

**Інформація про виконання програми
за 2019-2021 роки**

- Міська цільова програма розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки затверджено рішенням Київської міської ради від 18.12.2018 № 465/6516
(в редакції рішення Київської міської ради від 07.10.2021 № 2720/2761)
(найменування програми, дата і номер рішення Київської міської ради про її затвердження)
- Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)
(найменування відповідального виконавця програми)

Найменування заходу	Виконавці заходу	Термін виконання (план/факт)	Обсяги фінансування на 2019-2021 роки (тис. грн)				Фактичні обсяги фінансування за 2019-2021 роки (тис. грн)				Інформація про виконання заходу	Причини не виконання
			Усього	у тому числі за джерелами:			Усього	у тому числі за джерелами:				
				державний бюджет	бюджет м. Києва	інші джерела		державний бюджет	бюджет м. Києва	інші джерела		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Завдання: налагодження комунікації «влада-громадськість»												
1.1. Вироблення та поширення інформації про діяльність міської влади, роз'яснення суті міських політик, забезпечення інформаційної підтримки шляхом: розробки концепцій, організації та проведення інформаційно-комунікативних та просвітницьких кампаній; підготовки оригінал-макетів/візуалізацій/інфографік в рамках комунікативних, проектів, організації заходів відповідно до ключових пріоритетів розвитку столиці, визначених у Стратегії міста Києва - 2025, рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях Київського міського голови та виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), планах та програмах, затверджених Київським міським головою, окремих доручень Київського міського голови, заступника міського голови – секретаря Київської міської ради, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації; організації загальноміських конкурсів з відбору комунікаційних проектів, ідей на підтримку визначених пріоритетів міських політик, підтримка на конкурсних засадах суспільно важливих інформаційних проектів на території міста Києва			4535,7		4535,7		3781,4		3781,4			
1.2. Запровадження європейських практик партиципації шляхом підтримки комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»; зміцнення матеріально-технічної бази та проведення ремонту орендованого приміщення, в тому числі облаштування відкритого громадського простору; підвищення рівня відкритості та прозорості міської влади, вироблення та поширення достовірної та об'єктивної інформації на вебсайтах комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації),		97996,4		89344,0	8652,4	91694,0		82133,9	9 560,1		

<p>1.3. Організації та проведення публічних заходів за участю експертів, громадських організацій, інститутів громадського суспільства: круглих столів, публічних звітів, презентацій, брифінгів, пресконференцій, стратегічних сесій, міжвідомчих та міжнародних конференцій, форумів, майстер-класів, тренінгів, стажувань, обміну досвідом, досліджень; тематичних заходів для відповідальних за роз'яснення міських політик Київської міської ради (у т. ч. секстетаріату Київської міської ради), структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), районних в місті Києві державних адміністрацій, інститутів громадського суспільства, профільних громадських об'єднань, засобів масової інформації; розроблення проекту Комунікативної стратегії міста Києва; розроблення проекту Комунікативної стратегії міста Києва.</p>	<p>структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»</p>	<p>2019 –2021 роки</p>	<p>2827,3</p>	<p>2827,3</p>	<p>2719,9</p>	<p>2719,9</p>						
<p>1.4. Моніторинг інформаційного простору (засобів масової інформації, Інтернет - ресурсів та соціальних мереж) та проведення соціологічних, аналітичних досліджень та опитувань;</p>			<p>633,4</p>	<p>633,4</p>	<p>513,1</p>	<p>513,1</p>						
<p>1.5. Розробка оригінал-макетів, виготовлення та безкоштовне розповсюдження поліграфічної, книжкової продукції, довідкових, іміджевих, презентаційних, просвітницьких, інформаційних матеріалів, посібників на підтримку тематичних заходів і завдань, визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях Київського міського голови та виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), планах і програмах, затверджених Київським міським головою, окремих доручень Київського міського голови, заступника міського голови – секретаря Київської міської ради, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації, загальнонаціональних проєктів, завдань державної інформаційної політики тощо</p>			<p>3856,6</p>	<p>3856,6</p>	<p>3791,9</p>	<p>3791,9</p>						
<p>ВСЬОГО ЗА ЗАВДАННЯМ: у тому числі кількість заходів: - запланованих 5 - виконаних 5</p>			<p>109849,4</p>	<p>101197,0</p>	<p>8652,4</p>	<p>102500,3</p>	<p>92940,2</p>	<p>9560,1</p>				
<p>Завдання: 2. Взаємодія з електронними ЗМІ різних форм власності щодо висвітлення діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування відповідно до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»</p>												
<p>2.1. Інформаційна підтримка та роз'яснення суті міських політик шляхом висвітлення оперативної інформації про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у місті Києві; інформування про заходи відповідно до пріоритетів, визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), планах та програмах, затверджених Київським міським головою; створення програмного теле- і радіопродукту, соціальних роликів, спеціальних звітів і репортажів, "стрімів" з місць резонансних подій, вдосконалення прямо ефірних проєктів та зворотної комунікації з аудиторією, вдосконалення контенту власного унікального продукту, підтримка авторських програм тощо; оновлення технічного обладнання та спеціального обладнання/устаткування, програмного забезпечення, офісного та спеціалізованого ліцензування; створення нових сучасних студій, в тому числі віртуальних, оновлення дизайну та графічного оформлення ефіру, закупівлі кінопродукції.</p>	<p>Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ», комунальне підприємство «Радіостанція «Голос Києва»</p>	<p>2019 –2021 роки</p>	<p>437314,0</p>	<p>409808,0</p>	<p>27506,0</p>	<p>418696,8</p>	<p>396312,9</p>	<p>22383,9</p>				

