

СТРАТЕГИЯ Т.МЕ/МЫСІ/ЫВ\$І/ЫХ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ



2024

СВЕДЕНИЯ О РЕГИОНЕ



КОЛИЧЕСТВО ИЗБИРАТЕЛЕЙ

1 164 526

АДМИНИСТРАТИВНЫЙ ЦЕНТР Г. ИЖЕВСК

488 110 избирателя

30 муниципальных образований

4 малых города:

ВОТКИНСК (69 276 избиратель),
ГЛАЗОВ (65 474 избирателей),
МОЖГА (34 915 избирателей),
САРАПУЛ (70 150 избирателей)

СООТНОШЕНИЕ ГОРОДСКОГО И СЕЛЬСКОГО
НАСЕЛЕНИЯ (62,51%) / (37,49%)

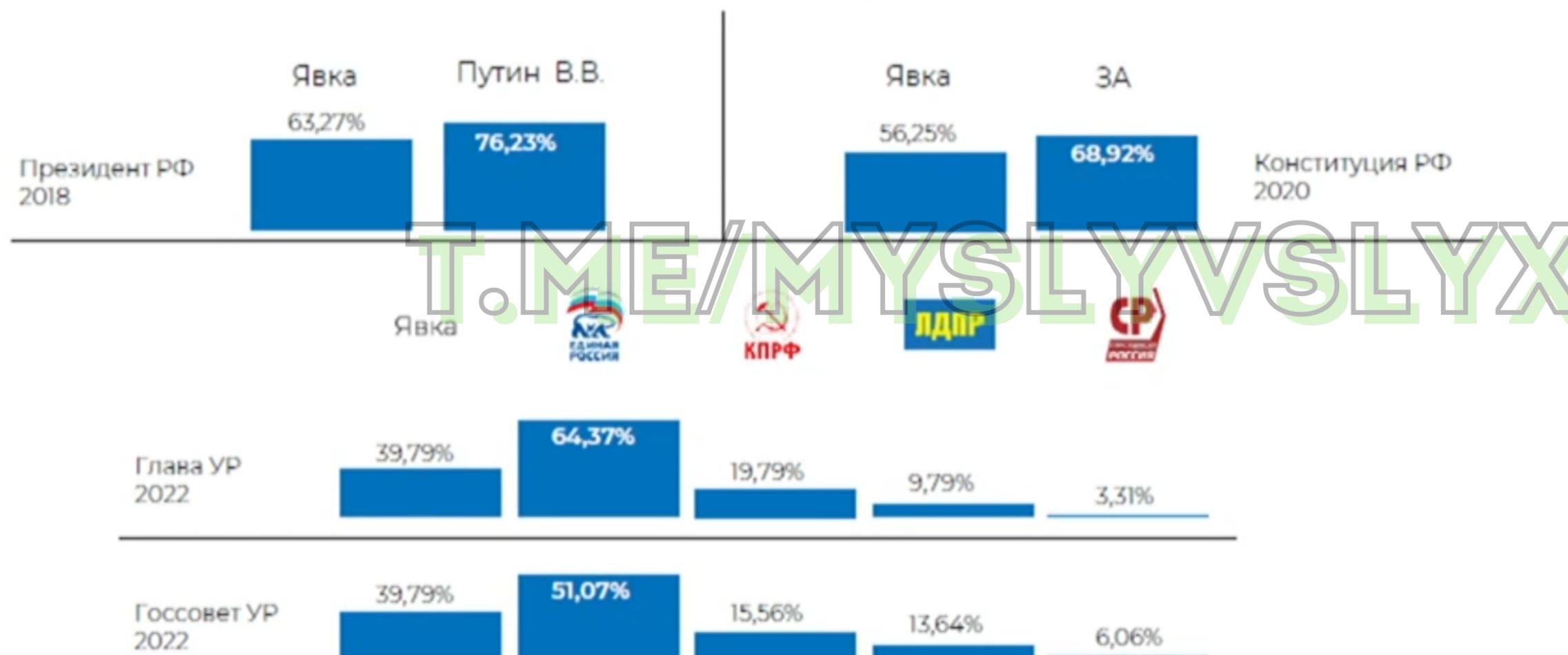
УРОВНИ ВЫБОРОВ

17 марта 2024 ГОДА
В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ ПРОЙДУТ:

› **Выборы Президента Российской Федерации**

ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ РЕГИОНА

ДИНАМИКА ЯВКИ ИЗБИРАТЕЛЕЙ И ИТОГОВ ГОЛОСОВАНИЯ В РАЗРЕЗЕ ПЯТИЛЕТНЕГО ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ЦИКЛА



ТЕНДЕНЦИИ

- После 2018 характерно снижение явки на федеральных кампаниях

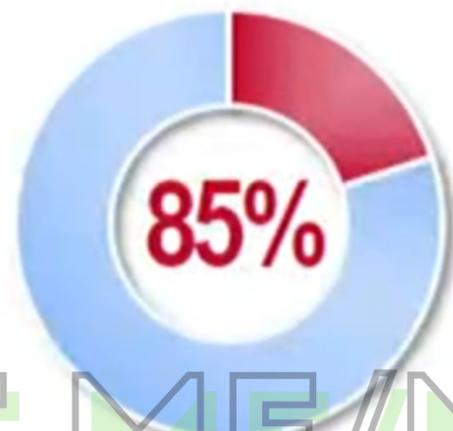
ЦЕЛЬ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ 2024

