл

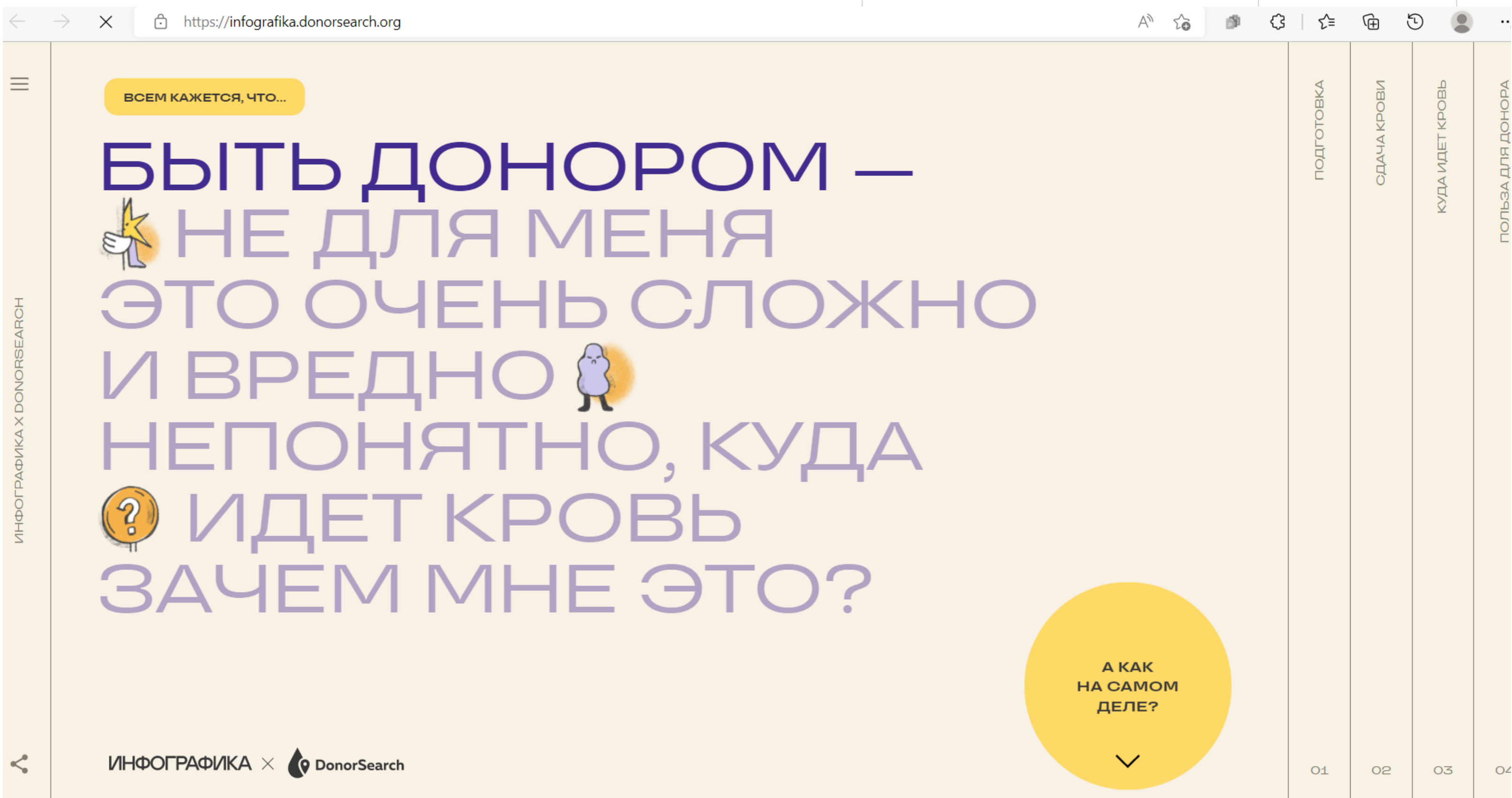


Что лучше брать за основу в качестве формата подачи контента?

- Сторителл
- Статистика
- Личные, живые истории
- Формат развеивания стигм и мифов
- Игры, тесты, флешмобы, контент, которым можно и интересно делиться



Образец Лендинга с точки зрения художественного оформления



Фандрайзинговый контент может занимать не более 50% от площади лендинга, но не занимать главный экран (расположение сбоку или снизу).