2.2. Інформаційна підтримка та роз'яснення суті міських політик шляхом висвітлення оперативної інформації про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у місті Києві	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу	600,0		600,0		595,7		595,7			
ВСЬОГО ЗА ЗАВДАННЯМ: у тому числі кількість заходів: - запланованих 1 - виконаних 1		437914,0		410408,0	27506	419292,5		396908,6	22383,9		
РАЗОМ ЗА ПРОГРАМОЮ		547763,4		511605,0	36158,4	521792,8		489848,8	31944,0		95

3. Аналіз виконання за видатками в цілому:

тис. грн.

Заплановані бюджетні асигнування на 2019-2021 роки з урахуванням змін			Проведені видатки за звітний період			Відхилення		
усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд	усього	загальний фонд	спеціальний фонд
1	2	3	4	5	6	7	8	9
494257,0	435185,0	59072,0	489848,8	432286,8	57562,0	-4408,2	-2898,2	-1510

Відповідальний виконавець

Заступник начальника відділу - заступник головного бухгалтера
(посада)

_____ (підпис)

Анатолій ДАНИЛЬЧУК
(власне ім'я та прізвище)

**Пояснювальна записка до заключного звіту про хід виконання
Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери
міста Києва на 2019-2021 роки
за 2019-2021 роки**

1. Узагальнені результати виконання завдань та заходів програми:

2019-2021 роки			
Кількість заходів програми, од.			Відсоток виконаних заходів, %
Всього	Виконаних	Невиконаних	
7	7	0	Роботи виконуються в межах бюджетних асигнувань

2. Оцінка ефективності виконання програми:

Пріоритетними напрямками виконання Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки (далі – МЦП) протягом 2019-2021 років були:

✓ підвищення індексу публічності та прозорості міської влади шляхом оперативного забезпечення громадськості вчасною, достовірною, об'єктивною, збалансованою інформацією про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування в електронних та цифрових засобах масової інформації, а саме: в ефірі телекомпанії «Київ», радіостанції «Київ FM», на вебсайті «Вечірній Київ», у газеті «Хрещатик Київ» за тематичними напрямками МЦП;

✓ інформаційна підтримка та роз'яснення суті міських політик через налагодження ефективних каналів діалогу з громадськістю шляхом залучення ЦПКІ, постійне забезпечення та здійснення прямих трансляцій суспільно-важливих подій та заходів комунального підприємства Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» (далі – КП КМР «ТК «Київ», телекомпанія «Київ»); залучення громадян до процесів прийняття рішень щодо розвитку столиці шляхом популяризації інструменту учасницької демократії – громадського бюджету;