ОБЩАЯ ЯВКА



640 489
избирателей

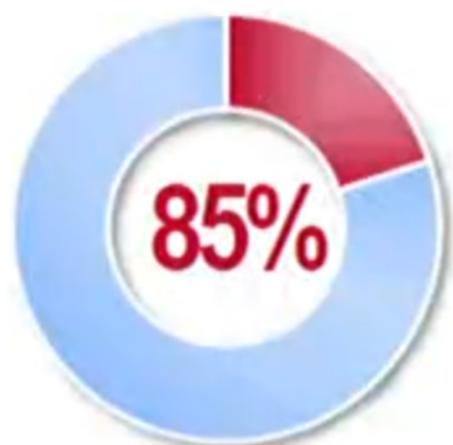
ГОЛОСОВ ЗА
ПРЕЗИДЕНТА РФ



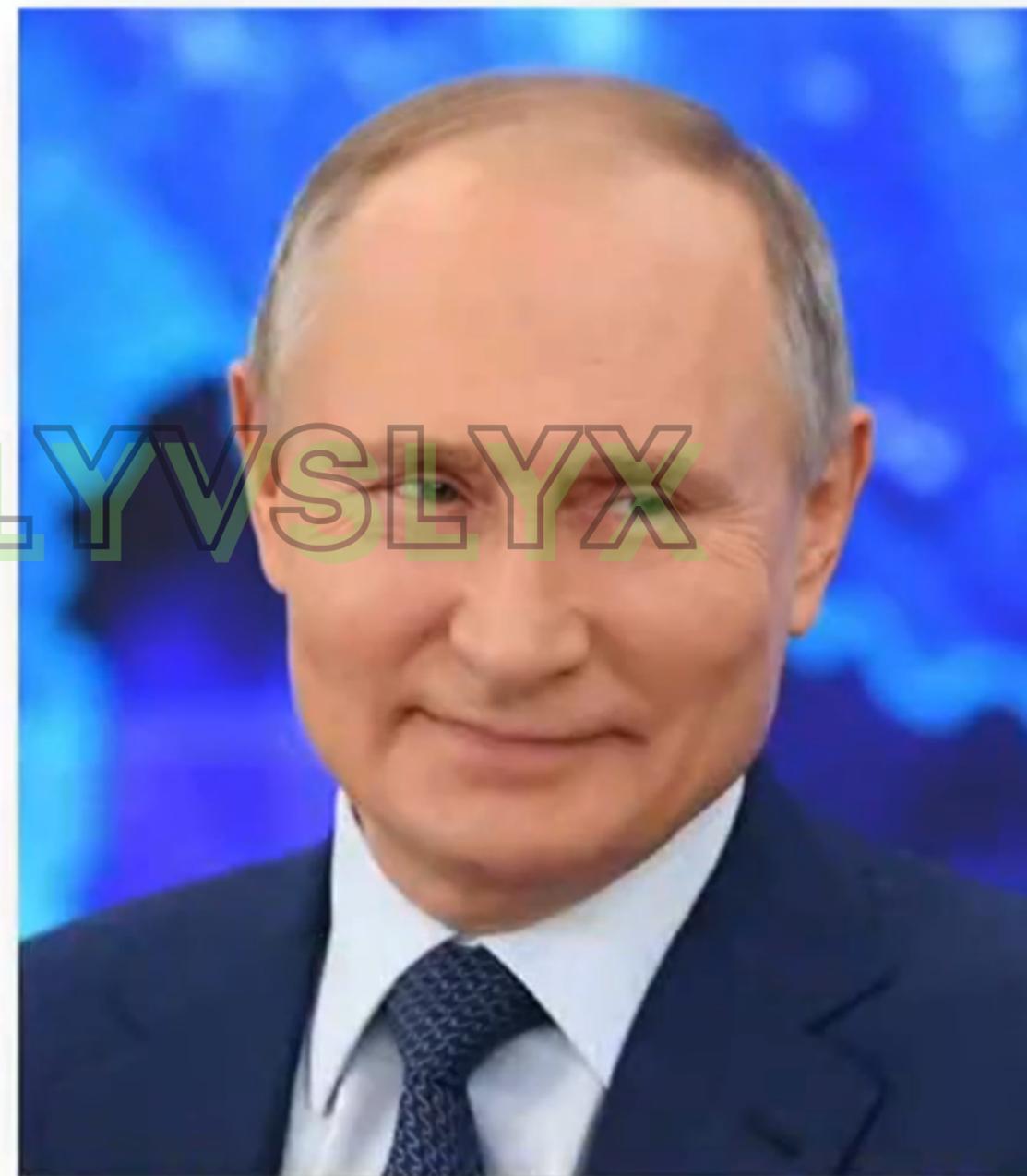
544 416
голосов



931 619
избирателей



791 877
голосов



T.ME/MYSLYVSLYX

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОГО САМОЧУВСТВИЯ ЖИТЕЛЕЙ РЕГИОНА

ОЦЕНКА РАБОТЫ ПРЕЗИДЕНТА



ОЦЕНКА СИТУАЦИИ В РЕГИОНЕ



ИСТОЧНИКИ АНАЛИТИКИ

ФЕД.



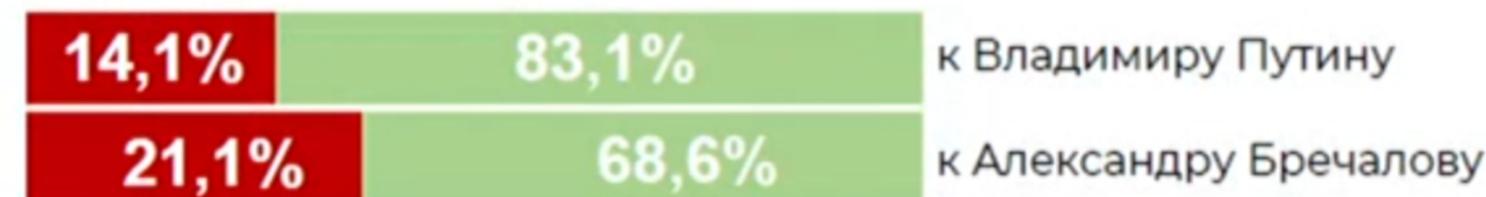
РЕГ.



ТОП-5 ПРОБЛЕМ В УДМУРТИИ

- ▶ плохое состояние медицины) **51%**
- ▶ рост цен) **51%**
- ▶ низкие зарплаты) **46%**
- ▶ высокие цены на ЖКХ) **44%**
- ▶ состояние дорог) **34%**

ДОВЕРИЕ



ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЕ ПОЗИЦИИ ПАРТИИ

В МОБИЛИЗАЦИОННОЙ БАЗЕ ПАРТИИ

ПРИ ЯВКЕ 80%

ПРИ ЯВКЕ 55%

193800 сторонников

155040 чел.

106590 чел.

34 местных отделения

(при условии проведение выборов
в ближайшее воскресенье)

(при условии проведение выборов
в ближайшее воскресенье)

1152 первичных отделений

360000 плановые значения

288000 чел.

198000 чел.

на декабрь 2023 г. валидных
учетных записей

ЛИНИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

**ДОМИНАНТА
ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ
КАМПАНИИ –**

**ВМЕСТЕ
С СИЛЬНЫМ
ПРЕЗИДЕНТОМ**

Кужмо Азьмуртэн ёош!

Было – стало – будет



ЛИНИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

СДЕЛАНО, ДЕЛАЕТСЯ, БУДЕТ СДЕЛАНО:

- ✓ Ключевые события, цифры за 20 лет с учетом декомпозиции на регион
- ✓ Изменения с 2018 года с декомпозицией на районы региона

СИЛЬНЫЙ ПРЕЗИДЕНТ ВСЕГДА ТОНКО ЧУВСТВУЕТ, КАК ЖИВУТ ЛЮДИ В СТРАНЕ

БЕЗАЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ПРЕЗИДЕНТ

- ✓ Меры социальной поддержки обеспечиваются благодаря решению Президента

СИЛЬНАЯ И НЕЗАВИСИМАЯ СТРАНА ВМЕСТЕ С СИЛЬНЫМ ПРЕЗИДЕНТОМ

Суверенная страна (Гордость)

- ✓ Укрепление авторитета страны на мировой арене (СВО, победа в локальных войнах)
- ✓ Повышение обороноспособности страны (Удмуртия – оборонный край)
- ✓ ОПК развивается благодаря совместной работе с сильным Президентом

Традиции (Уверенность)

- ✓ Сохранение традиционных ценностей и межконфессионального мира
- ✓ Поддержка семей и создание возможностей для реализации молодежи
- ✓ Нарастивание объема производства агропромышленного комплекса – это следствие совместных усилий, как работников, Главы региона так и Президента страны

Возможности (Надежда)

- ✓ Слабым – забота
- ✓ Сильным – работа
- ✓ Меры социальной поддержки обеспечиваются благодаря решению Президента



ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ В РАМКАХ КАМПАНИИ



1

**КОМИТЕТ СЕМЕЙ
ВОИНОВ
ОТЕЧЕСТВА И
ЗАЩИТНИКИ
ОТЕЧЕСТВА**



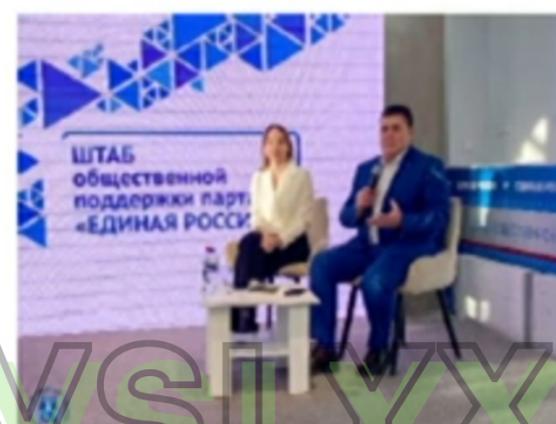
2

**КОНКУРС
ОБЩЕСТВЕННО-
ЗНАЧИМЫХ
ПРОЕКТОВ**



3

**ДОВЕРЕННЫЕ
ЛИЦА
ПРЕЗИДЕНТА**



4

**ШТАБ
ОБЩЕСТВЕННОЙ
ПОДДЕРЖКИ
ПРЕЗИДЕНТА**



5

**ЧАТЫ
СООБЩЕСТВ**

ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

КОМИТЕТ СЕМЕЙ ВОИНОВ ОТЕЧЕСТВА И ЗАЩИТНИКИ ОТЕЧЕСТВА



КОМИТЕТ СЕМЕЙ ВОИНОВ ОТЕЧЕСТВА
ДЕРБИЛОВА
ЕЛЕНА
АНАТОЛЬЕВНА



ЗАЩИТНИКИ ОТЕЧЕСТВА
ШУМИХИН
МАКСИМ
АЛЕКСАНДРОВИЧ

T.ME/MYSLYVSLYX

КАТЕГОРИИ ЦА:

- Военнослужащие, не продлившие контракт после его истечения и вернулись в родной регион.
- Военнослужащие, получившие ограничения в прохождении военной службы ПО состоянию здоровья, связанные с увечьями.
- Демобилизованные.
- Близкие родственники военнослужащих в том числе погибших.
- Врачи, работавшие в зоне СВО.
- Строители, работавшие в зоне СВО. Учителя, работающие в зоне СВО.