Заявка. Шаг 4
Форма подтверждения подачи заявки

Подтверждение подачи заявки № _____
на участие в конкурсном отборе проектов социальной рекламы для
некоммерческих организаций
для размещения в сети Интернет, проводимой
Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета»

1.	Наименование Заявителя (полное)	
2.	ИНН Заявителя	
3.	Тематическое направление	
4.	Название рекламной кампании	

Заявитель подтверждает подачу заявки на
тономной некоммерческой организацией «
» (АНО «ИРИ») конкурсном отборе проектов со
году (1 волна) для размещения в информ
ной сети «Интернет» (далее – Конкурс), запол
рме на официальном сайте АНО
-телекоммуникационной сети «Интернет» п
(далее – Заявка, официальный сайт)².

настоящий документ, Заявитель подтверждает:
комлен с Положением о Конкурсе, разм

рждению должна быть приложена копия документа, подпи
вующего от имени Заявителя, кроме случая, когда от име
исполнительный орган Заявителя – юридического лица.

Дата заявки 15.05.2024

Черновик

Новая заявка № q016

для всеобщего сведения на официальном сайте, других сайтах
в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и в средствах
массовой информации;

- на проведение дополнительных проверок в отношении Заявителя.

«__» _____ 20__ г.

_____/_____
(подпись) (расшифровка)

М.П.

Если подписывается лицо по доверенности, то доверенность на него, а также его ФИО необходимо добавить в анкету организации в личном кабинете

Полезные ресурсы

https://adfutur.ru

Реклама будущего

О конкурсеУчастникиНовостиКонтактыВход

Всероссийский конкурс социальной рекламы некоммерческих проектов, СО НКО и социальных предприятий

Более

500

участников

Свыше

600

работ

С 2022 года проект поддерживается Фабрикой позитивных изменений. В 2018-2020 году сайт поддерживался на средства гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов

О КОНКУРСЕ

https://procharity.ru/?ysclid=1981h5tb6138431150

PROCHARITY

О проектеЗаданияВолонтерамДля НКОБизнесуFAQ

Присоединиться

#ФОНДДРУЗЬЯ

ProCharity

Скорая интеллектуальная помощь для благотворительных фондов

Поиск по заданиям, волонтерам, фондам...

Создатель проектаФонд Друзья

Иван Ургант

актер, шоумен, телеведущий, амбассадор ProCharity

Социальная реклама SAD&SI

90 subscribers

Pinned message

Наш e-mail: Sovet_socreklama@opr.ru

https://www.xnnews.by/v-belarusi-provodyat-konkurs-soczialnoj-reklamy-obuchajsy-v-belarusi/?utm_source=yxnews&utm_medium=mobile&utm_referrer=https%3A%2F%2Fdzen.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D

19 18:01

Социальная реклама SAD&SI

https://youtu.be/CrU62hjWGB0

YouTube

«7+/-2» Выпуск от 11 октября

Авторская программа директора Фабрики позитивных изменений Владимира Вайнера!

Авторская программа Владимира Вайнера

https://limefestival.ru/?ysclid=1981utl7cz551196636

L

О ФЕСТИВАЛЕЖЮРИКОНКУРСПОБЕДИТЕЛИНОВОСТИКОНТАКТЫ

XII МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ И КОММУНИКАЦИЙ LIME

Приём работ завершён. Спасибо за участие!

https://mediaaccelerator.ru

О НАСПРОЕКТЫНОВОСТИЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТПАРТНЕРЫ

МЕДИА АКСЕЛЕРАТОР

ДЛЯ НКО

Помогаем некоммерческим организациям создавать качественную социальную рекламу в конкурсном формате