✓ здійснення протягом звітнього періоду активної інформаційно-роз'яснювальної роботи щодо основних міських політик та рішень міської влади, оперативне, точне, зрозуміле та об'єктивне інформування киян про головні події у столиці та державі, діяльність міської влади, її політику, сервіси, ініціативи та очікувані результати; підготовка інтерв'ю з посадовцями виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), депутатами Київської міської ради, інших відомств, установ та підприємств столиці, аналітичні матеріали та огляди; під час кризових або надзвичайних ситуацій; включення в ефіри тем з патріотичного виховання, розвитку культурного та освітнього простору, популяризації об'єктів культурної спадщини тощо;

✓ замовлення Департаментом суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) (далі – Департамент) моніторингу інформаційного простору (засобів масової інформації, інтернет ресурсів, соціальних мереж, форумів, блогів тощо) щодо висвітлення діяльності виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та її посадових осіб в режимі 24 години на добу 7 днів на тиждень. Протягом 2019-2021 років отримано: послуги з моніторингу не менше, ніж по 20 темах одночасно цілодобово в онлайн режимі

шляхом доступу необмеженої кількості користувачів замовника до результатів моніторингу не менше 1500 джерел в Україні та 15 іноземних медіа через власний кабінет, налаштований під вимоги замовника;

✓ забезпечення оприлюднення розпоряджень та проєктів розпоряджень виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), розпоряджень Київського міського голови, проєктів регуляторних актів на Офіційному порталі Києва у режимі 24/7, за винятком інформації у рубриках «Новини», «Анонси», «Фотогалерея»;

✓ організація та проведення у партнерстві із Українським національним інформаційним агентством «Укрінформ» публічних заходів, брифінгів за участю експертів, інститутів громадянського суспільства різного формату із залученням зацікавлених сторін, підготовка інтерв'ю для збільшення обізнаності при формуванні громадської думки щодо реалізації завдань МЦП та з метою запровадження європейських стандартів відкритості та співпраці. Так протягом 2019-2021 років проведено: онлайн-марафон «Доба пам'яті»; пресконференція «1075-ліття від початку правління в Києві княгині Ольги. VI Міжнародний фестиваль мистецтв «Anne de Kyiv Fest»»; публічна презентація «Гендерний паспорт Києва – інструмент реалізації політики рівних можливостей»; круглий стіл на тему: «Молодь як ключ до успішного розвитку столиці»; пресконференція: «Старт проєкту «Академія Гостинності» з підготовки добровільних помічників розвитку туризму в столиці України»; пресконференція: «Форуму громадських рад міста Києва «Велика Столиця-2021»»; пресконференція на тему: «До 120-річчя художника Миколи Глуценка. Презентація книги, фільму та виставки робіт»; презентація книги «Віктор Чукарін» Юлії Бережно-Камінської та Івана Степуріна; підписання Меморандуму про співробітництво між виконавчим органом Київської міської ради (Київською міською державною адміністрацією) та Інститутом демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України; презентація результатів дослідження громадського бюджету міста Києва; презентація книги Наталії Дзюбенко-Мейс «Сковорода», приурочена до 300-річчя видатного філософа; захід, приурочений до Міжнародного дня осіб з інвалідністю на тему: «Безбар'єрний простір як невід'ємна складова цивілізованої держави: змістове наповнення Національної стратегії безбар'єрності України»; презентація тематичних відеороликів про пріоритетні види туризму в Києві; пресконференція щодо питань гендерної рівності та протидії насильству – головне не соромитися говорити вголос про проблеми; пресконференція присвячена участі української Команди КМАМК в світовому марафоні на виживання та міжнародному історичному змаганні;

✓ організація Департаментом інформаційно-комунікативних кампаній на підтримку завдань державної інформаційної політики та пріоритетів, визначених міською владою. Зокрема, реалізація протягом 2019-2021 років 13 інформаційно-комунікативних кампаній: «Київ україномовний», «Київ Європейський», «Імена, увічнінені у вулицях Києва», «Управління відходами», «Сімейні цінності», «На підтримку Київського Форуму рівних прав і можливостей», «Допоможи зупинити поширення COVID-19» (розробка відеороликів, створення інфографік, поліграфічної продукції тощо); розробка концепції та інформаційних матеріалів комунікаційної кампанії з