ОБЪЕМ:

- >10000 ЧЕЛОВЕК – ОСНОВНАЯ АУДИТОРИЯ
- >30000 ЧЕЛОВЕК – КОСВЕННАЯ АУДИТОРИЯ

СТАРТ:

СТАРТ РАБОТЫ ШТАБОВ КСВО И ЗО – 31.05.2023

ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

ШТАБ ПОДДЕРЖКИ ИЗ ЛИДЕРОВ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ



Черезов
Иван
Юрьевич



Ишматова
Татьяна
Витальевна



Ярыгин
Владимир
Александрович



Туктарева
Ольга
Николаевна



Депутаты
Государственного Совета
Удмуртской Республики



Пупков
Павел
Витальевич



Вершинин
Аркадий
Николаевич



Ряшников
Сергей
Николаевич



Заварзина
Надежда
Анатольевна



Лидеры
интернет-мобилизации

ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

ФОНОВЫЕ И МОБИЛИЗАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ



▶ ПАРТИЙНЫЕ
ПРОЕКТЫ



▶ СОЗДАНИЕ ТОС
В г. ИЖЕВСКЕ



▶ ОБРАЗОВАНИЕ



▶ ЗДРАВООХРАНЕНИЕ



▶ ПРОЕКТ «БЫЛО-
СТАЛО-БУДЕТ»



▶ МОЛОДЕЖКА

«За Самбо»

«Безопасные дороги»

«Выбирай своё»

«Городская среда»

«Детский спорт»

«Единая страна – доступная среда»

«Женское Движение Единой России»

«Жители МКД»

«Защита животного мира»

«Здоровое будущее»

«Зеленая экономика»

«Историческая память»

«Крепкая семья»

«Культура малой Родины»

«Мир возможностей»

«Новая школа»

«Предпринимательство»

«Российское село»

«Старшее поколение»

«Цифровая Россия»

«Чистая страна»

«Школа грамотного потребителя»

«Партийный десант»

ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

ОБРАЗОВАНИЕ

МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ИНТЕГРАЦИИ:

- Августовская педагогическая конференция (август 2023 г.) – охват: 12 тыс. педагогов
- День учителя (октябрь 2023 г.) – охват: 300 педагогов
- Конкурс профессионального мастерства «Профессионалы» (март 2024 г., даты зависят от Минпросвещения РФ) – охват – ориентировочно 250 совершеннолетних детей и наставников
- Конкурс профессионального мастерства «Абилимпикс» (вузовская линейка) (ноябрь 2023 г.) – охват 150 чел.
- Региональный семинар обучение для Советников по воспитанию (август 2023 г.) – 450 советников

КАТЕГОРИИ ЦА:

- Студенты 18+ СПО – 22 247 чел.
- Ориентировочное количество родителей – 350 000 чел.
- Количество педагогов и административно-управленческого персонала – 32 000 чел.

ИНСТРУМЕНТЫ:

- Студенты СВО и школьники: уроки «Разговоры о важном»
- Родители: родительские собрания
- Проф. сообщество: совет директоров, СПО, сообщество учителей и тд.

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ:

- Студенты СПО: около 2 000 чатов (общее количество студентов СПО – 44 495 чел.)
- Школьники: в настоящее время 8 976 классов, следовательно, в каждом классе создан чат для общения, таким образом ориентировочно 8 976 чатов.
- Для образования: дополнительно указать количество зарегистрированных пользователей в сферум - **17 522** педагогов на текущий момент, к сентябрю этого года - ориентировочно **30 000** чел.

ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

МОЛОДЕЖКА

МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ИНТЕГРАЦИИ:

1. 5 молодежных центров (Ижевск, Воткинск, Глазов, Можга, Сарапул)
2. Большие проекты: Студенческая весна, День молодежи.
Формат – таргетированные посты от ЛОМов в соцсетях.

КАТЕГОРИИ ЦА:

1. Работающая и сельская молодежь (18-35 лет) – 245 тыс. чел.;
2. Школьники (14-18 лет) – 50 тыс. чел.;
3. Студенты вузов (17-25 лет) – 30 тыс. чел.;
4. Сотрудники сферы молодежной политики – 500 чел

СОЦИОЛОГИЯ:

Большой заказной опрос «Уровень счастья молодежи Удмуртии». (5-6 тысяч человек), использование в качестве инструмента опроса приложения «Молодежь Удмуртии», мини-опросы на мероприятиях.

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ:

группы в социальных сетях (22 953 аудитория)



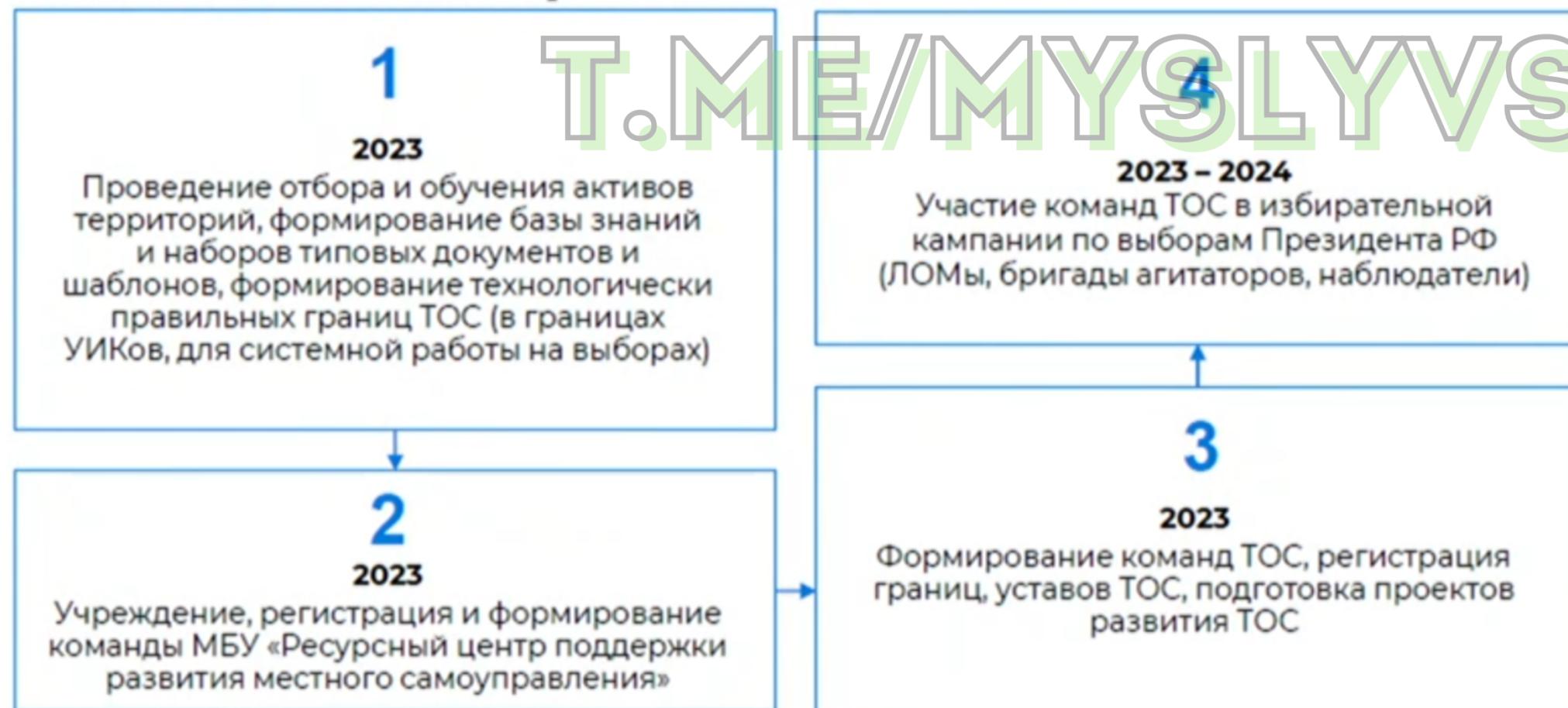
ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

РАЗВИТИЕ ТОС В ИЖЕВСКЕ

ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЙ РАСЧЕТ РАВЕН 20000

создать в городе Ижевске к концу 2023 года систему представителей органов территориального общественного самоуправления, подконтрольную власти, интегрированную с «Единой Россией», готовую выполнять мобилизационные и агитационные задачи на выборах разного уровня

АЛГОРИТМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА



ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

КОНЦЕПЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ

ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ - 2024

ПРЕЗИДЕНТ - ГЛАВА - ЛЮДИ

ЗАДАЧИ

- › Создание позитивного информационного поля
- › Поддержка медиаобраза Президента
- › Формирование лояльного электората
- › Во всех коммуникационных каналах, демонстрировать деятельность Президента
- › Повышение уровня доверия, вовлеченности

КЛЮЧЕВЫЕ ЗАДАЧИ СМИ

- › Повышение медиаиндекса новостей в связке позитивные изменения в жизни людей и Президент
- › Создание устойчивых паттернов в разрезе наказы жителей - это реализация Народной программы при поддержке Президента

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

генеральная линия, направленная на решение наиболее общих и приоритетных вопросов. Сейчас обновляются данные и проводится анализ основных СМИ и их рейтинга, составляется медиакарта (пресс-карта), разрабатываются основные механизмы взаимодействия.

