



ГЛАВНОЕ - СЕМЬЯ

— проект Ирины Дубцовой

Приурочен к празднованию Года Семьи в России и реализуется при поддержке Президентского фонда культурных инициатив.

Концепция

«Главное -семья» — это **мультимедийная платформа**, где семьи смогут делиться фото- и видеоисториями значимых событий 2024 года: предложение, свадьба, юбилей свадьбы, рождение или усыновление детей. Особое внимание – молодым и многодетным семьям.

28 ноября в Государственном Кремлёвском Дворце состоится концерт, на котором наиболее трогательные и вдохновляющие моменты будут показаны во время выступления популярных артистов.

Авторы будут приглашены и получают поздравления со сцены.

Цель проекта

Сохранение и популяризация семейных ценностей, формирование и транслирование положительного образа традиционной семьи инструментами телевидения и интернета.



Охваты

6.000

гостей в зале

> 50.000.000

совокупный охват ТВ
и интернет-трансляций, медиакампании

89

субъектов РФ участвуют в конкурсе
через мультимедийную платформу

Аудитория концерта

- Жители **Москвы** и ближайшего **Подмосковья**
- Доход **выше среднего** / медианная стоимость билета на одного члена семьи – 6.000₽ /
- **От 30 лет**, семейные, имеющие детей школьного возраста и старше
- Активная часть населения, приверженцы традиционных ценностей, ориентированные на улучшение качества жизни, принимающие участие в социальных инициативах.

Артисты

Ирина Дубцова с сыном - «Люби меня долго-долго» / Лариса Долина с внучкой - «Погода в доме»
Полина Гагарина с сыном и дочерью - «Колыбельная» / Владимир Пресняков-младший и Наталья Подольская
с сыновьями - «Любовь выбрала нас» / Зара - «Мир вашему дому» Олег и Родион Газмановы
Валерия с дочерью - «Мы вместе» / Пелагея с дочерью / Григорий Лепс - «Счастливый» / Надежда Бабкина
Стас Михайлов - «Всё для тебя» / Денис Майданов / Сергей Жуков с семьей
и многие другие.



*состав может меняться
в ходе подготовки.

Преимущества участия для Партнера

Задача	Решение
Прямой контакт с целевой аудиторией	CustDev/исследование аудитории: проведение опросов, анкетирования, семплингов, сбор обратной связи о продукте.
Узнаваемость	Тиражирование фирменного стиля (логотипа, цветов и др.) среди гостей, стимулирование генерации пользовательского контента для увеличения охватов через социальные сети.
Лояльность аудитории	Создание стойких позитивных ассоциаций «бренд = праздник» – «праздник = позитивная эмоция» – «бренд = позитивная эмоция». Людям импонируют бренды, разделяющие их выбор.
Увеличение продаж	Использование продающих механик: раздача промокодов, купонов со спецпредложениями, размещение QR-кодов для увеличения трафика в интернет-магазине/оптимизации карточек товаров на маркетплейсах и др.
GR-стратегия	Мероприятия посещают представители государственной власти, партнеры попадают в поле зрения как организации поддерживающие социальные инициативы.

2024
ГОД СЕМЬИ

К ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ПРЕЗИДЕНТСКОГО ФОНДА
КУЛЬТУРНЫХ ИНИЦИАТИВ

 Государственный
Кремлёвский Дворец



Главное СЕМЬЯ

+7(495)108-46-45

+7 (915) 371-69-69

главноесемья.рф

Москва, Мичуринский проспект бк3, этаж 1
М Ломоносовский проспект