роз'яснення громадськості проєкту Генерального плану міста Києва до 2040 року; інформаційно-комунікативних кампаній щодо: довгострокових пріоритетів, цілей і завдань розвитку міста Києва; з підвищення рівня поінформованості киян з питань формування сімейних цінностей та інституту сім'ї; «Переваги вакцинації від COVID-19»; «Модернізація системи теплопостачання міста Києва»; «Вступай до територіальної оборони міста Києва»;

✓ розвиток комунікаційного потенціалу представників структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), відповідальних за роз'яснення міських політик шляхом організації та проведення серії тренінгів з комунікацій, формування дієвої команди фахівців з комунікацій – організація серії навчальних заходів з управління комунікаціями для фахівців комунікаційного напрямку виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), районних в місті Києві державних адміністрацій;

✓ в рамках МЦП, з метою підтримки некомерційних літературних проєктів художнього, історичного, культурного, патріотичного характеру відповідно до Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної», Указу Президента України «Про деякі заходи з розвитку книговидавничої справи в Україні», постанови Кабінету Міністрів України «Про підтримку діяльності творчих спілок та книговидавничої справи» було реалізовано за кошти платників податків випуск 41 видання загальним накладом у 12 100 примірників та підтримано твори 208 авторів. Для більшості авторів це була перша книга чи перша публікація творів, що вселяє надію у майбутнє української літератури і за популяризацію українського будуть братися нові імена. Наклад книжкової продукції передано для поповнення фондів 139 публічних бібліотек міста Києва для забезпечення їх якісною, новою та цікавою українськомовною продукцією. Розуміючи складну ситуацію у сфері спеціалізованих видань для незрячих, Департамент вдруге за свою історію підтримав видання шрифтом Брайля. Проте на цей раз нова книга шрифтом Брайля надрукована з використанням стандартів універсального дизайну, що дозволяє поєднувати в одній книзі друк шрифтом Брайля з дублюванням плоско-друкованим збільшеним шрифтом. Книга під назвою «Зіркові казки» реалізована у співпраці з громадською організацією «Київський міський парламент працездатних осіб з інвалідністю» (Київ), авторським колективом українських письменників: Тетяни Череп-Пероганич та Інни Ковальчук. За підготовку текстів та адаптацію збірки рельєфно-крапковим шрифтом Брайля відповідало підприємство об'єднання громадян «СоцІнтел» (Харків). Ця книга, окрім звичайних публічних бібліотек міста, потрапить і до спеціалізованих навчальних закладів та Центральної спеціалізованої бібліотеки для незрячих ім. М. Островського. Для популяризації та підтримки міських політик 2019–2021 роки було забезпечено виготовлення 49 поліграфічних проєктів загальним накладом у 123 834 примірників за такими темами: запобігання протидії насильству, популяризація донорства крові, підтримка української мови в усіх сферах сталці, реабілітація учасників АТО/ООС, збереження культурної спадщини столиці, послуги в ЦНАП, інформація про служби житлово комунальної інфраструктури, перейменування вулиць, важливість жестової мови в суспільстві, сортування сміття, громадський бюджет, тощо;

✓ поетапне виконання «дорожньої карти» з підготовки Комунікативної стратегії міста Києва, а саме: протягом звітного періоду проведено консультації з експертами ринку та першу Стратегічну сесію із керівниками структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), за результатами якої сформовано фахові рекомендації для подальшого розроблення стратегії; проведено комплексне соціологічне дослідження щодо пріоритетів майбутньої Комунікативної стратегії, мета якого – уточнення цілей, завдань та очікуваних результатів від її впровадження; розроблено проект Комунікативної стратегії міста Києва та відповідні презентаційні матеріали.