ОПЕРАТИВНОЕ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

с ежедневной сверкой и корректировкой тактического планирования будет необходимо с учетом возникающих обстоятельств и в связи с тем, что график работы со СМИ очень подвижен. Поэтому может возникать необходимость в мобильном реагировании на те или иные события, происходящие в ходе избирательного процесса.

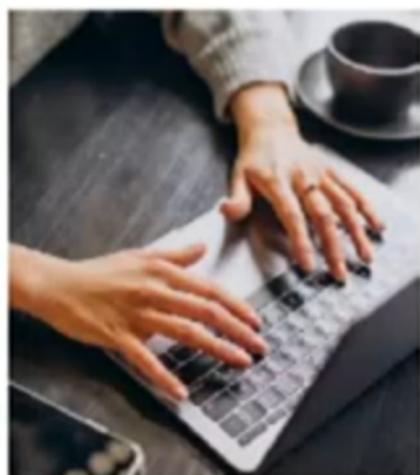
ТАКТИЧЕСКОЕ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

будет решать более конкретные задачи и включать в себя разработку плана-графика взаимодействия со средствами массовой информации с разбивкой по месяцам и неделям, определение основных событий, информационных поводов, материалов для обязательной публикации, необходимых выступлений и обращений с учетом периода выхода основных печатных изданий и сеток вещания электронных СМИ.

ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

КАНАЛЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

СМИ И ИНТЕРНЕТ



- › Размещение материалов на общерегиональных информационных сайтах + их соцсети
- › Размещение материалов на информационных сайтах малых городов + их соцсети
- › Размещение материалов в общерегиональных печатных СМИ + сайты + соцсети
- › СММ-продвижение Президента (таргетинг, оплата за размещение постов в группах, создание сети ботов)

ГУП УР «ТРК «УДМУРТИЯ»:

Развлекательная программа на удмуртском языке «Бур чукнаен!» (С добрым утром!) на канале «Удмуртия» на русском языке. Интеллектуальная игра на удмуртском языке «Удмурт шудон». Национальная программа на татарском языке «Безнынвакыт». Политическая программа на русском языке «О главном». Реалити-шоу на русском языке «#С-добром». Телемарафон «#С-добром». Детская программа на удмуртском языке «Пичи шоу». Поддержка союза журналистов (проведение конкурса на первую полосу республиканских и районных газет). Увеличение прочих расходов автономных учреждений (полиграфия, коммунальные услуги, связь) до объемов бюджетной заявки.

Производство и выпуск в эфир дополнительных сюжетов в новостные программы, ГТРК «Удмуртия». Размещение в коммерчески СМИ и объектах наружной рекламы информации о деятельности органов госвласти.

ПРОЕКТЫ МЕДИАГРУППА «ЦЕНТР»:

Новостная повестка по плану работы Главы и Правительства (IZHLIFE, газета «Ясно»)

КЛЮЧЕВОЙ ПРОЕКТ:

Удмуртия: 20 лет развития!

ПРОЕКТЫ КОМОС МЕДИА:

Сайт «Сусанин»: Публикация новостей и лонгридов. Наружная реклама: апрель-сентябрь, размещение: Ижевск, Сарапул, Глазов, Воткинск, Завьяловский район. Ижевское маршрутное ТВ: транспорт Ижевска. Транспорт Сарапула, МФЦ, медучреждения. Газета «Успех-каждому». «Выбери радио»: информационные передачи на станциях «Европа Плюс», Радио Дача, Авторадио, Ретро ФМ. Прочие («Деловой квадрат», «Деловая репутация», АИФ, резерв)

ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

ИНТЕРНЕТ-КАМПАНИЯ



ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ:

1. Госпаблики (1846 шт)
2. Комментарийка
3. Неофициальные паблики (17 шт)
4. ЛОМы (онлайн и офлайн) (73 шт)
5. Таргетированная и тизерная реклама
6. СМИ
7. Креативные форматы
8. Чаты в мессенджерах

СОЗДАНИЕ КОНТЕНТ-ЦЕНТРА

штат. мин. 9 чел

результат: 25 видеороликов,
60 текстов, 60 видео

АНАЛИТИКА:

СОЦИОЛОГИЯ: оперативная онлайн-социология, свод всех данных по социологии и прогнозирование, фокус-группы

МЕДИАНАЛИТИКА: мониторинг СМИ и соцсетей, мониторинг и прогнозирование информационных рисков, контроль дашборда губернатора

ИНЦИДЕНТЫ И ОГ: оперативный анализ обращений граждан, прогнозирование рисков на основе динамики обращений

ДАШБОРД РИСКОВ: разработка внутреннего дашборда по рискам

ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

СПАЛЬНЫЕ РАЙОНЫ - ЧАТЫ

ВЫЗОВЫ

Отсутствие доступных средств автоматизированного мониторинга, усложненный мониторинг

Активная работа оппозиционных сил в сегменте глубинного интернета – сетки протестных чатов для разных групп, систематические посевы контента

Неконтролируемое, хаотичное распространение информации

Отсутствие методик и инструментов для оценки охватов, вовлеченности и других метрик информационных кампаний

ЦЕЛИ

база избирателей 50 тыс.
+ (1057 чатов не менее 50 чел, 2114 резидентов)

мотивированная мобилизация жителей на уик

мониторинг «настроения», проблемных точек
агитационно-информационная работа (заход, присутствие и «мягкая» агитация)

ИСТОЧНИКИ

Сторонники, члены Партии

Секретари местных и первичных отделений Партии

Депутаты, ЛОМы, активисты

Управляющие компании

Старшие по домам

Общественные организации

Учреждения образования и дополнительного образования

ОМСУ (Администрации, территориальные отделы)

ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

ЧАТЫ

1

**Мониторинг реализации
Народной программы
партией**
Партия заходит в чаты и
создает новые

Чат – часть электронной приемной
Партии, функционирующей
постоянно

2

Минстрой России реализует
проект по подключению
Управляющих организаций
к системам обратной связи:
инцидент-менеджмент АНО
«Диалог» и АИС «Домовые
чаты».

Чат – инструмент коммуникации
УК в МКД с жителями

3

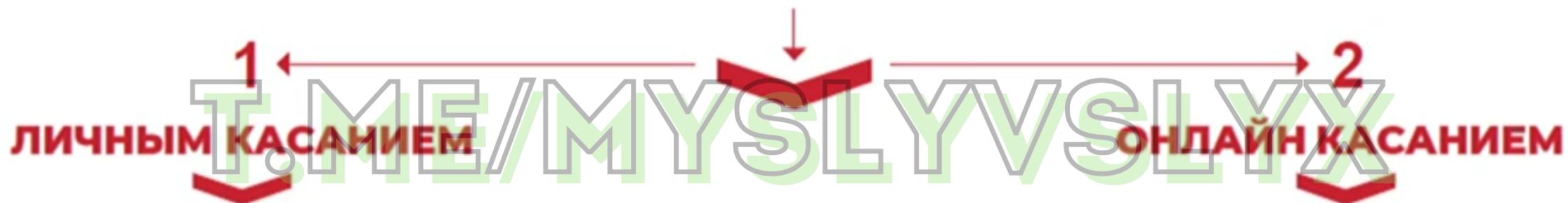
Создание нормативной базы
для обязательного,
повсеместного и легального
взаимодействия с
населением через чаты

Легендирование официального
присутствия в чатах, снижение
негатива

МОБИЛИЗАЦИОННАЯ РАБОТА

ИНСТРУМЕНТАРИЙ И СИСТЕМА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ СО СТОРОННИКАМИ ИС МОБИЛИЗАЦИЯ

РАБОТА СО СТОРОННИКАМИ ПАРТИИ ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ ПОСРЕДСТВОМ ИС МОБИЛИЗАЦИЯ И ВЫСТРОЕНА В ДВУХ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ



- Секретарями первичных отделений Партии (ответственных) сторонников на соответствующей территории через традиционные методы:
 - Обзвоны, обходы, приглашение принять участие в мероприятиях и проектах Партии
 - Анкетирование сбор подписей за реализацию проектов Партии.
- Непосредственное участие сторонников Партии в мероприятиях на площадках штаба общественной поддержки и в реализации проектов ПО, а так же Партийных клубов при ПО.

