



ПЕРВЫЙ ЗАМЕСТИТЕЛЬ
ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ПРАВИТЕЛЬСТВА ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

РАСПОРЯЖЕНИЕ

28 января 2022 года

Иркутск

№ 5-рзп

Об утверждении Плана мероприятий по проведению информированности населения Иркутской области использования государственной информационной системы жилищно-коммунального хозяйства на территории Иркутской области

В целях повышения информированности граждан Иркутской области об использовании государственной информационной системы жилищно-коммунального хозяйства, руководствуясь частью 4 статьи 12 Закона Иркутской области от 12 января 2010 года № 1-оз «О правовых актах Иркутской области и правоприменительной деятельности в Иркутской области»:

1. Утвердить План мероприятий по проведению информированности населения Иркутской области использования государственной информационной системы жилищно-коммунального хозяйства на территории Иркутской области (далее – План) (прилагается).
2. Министерству представить отчет о реализации Плана.
3. Контроль за исполнением настоящего распоряжения оставляю за собой.



УТВЕРЖДЕН
распоряжением первого заместителя
Председателя Правительства
Иркутской области
от 28 января 2022 года № 5-рзп

**ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ
ПО ПРОВЕДЕНИЮ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА
НА ТЕРРИТОРИИ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ**

№ п/п	Наименование мероприятия	Срок реализации мероприятия	Ответственный исполнитель	Ожидаемый результат
1	Обеспечить размещение на официальных сайтах в информационно – телекоммуникационной сети «Интернет», в аккаунтах социальных сетей, на информационных стендах, расположенных в административных зданиях исполнительных органов государственной власти Иркутской области и их подведомственных учреждений, информации о функционале государственной информационной системы жилищно-коммунального хозяйства (далее – ГИС ЖКХ), предоставляющей возможность гражданам взаимодействовать с управляющими организациями, осуществляющими деятельность по управлению многоквартирными домами на территории Иркутской области (далее – управляющие организации), ресурсоснабжающими организациями, региональными операторами по обращению с твердыми коммунальными отходами, региональным оператором капитального ремонта, органами местного самоуправления муниципальных образований Иркутской области (далее – ОМСУ) посредством ГИС	До 11 февраля 2022 года	Исполнительные органы государственной власти Иркутской области и их подведомственные учреждения	Подготовка информации на официальных сайтах, в аккаунтах в социальных сетях, информационных стендах, расположенных в административных зданиях исполнительных органов государственной власти Иркутской области и их подведомственных учреждений

Вход. № 06-58-20/002
Министерство жилищной политики
и энергетики Иркутской области
Подпись: [Signature]
Ф.И.О. [Signature]

10	Рекомендовать ОМСУ обеспечить регистрацию в ГИС ЖКХ муниципальных служащих и представителей их подведомственных учреждений	До 25 февраля 2022 года	Органы местного самоуправления муниципальных образований Иркутской области	Обеспечение регистрации не менее 95%
----	--	-------------------------	--	--------------------------------------

Приложение
к плану мероприятий по проведению информированности населения Иркутской области использования государственной информационной системы жилищно-коммунального хозяйства на территории Иркутской области

**Рекомендации
по организации информационного сопровождения государственной
информационной системы жилищно-коммунального хозяйства
(ГИС ЖКХ)**