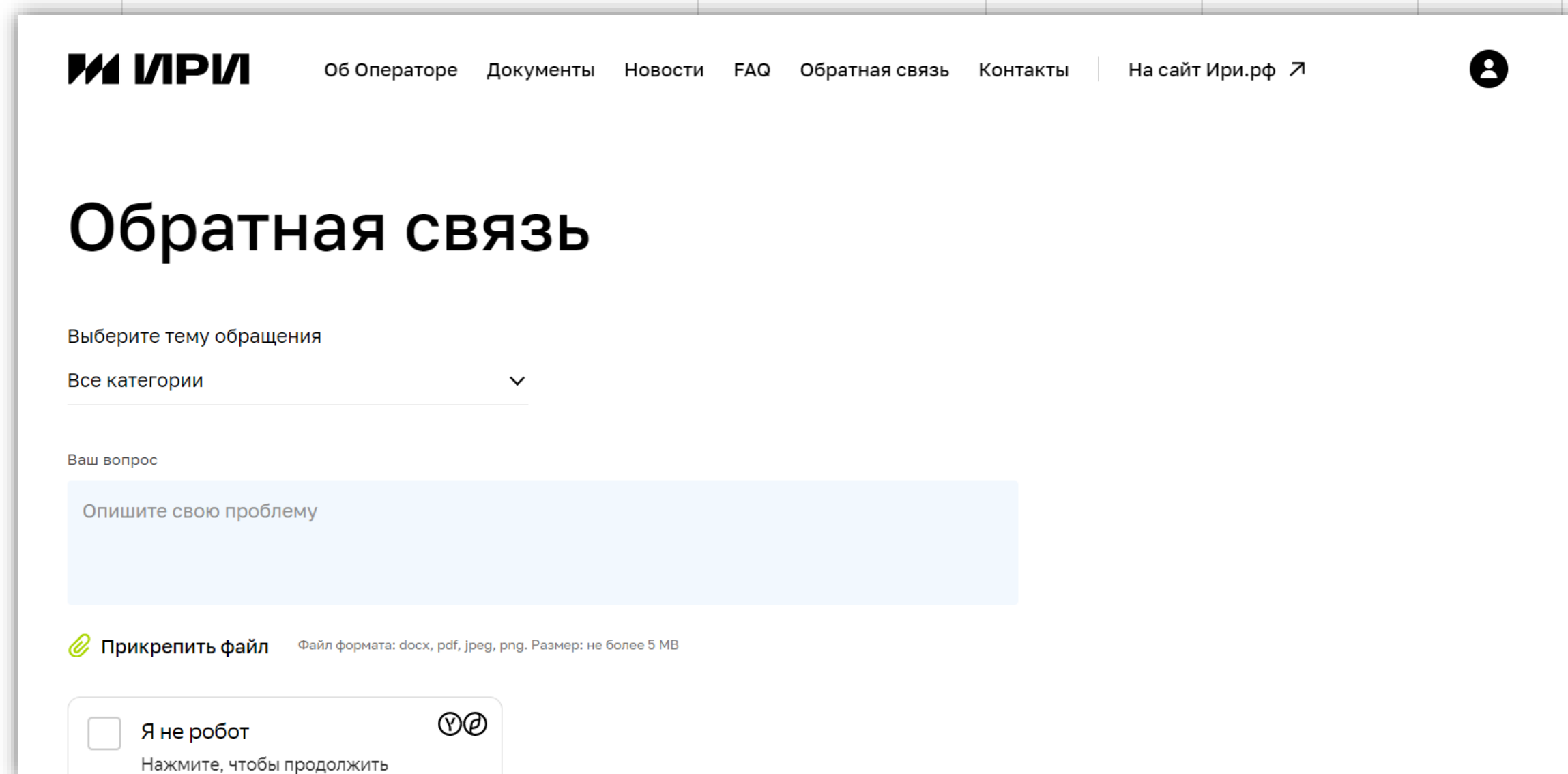
Спецпроект факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ на базе Медиацентра

подать заявку

подробнее

Как НКО получить бесплатное размещение в Интернете?

- Читайте Положение о конкурсе на сайте соцреклама.ири.рф;
- Готовьтесь к конкурсу заранее – выписка ЕГРЮЛ, баннеры, лендинг.



The screenshot shows the 'Обратная связь' (Feedback) page of the IRI website. At the top, there is a navigation bar with the IRI logo and links: 'Об Operаторе', 'Документы', 'Новости', 'FAQ', 'Обратная связь', 'Контакты', and 'На сайт Ири.рф'. The main heading is 'Обратная связь'. Below it, there is a dropdown menu labeled 'Выберите тему обращения' with the option 'Все категории'. A text input field is labeled 'Ваш вопрос' with the placeholder 'Опишите свою проблему'. Below the input field, there is a link 'Прикрепить файл' with a file format specification: 'Файл формата: docx, pdf, jpeg, png. Размер: не более 5 MB'. At the bottom, there is a checkbox labeled 'Я не робот' and a CAPTCHA image.

Если у Вас есть вопросы пишите нам в форму обратной связи или на почту social-ads-feedback@iri.center



Институт развития
интернета

Спасибо!

соцреклама.ири.рф