- отправку СМС уведомлений:
 - поздравление с праздниками, Приглашение на ЕДГ;
 - Информирование о реализации Проектов в рамках участия в конкурсе лучший мобилизационный проект первичного отделения Партии;
 - Приглашение принять участие в онлайн-голосованиях Партии;
- Рассылка поздравительных открыток от Партии со знаменательными датами и ДР
- Чаты Секретарей ПО со сторонниками из ИС Мобилизация

МОБИЛИЗАЦИОННАЯ РАБОТА

МОБИЛИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

Источники мобилизации	Явка - 55%	Явка - 80%
	640 489	931 620
Партийная мобилизация (КПЭ – 360 000)	198 000	288 000
Местные и первичные отделения Партии (1+1)	70 000	85 000
Конкурс общественно-значимых проектов местных и первичных отделений Партии «Единая Россия»	8 000	10 000
Конкурс проектов местных отделений	14 000	20 000
Партийные проекты (23 ФПП)	28 000	30 000
Работа депутатов (+агитсетка)	28 000	35 000
Работа Штаба общественной поддержки	6 000	9 000
Жители МКД, спальные районы	5 000	8 000
Оцифровка баз сторонников (ведомственные базы, включая отраслевую мобилизацию) (1+3)	25 000	75 000
МГЕР, сторонники, СВО, мобилизация и иные категории	14 000	16 000
ТОСы	20 000	25 000
Отраслевая мобилизация(1+3, 1+1)	57 000	69 000
Промышленная мобилизация (1+1, 1+2)	105 000	220 000
Молодежная мобилизация	20 000	25 000
Патриотические проекты (КСВО+ЗО), НКО	27 000	45 000
Мобилизация ветеранов (1+2)	20 000	25 000
МСП (1+2)	40 000	75 000
Агитационные и мобилизационные сети других партий	50 000	50 000
Родственники СВО	20 000	20 000
Органическая явка	85 000	90 000
	642 000	932 000

ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЙ РАСЧЕТ

1 164 526

**КОЛИЧЕСТВО
ИЗБИРАТЕЛЕЙ**

МОБИЛИЗАЦИОННАЯ РАБОТА

ОТРАСЛЕВАЯ МОБИЛИЗАЦИЯ

МОБИЛИЗАЦИОННЫЙ КОНТУР



48000 ЛОЯЛИСТОВ

80% от общей численности сотрудников ИОГВ

Общее количество **мобилизаторов** (агитаторов) составляет **350** человек (в среднем на 1:137)

КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ:

в межвыборный период больше внимания уделять работе с сотрудниками органов власти и подведомственными организациями по информированию о тенденциях общественно-политической жизни в республике и стране

МОБИЛИЗАЦИОННАЯ РАБОТА

ПРОМЫШЛЕННАЯ МОБИЛИЗАЦИЯ МОБИЛИЗАЦИОННЫЙ КОНТУР

46000 ЛОЯЛИСТОВ

65% от общей численности сотрудников предприятий

Общее количество **мобилизаторов** (агитаторов) составляет **1133** человек

(в среднем на 1:40)

T.ME/MYSLYVSLYX

КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ

- › Выстроить открытую систему взаимодействия и контроля на АО "Чепецкий механический завод" и АО "Воткинский завод"
- › Выстроить прямую доверительную горизонтальную связь Предприятия+Партия «Единая Россия» (привлекать в проекты Партии, мероприятия, Конференции и т.д. через ответственных за мобилизацию и руководством)
- › Максимально привлекать сотрудников предприятия к мероприятиям республиканского значения (в том числе используя площадку ШОП, например «Дни промышленных предприятий» с мастер-классами, экспертными площадками, презентацией проектов и т.д.)

МОБИЛИЗАЦИОННАЯ РАБОТА

ПРОМЫШЛЕННАЯ МОБИЛИЗАЦИЯ

крупные предприятия ОПК

АО «Ижевский мотозавод «Аксион-Холдинг»	АО «Ижевский электромеханический завод «Купол»	АО «Ижевский радиозавод»	ГК «Калашников»
АО «Ижевский механический завод»	ОАО «Ижнефтемаш»	АО «Сарапульский электрогенераторный завод»	ПАО «Ижсталь»
АО «Сарапульский радиозавод»	АО «Конструкторское бюро электроизделий XXI века»	АО «Чепецкий механический завод»	АО «Воткинский завод»
ООО «Комос Групп»	Производственная группа «Удмуртская хлебная компания»	ООО «Удмуртспиртпром»	Удмуртпотребсоюз

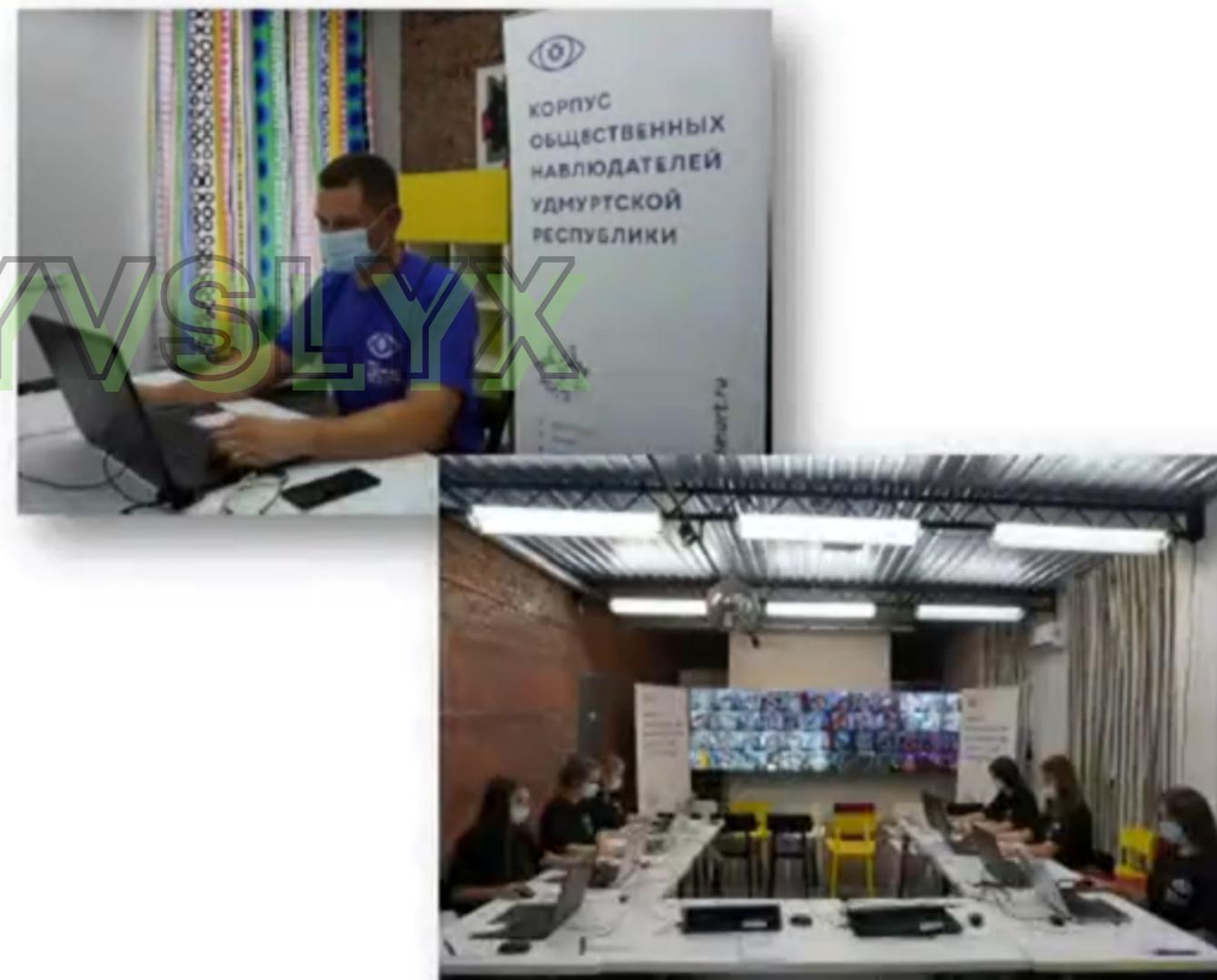
крупные сельскохозяйственные комплексы

ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

ЛЕГИТИМНОСТЬ

Корпус наблюдателей: **4500 человек**

- Обеспечение работы наблюдателей, в том числе независимых. Планируется подготовить более 4500 наблюдателей для работы на избирательных участках в ЕДГ в ходе масштабной публичной кампании по обучению;
- Обеспечение экспертной комментарийной поддержки, планируется отобрать пул ЛОМов, для трансляции их на всех возможных площадках;
- Нативное продвижение темы легитимность через СМИ и социальные сети;
- Организация работы ситуационного центра штаба корпуса общественных наблюдателей, разработка плана мероприятий штаба, информационное сопровождение мероприятий;
- Обеспечение работы горячей линии, видеонаблюдения за ходом голосования, мобильных групп корпуса общественных наблюдателей УР



ТАКТИКА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

КОНТРОЛЬ ЯВКИ



ТРАДИЦИОННАЯ
60% - 216 600 чел.