1. В целях единообразного подхода к сопровождению ГИС ЖКХ разработаны общие визуальные материалы, которые находятся по ссылке https://disk.yandex.ru/d/V4-0Dc_SMyKegA
2. Региональный брендинг допускается, но должен быть реализован в соответствии с правилами ко-брендинга.
3. Для реализации информационной кампании согласован общереферальный слоган: «Просто. Удобно. Честно». Рекомендуется использовать слоган при размещении материалов о системе.
4. В целях информирования могут быть использованы следующие каналы - эфирные, печатные, интернет-СМИ, социальные сети, публикации интернет-страницы (наблюдки), информационные порталы и официальные сайты, блоги, рекламные носители различных форматов (Indoor, Outdoor и транзитная реклама на транспорте). Регион и муниципальное образование вправе самостоятельно определить набор наиболее подходящих форматов для размещения и их количество. Кроме того, для повышения информированности о системе могут быть использованы внутренние (интранет) ресурсы.
5. В целях мониторинга информационного поля ГИС ЖКХ Минстроем России будет сформирован отчет об информационном сопровождении ГИС ЖКХ в субъектах Российской Федерации (далее - Отчет).
6. Для каждого субъекта Российской Федерации будет определен минимальный целевой прогнозируемый показатель по информированию. Если субъект Российской Федерации не выполнил минимальный целевой прогнозируемый показатель — он будет окрашен в Отчете в красный цвет. Если субъект выполнил показатель (больше или равно) — цвет будет зеленым с визуальным оглишем в сторону более насыщенных цветов при первыполнении.
7. Минимальный целевой прогнозируемый показатель установлен для каждого субъекта Российской Федерации отдельно.
8. Для учета также принимаются ссылки на публикации, размещенные в СМИ, на сайтах органов государственной власти субъектов Российской Федерации и в социальных сетях.
9. Рекомендации для рекламных размещений в печатных СМИ.

1) Разница в размещении внутри издания — на страницах ближе к началу, к середине или к концу — незначительна для газет. Принято считать, что лучшие полосы в изданиях — с 3-й по 20-ю.

2) Положение внутри издания важно при публикации рекламы на развороте (левая и правая полосы вместе). В таком случае стоит выбрать центральный разворот. Рекомендуется размещать информацию рядом с журналистскими материалами или готовить специальные тематические статьи от редакции.

10. Рекомендации для размещения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - Интернет) и социальных сетях.

1) При размещении публикаций в Интернете рекомендуется использовать ключевые слова, которые будут формировать общую федеральную повестку:

- Минстрой России;
- ГИС ЖКХ.

2) При размещении публикаций в Интернете рекомендуется использовать хэштеги: #ЖКХменяется.

11. Наружная реклама (Outdoor).

1) Рекомендуется размещение рекламы на билбордах. Стандартный формат билборда - 3x6 метров.

2) Рекомендуется размещение рекламы на цифровых билбордах. За счет новизны и постоянной смены кадров цифровые билборды более эффективный инструмент, чем печатные билборды.

3) Рекомендуемое распределение адресной программы: 50% - центральные улицы муниципального образования, остальные 50% распределяются по спальным районам муниципального образования.

4) Для размещения рекламы на цифровых билбордах выбираются основные магистрали, соединяющие спальные районы, транспортные развязки. Рекомендуется выбирать конструкции на «стоп-линиях» - перекрестки, светофоры, пешеходные переходы, остановки общественного транспорта. Желательно использовать стороны «А» (работающие по ходу движения транспорта). Стороны должны быть хорошо просматриваемые, без закрывающих просмотр деревьев, знаков, столбов, зданий.

5) Рекомендуемая продолжительность контакта наружной рекламы с пешеходами примерно 30–40 секунд, автомобилистами - около 1–3 секунды.

6) Рекомендуется размещение рекламы на остановочных павильонах. Эффективность определяется следующими показателями: большая проходимость, длительный контакт человека с информацией (порядка 10 минут), информация всегда находится на уровне глаз, воздействует на разные категории людей.

7) Рекомендуется размещение рекламы на транспорте (транзитная реклама). Наиболее эффективны маршруты общественного транспорта: обслуживающие плотную застройку, передвигающиеся в центральной части города, линейные (продолжительные участки маршрута по прямой).

12. Внутренняя реклама (Indoor).

1) Рекомендуется размещение рекламы на стендах в лифтах. Преимущество такой рекламы: широкий охват аудитории, гарантированно высокая частота контакта, ежедневный контакт с информацией. Макет размещается на уровне глаз, что позволяет жителю ежедневно прочитывать информацию.

2) Рекомендуется размещение рекламы на экранах в торговых-развлекательных центрах и спортивных центрах.