КП КМР «ТК «Київ»

✓ переїзд КП КМР «ТК «Київ» та комунального підприємства «Радіостанція «Голос Києва» (далі – КП «Радіостанція «Голос Києва», радіостанція «Київ FM», радіостанція) до нового приміщення, оперативне вирішення логістичних, технологічних та організаційних питань, забезпечення створення нового технологічного тракту й налагодження ефірного мовлення, зміна айдентики (логотип та графічні ідентифікатори), реорганізація окремих структурних підрозділів (операторського та режисерського), налаштування креативної лабораторії зі створення матеріалів, вивірене таргетування аудиторії, підготовка пакету документів для зміни ліцензії радіостанції на збільшення передавача з 1 кВт до 2 кВт; відпрацьовано низку нових технологічних та технічних процесів під час пандемії; оновлення програмної сітки КП КМР «ТК «Київ» та розширення контенту; поетапна інтеграція аудіовізуальних комунальних засобів масової інформації;

✓ конвергенція КП КМР «ТК «Київ» з КП «Радіостанція «Голос Києва», а відтак – змінено фокус інформаційних та інформаційно-аналітичних програм КП КМР «ТК «Київ» із загальнонаціональних процесів та проблем на події та процеси, що відбуваються у столиці, запровадження у процесі підготовки контенту різного типу;

✓ вибудування чіткого і зрозумілого формату зумовило збільшення кількості контактів аудиторії на усіх медіа платформах телекомпанії «Київ», а також дозволило перевиконати план на кінець 2021 року (42 103549 контактів) на 5,5% і набрати фактично 44 548106 контактів;

✓ трансформація протягом 2019-2021 років телекомпанії «Київ» у повноцінну мультимедійну платформу громади Києва (забезпечення діалогу «влада-громада» і усіх спільнот столичної громади) через позиціонування телеканалу як максимально корисного для містян шляхом фокусування на гіперлокальному контенті з відповідною зміною формату подачі новин, який об'єднав потужності та можливості телекомпанії «Київ», радіостанції «Київ FM», об'єднаної мультимедійної платформи КП КМР «ТК «Київ» та КП «Радіостанція «Голос Києва» «КИЇВ МЕДІА» (<https://kyiv.media>) і соціальних мереж;

✓ з метою розвитку цифрових платформ, мобільних додатків комунальних електронних засобів масової інформації, на телеканалі «Київ» було створено відділ

NewMedia, що забезпечує онлайн-трансляцію 100% власного продукту на ютуб каналі, який перетворився на повноцінний паралельний майданчик комунікації КП КМР «ТК «Київ» з аудиторією;

✓ з 2020 року КП КМР «ТК «Київ» започаткувало створення власних документальних фільмів (вперше за 25 років існування телекомпанії):

документальний фільм «Карантин. Київ» (відтворено події перших шести місяців боротьби з коронавірусною інфекцією та фільм «Карантин. Друга хвиля» (про ситуацію у Києві від червня до грудня 2020 року);

- документальний фільм «Герої міста. Аварійні служби столиці» (про ліквідацію наслідків вибуху газу у житловому будинку на Позняках);
- документальний спецпроект «Подякуємо медикам»;
- спецпроект «Останній дзвоник» (загально міська телевізійна лінійка у «віддаленому режимі»);
- КП КМР «ТК «Київ» взяло участь у створенні та транслював в ефірі спецпроект на підтримку аеропорту ім. Сікорського «#SaveKyivAirport»;
- документальний фільм «Вігілія – надвечір'я Різдва» (про традиції польських родинних Різдвяних свят, які значним чином перекликаються з українськими народними обрядами);

✓ у зв'язку зі спалахом коронавірусного захворювання COVID-19 – виготовлення та трансляція у 2020 році в ефірі КП КМР «ТК «Київ» відео уроків за курсом шкільної програми, створених спільно з Університетом підвищення кваліфікації імені Бориса Грінченка (в рамках проекту записано майже 400 уроків для учнів 7-9 та 11 класів); також випробувано нові формати:

- серія програм форматного реаліті-шоу «Битва дворів» (перший подібний проект в історії телекомпанії «Київ» – змагання мешканців реальних столичних дворів, що намагаються зробити їх найбільш впорядкованими та привабливими);
- «Веселі старти» (спортивні змагання київських школярів, що знімаються безпосередньо у спортивних залах шкіл, де вони навчаються);
- онлайн-конкурс для обдарованих київських школярів «Співай! Танцюй! Твори!»;