ЭЛЕКТРОННАЯ
40% - 144 000 чел.

T.ME/MYSLYVSLYX

Механика:

Учет мобилизационных списков
в ИС «Мобилизация» силами секретарей ПО

Контроль через секретарей ПО

Обзвон как индивидуальная мобилизация
избирателей (силами МО, ЛОМов, депутатского
корпуса)

Ведение исполнительными секретарями МО и
Секретарями МО контроля явки через
ответственных на УИКах

Работа call-центров

Механика:

Мобильное приложение «ЕДИНАЯ РОССИЯ»
(контроль посещения УИК по геолокации)

Контроль через СМС с активной ссылкой
(контроль посещения УИК по геолокации)

Технические возможности по перекрестному
анализу явки традиционными и
электронными методами

КОНТР-КАМПАНИЯ

ПОЛЕВАЯ РАБОТА

ОФЛАЙН-МЕРОПРИЯТИЯ

1. **МОБИЛЬНЫЕ ГРУППЫ:**

- 1) Контротработка представителей противодействующих и оппозиционных сил: - сопровождение встреч оппонентов с электоратом; - озвучивание неудобных вопросов; - фиксирование кандидатов на камеру
- 2) Точечная зачистка оппозиционных АПМ и распространение собственных (спецзадачи)
- 3) Контротработка оппозиционных провокаторов на встречах представителей В.В. Путина с избирателями
- 4) Съёмка и монтаж полезного контента
- 5) Отработка возникающих акций протеста (пикеты, митинги)

2. **ПРОЕКТ ЗАЧИСТКА**

- 1) Фиксация агитационно-пропагандистского материала (АПМ);
- 2) Оперативная зачистка оппозиционного АПМ

1. **ВЫПУСК АПМ**

Очернение представителей оппозиционных сил. оттягивание на себя голосов и расположения протестнонастроенного электората.

ОНЛАЙН-МЕРОПРИЯТИЯ

1. **ПРОЕКТ SMM**

Формирование общественного мнения путем:
Создания и распространение контр-контента;
Подготовка и распространение мемов, фейков, лонгридов, роликов-расследований и т.д.;
Комментарии на социально значимых ресурсах.

2. **ЭКСПЕРТНАЯ ПЛОЩАДКА**

Формирование общественного мнения путем распространения комментариев от ЛОМов с необходимыми тезисами

3. **ОТРАБОТКА РИСКОВ**

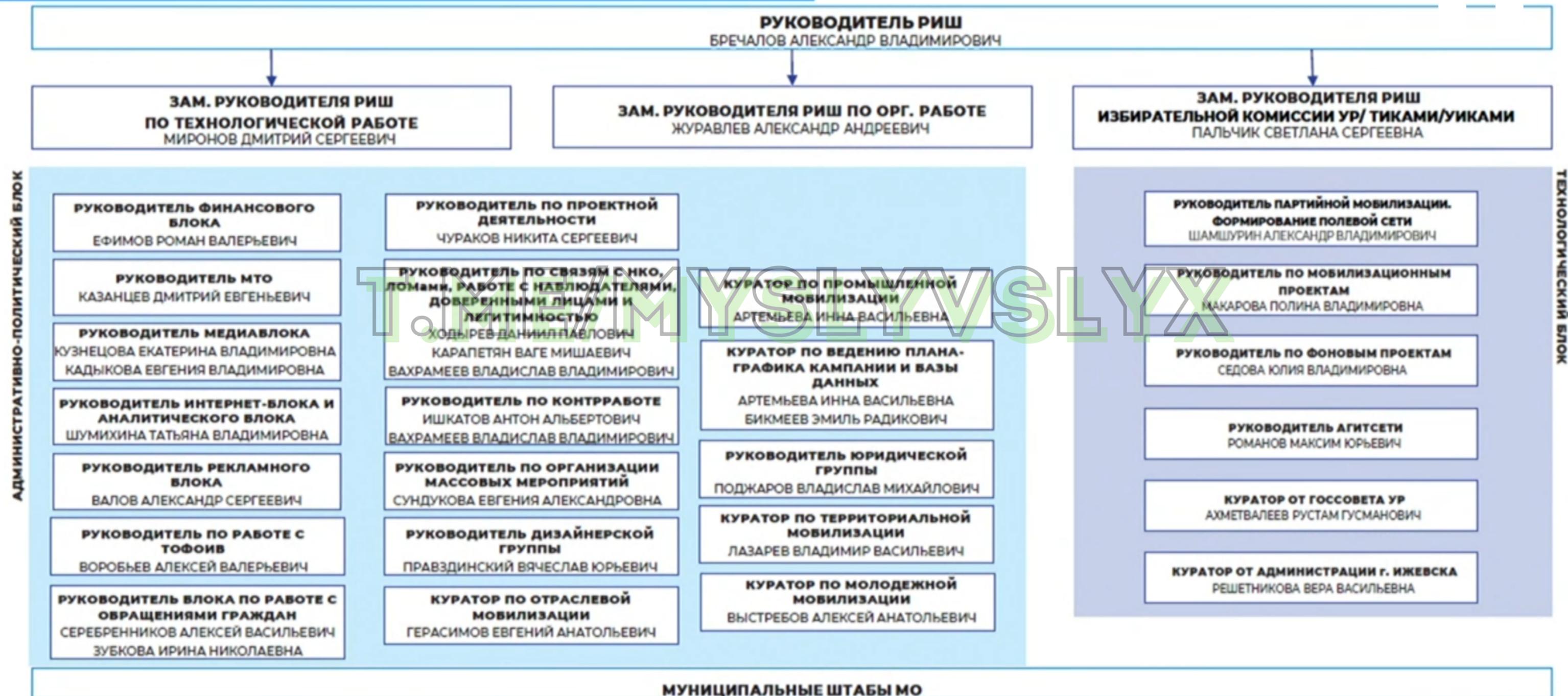
обработка приходящих в системе "Призма" рисков, связанных с ведением избирательной кампании в течении получаса с момента появления. Необходимо дать справку о риске, а также отработать его в информационном пространстве. Основные тематики жалоб – видеонаблюдение, опломбировка урн, аккредитация СМИ и журналистов

ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ



Результаты социологического опроса, проведенного Центром управления регионом УР, от 05 декабря 2022 года, опрошено 622 жителя Удмуртии

РАБОТА ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ШТАБА



РАСЧЕТ ПЛАНОВЫХ ЗНАЧЕНИЙ ЯВКИ И РЕЗУЛЬТАТА

Расчет плановых значений явки и результата голосования на президентских выборах в 2024 году

