**ОНЛАЙН-ИГРА ВСЕРОССИЙСКОЙ ПЕРЕПИСИ - ЛУЧШАЯ НА КРУПНЕЙШЕМ DIGITAL-КОНКУРСЕ ЕВРОПЫ**

[Интерактивная Игра](https://www.strana2020.ru/game/), посвященная Всероссийской переписи населения, получила первое место в номинации «Лучшая онлайн-игра» крупнейшего в Европе digital-конкурсаTagline Awards. Жюри - признанные мировым сообществом эксперты в области коммуникаций, маркетинга и дизайна - отметило ее в числе более 3 тысяч заявок во всех номинациях. Среди лауреатов - ТАСС, RT, Мегафон, Gett и создатели множества громких онлайн-проектов для лидеров рынка, в том числе Сбера, Ростелекома, X5 Retail Group и госорганов.

Геймплей «лучшей онлайн-игры» построен вокруг поиска предметов в трёх различных локациях. Каждый геймер может «примерить» на себя все ситуации и способы участия в первой цифровой переписи: в жилом многоквартирном доме, который обходят переписчики с планшетами, на портале Госуслуг или на переписном участке. На последнем этапе игрок переносится в Росстат, куда стекается информация со всей страны.

Обнаружить все предметы, а затем и свое имя в списке топ-игроков на сайте переписи может любой желающий. Количество попыток улучшить личный результат и положение в рейтинге не ограничено.

Онлайн-игра поможет существенно расширить аудиторию информационной кампании в поддержку переписи за счет «цифрового» поколения. Геймификация - важнейший коммуникационный тренд. Обращение к онлайн-играм позволяет вовлечь в кампанию “цифровое” поколение, которое не застать на традиционных площадках - на ТВ, радио, в бумажных СМИ. Но вместе с тем игра смоделирована так, что вызывает интерес всех возрастных аудиторий - что принципиально важно для такого охватного проекта как Всероссийская перепись населения.

Современная цифровая модель переписи требует новых подходов в информационной работе. С этой целью Росстат создал Медиаофис Всероссийской переписи населения, который начал работу в 2019 году. Он ведёт масштабную информационно-разъяснительную кампанию, как в традиционных СМИ, так и в digital-среде. Медиаофис активно работает на всех интерактивных площадках: на официальном сайте, во всех популярных социальных сетях и на внешних интернет-ресурсах. Снят целый [сериал](https://www.youtube.com/watch?v=j7ppmaGiAc4&list=PLH_yXizDeUuAHItZ_BFXkZi5CdzG6rrZO) про выбранный всей страной талисман переписи - цыпу Випина, созданы анимационные ролики, записана [серия подкастов](https://vpn2020.aif.ru/) и YouTube-сюжетов, запущен чат-бот и [онлайн-игр](https://www.strana2020.ru/game/)а. Оценка авторитетного международного жюри говорит, что это правильный подход для информирования аудитории с учетом каналов и видов контента, которые ей близки.

Эксперты, наблюдающие за премией Tagline Awards с 2011 года, отмечают существенное повышение качества участвующих в ней digital-проектов: сайтов, мобильных приложений, проектов в области VR и AR, “вирусных” роликов и интерактивных игр.

Эксперты оценивали концепцию проекта, качество исполнения и эффективность для достижения поставленных задач. Очевидно, что для информационной кампании по продвижению Всероссийской переписи населения главная задача - повысить информированность людей о переписи, о ее новых цифровых особенностях и возможностях. Учитывая, что целевая аудитория - вся страна, подключение таких популярных форматов как онлайн-игры, это возможность достучаться до пользователей разного возраста и разного пола, живущих в разных регионах страны. Сегодня их объединила игра, а завтра - перепись, о которой рассказали доступно и интересно.