✓ для максимально широкого висвітлення пріоритетних тем залучено не тільки можливості телемовлення, а й усі комунікативні майданчики: вебсайт, фейсбук, інстаграм, ютуб, телеграм та твітер. Інвестиції у розвиток мультимедійної платформи принесли дивіденди телеканалу. Зокрема, на ютубі, зросла кількість контактів на всіх медіа платформах телекомпанії «Київ» (фейсбук: станом на 01.01.2019 – 1500 підписників, а на кінець 2021 року кількість контактів склала 10507700; ютуб канал: на 01.01.2019 – на сторінку телеканалу підписано 4792 користувачів, а на кінець 2021 року – 6470000 переглядів);

- ✓ формування технологічного тракту КП КМР «ТК «Київ»:
 - телекомпанія «Київ» перейшла на формат мовлення високої якості сигналу HD, що дозволяє транслювати в ефір, а глядачам отримувати чітку та об'ємну картинку – відповідає сучасним вимогам до мовників;
 - завершено облаштування та здано в повноцінну експлуатацію знімальний павільйон телекомпанія «Київ», який включає два майданчики, що можуть працювати одночасно задля створення широкої гами контенту – від випусків новин та ток-шоу до концертів;
 - завершено монтаж декоративних елементів та встановлено спеціальне телевізійне обладнання в студії КП «Радіостанція «Голос Києва», що дало можливість виробництва контенту для використання як у радіо, так і телевізійному ефірі, а також забезпечення можливості «паралельного» мовлення одночасно у двох ефірах;
 - запущено в повноцінну експлуатацію нову технологічну відеостіну ефірного павільйону;
 - запущено у повноцінне використання систему Vizrt (скорочене від «Візуалізація в режимі реального часу» або «Візуальний виконавець») – потужний інструмент виробництва, управління та розповсюдження вмісту для індустрії цифрових медіа;
 - продовжувалося зміцнення та оновлення бази ТЖК (телевізійно-журналістський комплект), що дозволило шляхом використання дронів, операторського студійного крана, фотокамер зі спеціальною «світлою» оптикою забезпечити новий рівень візуалізації;
- ✓ перелічені вище кроки у сфері технології, а також реорганізація служби інформації з запровадженням принципово нової структури управління блоками мовлення телеканалу з чітким поділом на умовні цикли «ранок», «день», «вечір», забезпечили можливість розвитку основи ефірної сітки – інформаційного мовлення:
- шляхом поетапного збільшення хронометражу інформаційних випусків та програм у будні дні, телекомпанія «Київ» заклала фундамент для переходу на безперервне інформаційне мовлення у режимі щоденного новинного телемарафону – сприяє більш насиченому інформуванню мешканців столиці про дії та рішення міської влади, а також всі події, що відбуваються у місті Києві, Україні та за кордоном, які є важливими та цікавими для киян і безпосередньо впливають на їхнє життя;
 - запроваджено новий принцип написання, знімання та монтажу телевізійних продуктів «digital first» (сюжети та програми створюються за всіма сучасними вимогами до продуктів для соціальних мереж таких, наприклад, як наскрізне титрування, динамічний монтаж тощо), що дозволяє використовувати їх одночасно на цифрових платформах та в телевізійному ефірі без додаткового опрацювання;
 - в межах реалізації стратегічного напрямку забезпечення та розвитку комунікації «влада – громада» забезпечено проведення спеціальних прямиоефірних проєктів у рамках інформаційного мовлення за участі Київського міського голови, присвячених обговоренню найважливіших та найактуальніших проблем столиці;

- запроваджено нову концепцію трансляції пленарних засідань Київської міської ради (включаючи зміну системи освітлення в залі засідань) з можливістю паралельного висвітлення найважливіших поточних подій у місті Києві;
- виготовлено та запущено у використання нове графічне оформлення, яке суттєво змінило «обличчя» телекомпанії «Київ», відповідає його концепції та формату, забезпечує додаткові можливості візуалізації важливої інформації, а також виокремлює телекомпанію «Київ» з-посеред конкурентів;