№	МО	Кол-во изб. (01.01.2023)	Президент-2018						ГосДума-2021						ПЛАН-2024			
			Явка			Путин			Явка			ЕР			Явка*		Путин	
			абс.	%	место	абс.	%	место	абс.	%	место	абс.	%	место	абс.	%	абс.	%
1	Индустриальный	90 782	55 922	60,23%	4	41 749	74,66%	3	37664	40,71	2	12 207	32,4%	1	47 900	53	40 742	85
2	Ленинский	93 296	55 062	57,07%	5	41 512	75,39%	2	44142	42,09	1	13 207	30,1%	2	48 156	52	41 333	80
4	Первомайский	94 167	59 393	60,41%	3	44 073	74,22%	5	38758	40,23	3	11 610	30,0%	3	49 756	53	41 151	83
3	Октябрьский	104 402	64 051	62,34%	1	48 211	74,23%	4	33309	30,67	5	9 903	29,8%	4	56 466	54	46 287	82
5	Устиновский	105 463	64 676	61,30%	2	48 952	75,69%	1	41609	39,88	4	11 954	29,8%	5	56 726	54	47 971	80
	г.Ижевск	488 116	300 804	60,44%		224 497	74,84%		198592	40,60		89031	30,2%		289004	83	217 484	84
6	г.Воткинск	89 276	46 062	52,64%	1	37 072	80,52%	1	30609	40,92	2	9 649	31,5%	3	38 459	56	32 600	80
7	г.Глазов	65 474	43 717	62,44%	2	31 027	70,99%	3	32259	46,05	1	10 117	31,4%	4	36 879	56	30 645	83
8	г.Можга	34 915	21 927	61,00%	3	15 295	69,75%	4	31048	43,9	4	9 776	31,5%	2	18 638	53	15 369	82
9	г.Сарapul	70 150	44 813	60,23%	4	33 569	74,91%	2	15932	45,34	3	5 030	31,5%	1	38 091	54	32 029	84
	Итого по городам	239 815	158 509	62,14%		116 962	74,74%		109890	45,60		34872	34,5%		132067	55	116 841	84
10	Адынский	15 739	12 408	77,14%	2	9 740	78,50%	13	10778	69,13	3	5 105	47,4%	6	10 517	67	9 277	88
11	Балезинский	24 845	17 294	65,45%	17	13 624	78,78%	11	14140	54,65	18	5 271	37,2%	23	14 709	59	12 679	86
12	Вавожский	12 367	8 192	63,89%	21	6 626	80,38%	3	6699	57,36	16	3 307	48,5%	4	6 563	56	6 236	90
13	Воткинский	18 646	13 050	70,66%	10	10 323	79,11%	8	9987	54,47	22	4 100	41,1%	15	11 993	59	9 503	80
14	Глазовский	13 998	10 179	69,86%	11	7 830	78,92%	20	8677	62,09	9	3 618	41,7%	13	8 552	62	7 470	86
15	Граховский	7 236	5 497	72,54%	4	4 106	70,18%	22	5005	69,30	2	2 455	49,1%	3	4 672	65	3 993	85
16	Дебесский	9 720	7 200	72,85%	3	5 508	77,13%	18	6542	67,74	4	2 992	45,7%	7	6 125	63	5 302	87
17	Завьяловский	71 274	36 049	50,53%	29	27 741	76,96%	19	30977	46,51	29	10 981	36,5%	24	39 612	43	29 135	80
18	Игринский	29 709	19 563	63,79%	21	15 789	80,59%	5	16164	54,52	21	6 593	40,7%	16	16 654	56	14 667	80
19	Камбарский	13 818	8 840	61,73%	24	6 138	60,43%	25	7246	52,38	24	2 484	34,4%	25	7 514	54	6 102	81
20	Каракулинский	9 125	6 468	67,44%	13	4 891	75,62%	23	5458	60,21	11	2 163	39,6%	19	5 498	60	4 756	86
21	Кезский	17 232	11 514	64,43%	19	8 959	77,81%	16	9812	57,32	17	4 159	42,4%	12	9 767	57	8 547	87
22	Килдурский	15 367	11 906	71,00%	9	9 221	77,45%	17	9408	61,41	10	4 039	42,8%	10	10 120	66	8 797	87
23	Килосовский	8 089	5 944	72,51%	5	4 696	79,02%	9	4787	58,79	13	1 984	41,5%	14	5 062	62	4 373	87
24	Красногорский	7 730	5 630	68,67%	12	4 289	76,18%	21	4925	63,47	7	1 991	40,4%	18	4 786	62	4 092	85
25	Малопургинский	24 416	17 918	71,90%	6	14 428	80,52%	6	15383	63,32	8	6 802	44,2%	8	18 230	62	13 417	88
26	Можгинский	19 370	14 301	71,19%	8	11 217	78,44%	14	11581	59,35	12	5 025	43,4%	9	12 156	63	10 447	86
27	Сарapulский	18 209	12 292	66,13%	15	9 911	80,64%	4	9748	54,22	23	3 955	40,7%	17	10 448	57	9 036	80
28	Селтинский	9 198	6 347	67,06%	14	5 095	79,50%	7	6200	71,28	1	3 293	51,7%	1	5 395	59	4 792	89
29	Сюмсинский	10 071	6 524	62,20%	23	4 821	73,90%	24	5713	56,30	19	2 156	37,7%	22	5 545	56	4 599	83
30	Увинский	28 960	19 540	65,58%	16	15 657	78,92%	10	16368	56,17	20	6 953	42,6%	11	16 854	58	14 616	87
31	Шарканский	15 620	11 393	71,35%	7	9 471	83,79%	1	10121	66,04	6	4 890	48,3%	5	9 608	62	8 647	90
32	Ювамонский	7 464	5 151	77,91%	1	5 074	82,49%	2	5006	66,49	5	2 538	60,7%	2	5 228	70	4 726	90
33	Ях-Бодьинский	16 962	11 361	65,16%	18	8 932	78,63%	12	9728	57,64	16	3 817	39,3%	20	9 667	57	8 327	86
34	Ярский	11 466	7 626	62,92%	22	5 977	78,39%	15	6787	58,59	14	2 607	38,4%	21	6 482	56	5 500	85
	Итого по районам	436 601	293 433	67,13%		226 164	78,44%		247056	57,54		193224	41,8%		249418	57	216 091	87
	ИТОГО по УР	1164 626	749 946	63,27%		571 623	76,23%		64328	47,65		196627	35,63%		640489	55	544 416	85

55%

ОБЩАЯ ЯВКА
640 489 ЧЕЛОВЕК

85%

ГОЛОСОВ ЗА
ПРЕЗИДЕНТА РФ
544 416 ГОЛОСА

РАСЧЕТ ПЛАНОВЫХ ЗНАЧЕНИЙ ЯВКИ И РЕЗУЛЬТАТА

Расчет плановых значений явки и результата голосования на президентских выборах в 2024 году

№	МО	Кол-во изб. (01.01.2023)	Президент-2018						Госдума-2021						ПЛАН-2024			
			Явля			Путин			Явля			ЕР			Явля		Путин	
			абс.	%	место	абс.	%	место	абс.	%	место	абс.	%	место	абс.	%	абс.	%
1	Индустриальный	90 782	65 922	80,23%	4	41 740	74,66%	3	37664	40,71	2	12 207	32,4%	1	69 106	76	84	
2	Ленинский	93 296	93 062	97,07%	5	41 512	75,30%	2	44142	42,09	1	13 287	30,1%	2	69 520	75	85	
4	Первомайский	94 167	60 303	64,11%	3	44 073	74,22%	5	38758	40,23	3	11 610	30,0%	3	71 760	76	83	
3	Октябрьский	104 402	64 951	62,34%	1	48 211	74,23%	4	33399	35,67	5	9 963	29,8%	4	80 850	77	83	
5	Устиновский	105 463	64 676	61,30%	2	48 952	75,66%	1	41609	39,88	4	11 964	28,8%	5	81 300	77	85	
	г.Ижевск	488 118	300 004	61,44%		224 497	74,84%		195592	40,08		59031	30,2%		372576	76	84	
6	г.Воткинск	69 276	46 052	66,44%	1	37 072	80,52%	1	30659	45,92	2	9 649	31,5%	3	55 275	80	87	
7	г.Глазов	65 474	43 717	66,64%	2	31 027	76,90%	3	32259	40,05	1	10 117	31,4%	4	53 673	82	85	
8	г.Мокша	34 915	21 927	62,80%	3	15 295	69,75%	4	31048	43,9	4	9 776	31,5%	2	27 580	79	83	
9	г.Сарapul	70 150	44 813	63,89%	4	33 568	74,91%	2	15932	45,34	3	5 030	31,6%	1	50 326	79	85	
	Итого по городам	238 819	166 099	69,54%		116 962	74,74%		109096	45,98		34572	34,8%		191854	80	85	
10	Алнашский	15 738	12 408	78,84%	2	9 740	78,50%	13	10775	68,43	3	5 105	47,6%	6	13 950	89	89	
11	Белевский	24 845	17 294	69,64%	17	13 624	78,7%	11	14140	66,5%	18	5 271	37,3%	23	21 351	86	86	
12	Вавожский	12 367	8 192	66,31%	20	6 626	66,6%	3	6920	67,38	16	3 307	48,1%	10	10 114	82	87	
13	Воткинский	18 646	13 050	70,00%	10	10 323	77,1%	6	10067	54,47	24	4 100	41,1%	15	11 111	86	86	
14	Глазовский	13 958	10 179	72,96%	11	7 630	76,92%	20	6077	62,29	9	3 618	41,7%	13	7 420	89	87	
15	Грaковcкий	7 235	5 497	75,99%	4	4 186	76,10%	22	6005	69,36	2	2 455	49,1%	3	6 450	89	90	
16	Дебeсский	9 720	7 206	74,14%	3	5 558	77,13%	18	6542	67,4	4	2 992	45,7%	7	8 652	89	89	
17	Завьяловский	71 274	36 049	50,58%	25	27 741	76,96%	19	30577	46,51	26	10 981	36,5%	24	64 300	76	80	
18	Ижринский	29 709	19 593	65,94%	21	15 789	80,56%	5	16184	54,52	21	6 593	40,7%	16	24 189	81	88	
19	Камбарский	13 818	8 840	63,98%	24	6 138	69,43%	25	7246	52,38	24	2 484	34,4%	25	11 020	80	80	
20	Каракуленский	9 125	6 408	69,91%	13	4 891	75,62%	23	5458	60,21	11	2 163	39,6%	19	7 905	86	87	
21	Козьмодемьянский	17 232	11 514	66,81%	19	8 959	77,81%	16	9812	57,32	17	4 136	42,4%	12	14 215	82	88	
22	Кизнерский	15 367	11 906	77,50%	9	9 221	77,45%	17	9466	61,41	10	4 036	42,6%	10	13 700	89	90	
23	Килемарский	8 089	5 944	73,49%	5	4 696	79,02%	9	4787	58,79	13	1 984	41,5%	14	7 200	89	88	
24	Красногорский	7 730	5 630	72,83%	12	4 289	76,18%	21	4925	63,47	7	1 991	40,4%	18	6 900	89	86	
25	Малопургинский	24 416	17 918	73,40%	6	14 428	80,52%	6	15383	63,32	8	6 802	44,2%	8	21 850	89	89	
26	Мокшанский	19 370	14 301	73,88%	8	11 217	78,44%	14	11581	60,35	12	5 026	43,4%	9	17 200	89	88	
27	Сарapulский	18 209	12 292	67,50%	15	9 911	80,64%	4	9748	64,22	23	3 965	40,7%	17	15 176	83	87	
28	Селтинский	9 108	6 347	69,79%	14	5 065	79,80%	7	6200	71,28	1	3 203	51,7%	1	7 836	86	87	
29	Сюмсинский	10 071	6 524	64,80%	23	4 821	73,90%	24	5713	56,36	19	2 196	37,7%	22	8 054	80	83	
30	Увинский	28 980	19 840	68,46%	16	15 057	78,92%	10	16358	56,17	20	6 985	42,6%	11	24 494	85	87	
31	Шаранский	15 620	11 303	72,36%	7	9 471	83,75%	1	10121	66,04	6	4 890	48,3%	5	13 850	89	89	
32	Юкамский	7 484	6 151	82,20%	1	5 074	82,40%	2	5000	60,49	5	2 536	50,7%	2	6 050	89	90	
33	Як-Бодынский	16 962	11 361	66,98%	18	8 932	78,63%	12	9728	57,64	15	3 817	39,3%	20	14 026	83	86	
34	Ярский	11 486	7 626	66,50%	22	5 977	78,36%	15	6767	58,99	14	2 607	38,4%	21	9 415	82	85	
	Итого по районам	436 601	293 433	67,23%		230 164	78,44%		247026	57,54		103224	41,8%		367190	84	86	
	ИТОГО по УР	1164 826	749 946	64,40%		671 623	76,23%		64328	47,65		199627	35,63%		831619	80	85	

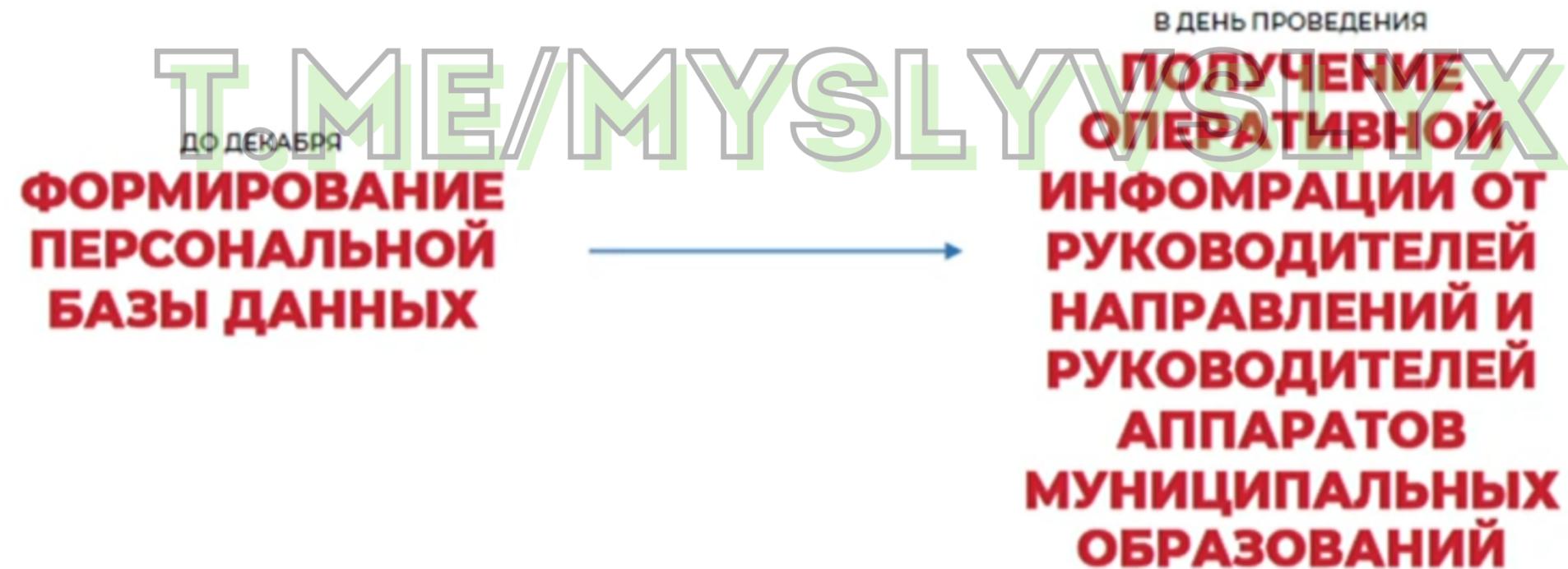
80%

ОБЩАЯ ЯВКА
931 619 ЧЕЛОВЕК

85%

ГОЛОСОВ ЗА
ПРЕЗИДЕНТА РФ
791 877 ГОЛОСА

КОНТРОЛЬ ЯВКИ И РЕЗУЛЬТАТА



СОБЫТИЙНАЯ ФОНОВАЯ ПОВЕСТКА

59

**РЕГИОНАЛЬНЫХ
МЕРОПРИЯТИЯ
В ТЕЧЕНИЕ ГОДА**

ИНТЕГРАЦИЯ ОСНОВНОЙ
ДОМИНАНТЫ ИЛИНИИ
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ
В СТРУКТУРУ ПРОВЕДЕНИЯ
МЕРОПРИЯТИЙ

КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ ЭТАП 1

ДО 5.06



Создание чатов
по направлениям

График встреч

ДО 20.06



Проведение
организационно-
установочных
мероприятий

ДО 30.06



Сформировать базу данных по сотрудникам

определить ответственных за агитационно-
мобилизационные мероприятия

подготовить план-график агитационно-
мобилизационных мероприятий (включая
профессиональные праздники)

составить онлайн-инфраструктуру по
направлению (присутствие в чатах, наличие
групп в социальных сетях и их охват)

КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ ЭТАП 2 и 3

ДО 20.08



Работа с мобилизационной базой -
маркировка списков, окрашивание
лоялистов, формирование списка
демобилизации

ЭТАП 2

Начиная с 1.09



Проведение агитационно-
мобилизационных мероприятий
совместно с республиканским
штабом

ЭТАП 3

*СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!*

T.ME/MYSLYV\$LYX