✓ органічною складовою інформаційного мовлення телекомпанії «Київ» протягом звітного періоду стали прямі трансляції урочистих заходів, забезпечення знімання та показу в ефірі яких відбувалося з використанням ПТС (пересувної телевізійної станції), дронів та інших необхідних технічних засобів. Серед них, зокрема:

- організовано, проведено та забезпечено трансляцію в прямому ефірі сесій «Форуму розвитку громадського суспільства» за участі представників Київської міської ради, виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та міських активістів, присвячених обговоренню найважливіших проблем столиці;
- Київського Інвестиційного форуму;
- трансляцію з майданчика Телекомпанії «Київ» другого Київського форуму рівних прав та можливостей;
- трансляцію концерту симфонічного оркестру «Київ-Класик» в рамках міжнародного проєкту «Музична подяка лікарям» (за підтримки ВООЗ та ЮНЕСКО);

✓ впродовж 2019-2021 років телекомпанія «Київ» продовжувала розвивати власне виробництво програм та проєктів, які підсилювали інформаційну складову:

- переформатовано та відновлено трансляцію в ефірі програми «Погоджувальна рада» за участі представників усіх фракцій Київської міської ради;
- запущено у виробництво нову розмовну програму «Київ PROFILE» (ток-шоу зі знаковими особистостями, які мешкають у місті Києві);
- в ефірі телекомпанії «Київ» стартував проєкт «Легко-шоу» (сатиричний проєкт нового напрямку, ведучим якого став відомий політичний журналіст Богдан Буткевич);
- підготовлено та показано в ефірі проєкт під назвою «Не/ідеальна пара» (цикл розмовних програм про стосунки всередині родини, за участі українських селебриті);
- стартував проєкт документальних передач «Славетний Київ» (цікаві київські історії, що відбулися протягом останніх трьох десятиліть – нові райони, мости та станції метро; згадуються важливі та непересічні події, відбувається спілкування з безпосередніми учасниками і відтворення змін Києва);
- відбулася ефірна прем'єра документально фільму власного виробництва «Таємниця Замкової гори» (про одну з найбільш таємничих локацій столиці, яка відігравала в історії міста та всієї України значущу роль, але з плином часу була забута істориками);

- вийшли в ефір одразу два спортивні проєкти: «Богатирі стронгмену» (змагання найсильніших чоловіків України) та «Яна Маракана» (огляд футбольних матчів столичного чемпіонату з футболу у форматі 6х6);

✓ телекомпанією «Київ» у 2021 році започатковано роботу на рекламному ринку – вперше організовано рекламну кампанію повного циклу для одного з комерційних клієнтів, включаючи виготовлення відеоролика за участі обличчя телеканалу; стартувала кампанія з розміщення та демонстрації інформаційної продукції КП КМР «ТК «Київ» на зовнішніх рекламних носіях (110 сіті-лайтів у центрі Києва та 43-х цифрових відео бордів, на міському транспорті); також, промо кампанія включала розміщення реклами телекомпанії «Київ» на міському транспорті. Результатом кампанії стало збільшення теледивлення майже в 1,5 раза (за даними панелі Lanet);

✓ завдяки реалізації МЦП місто отримало повноцінний майданчик для дискусії та обговорення міських політик та сучасний міський канал, який є лідером телевізійного ринку столиці й головним інформаційним ресурсом міста; аудиторія отримує максимум інформаційно аналітичного культурного продукту та сучасний й актуальний контент у хорошій якості. Менеджмент телекомпанії «Київ» оперативно реагує на суспільні та геополітичні виклики, йде на упередження державної політики у сфері медіа та продовжує фактичну трансформацію в суспільного мовника на локальному рівні.

КП «Радіостанція «Голос Києва»

✓ впродовж 2019-2021 років КП «Радіостанція «Голос Києва» закріпила свої позиції як головний радіомовник громади міста та продовжує працювати як єдина у Києві радіостанція, що систематично інформує киян про усі події столиці, успішно створює комунікацію між кийвською владою та громадою, активно популяризує українську сучасну культуру;

✓ збільшення передавача КП «Радіостанція «Голос Києва» з 1 кВт до 2 кВт (дозволило поліпшити якість приймання сигналу, позбавило «дірок» мовлення на Лівобережжі столиці та збільшило охоплення аудиторії по всій території міста Києва та Київської області);

✓ зміни у програмному та інформаційному контенті радіостанції «Київ FM»: змінено та осучаснено музичний формат, позиціонування, музичне оформлення, програмний та новинний контент; логотип та позивні радіостанції на «Київ FM», відбулось омолодження ЦА – 25-45 років. Слоган радіо: «Сучасна музика та актуальні новини». Музичний формат CHR – радіо сучасних хітів;

- радіостанції «Київ FM» – єдина у Києві радіостанція, що систематично інформує киян про усі події столиці: 27 випусків новин в день, понад 50 офіційних повідомлень, з яких 55% ексклюзивних, створених журналістами «Київ FM». У випусках звучала найактуальніша інформація та коментарі профільних ньюзмейкерів, фахівців. Києвоцентричність стала пріоритетом роботи інформаційної служби радіостанції, а слоган: «Ми там, де новини Києва»;

- з метою повної та всебічної комунікації киян із представниками влади у вересні 2019 року створена щоденна програма «Київ: Вголос» (інтерактивна інформаційно-комунікативна платформа, де чиновники, політики, громадські діячі, офіційні представники, експерти розповідають про досягнення, успіхи та труднощі; діляться досвідом та планами щодо перспектив галузі, яку вони представляють, обговорюють усі головні події міста та країни). Впродовж 2019-2021 років в ефір вийшло понад 550 програм, гостями програми стали сотні експертів, серед яких мер міста Києва, депутати Київської міської ради від усіх депутатських фракцій, заступники голови Київської міської державної адміністрації, керівники структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та комунальних підприємств, політологи, громадські діячі та інші впливові особи столиці та країни. Інтерактивна комунікативна платформа «Київ. Вголос» транслюється не лише на радіостанції «Київ FM», але й в ефірі телекомпанії «Київ»;
- інформація, яка не є форматом новин, але є актуальною й важливою інформацією для киян подається у короткій та невимушеній формі у програмі «КиївinterAktiv» та у виходах лінійних ведучих;
- вихід коротких систематичних програм у форматі infotainment (двічі на день – у легкій та доступній формі інформують про різні аспекти життя в столиці: «4 кути», «Кіно. Київ», «Афіша», «Афіша. Вікенд», «Автоновини»);
- впродовж 2020-2021 років, відповідно до запитів цільової аудиторії радіостанції, відбувався розвиток проєктів у форматі «Radiovision» (вечірній розмовний блок перейшов у візуальний матеріал з подальшою трансляцією на ютуб канал «Київ FM»). Зокрема, були створені та реалізовані програми та проєкти:
 - радіо шоу «3 x 4» – спільний проєкт КП КМР «ТК «Київ» та КП «Радіостанція «Голос Києва», який можна послухати як в ефірі радіо, так і подивитися на телеканалі. За основу взято американський формат TheView телеканалу ABC. Ведучі програми обговорюють 3 найважливіші теми тижня;
 - інформаційно-просвітницьке ток-шоу «Київ.Відверто» (лайт-найт шоу, у якому розкриваються питання інтимного життя й тематичне просвітництво у форматі «це не соромно», ведуча спілкується на відверті теми із запрошеними гостями – сексологами, лікарями, психологами);
 - «Інстинкт Щастя» (іронічно-психологічна програма про секрети щасливих стосунків із відомими радіоведучими О. Востровою та Б. Буткевичем);
 - авторський проєкт відомого журналіста В. Калниша «Я не можу не спитати (ведучий запрошує відомих і цікавих людей – політиків, письменників, лідерів думок, ставить їм питання, які цікавлять громадськість);
 - вечірнє ток-шоу «Плюс мінус» із С. Неретіним та С. Смальчуком (обговорення актуального порядку денного під іншим кутом, спонукання слухача до роздумів);
 - програма М. Прокопенка «Думка ПРО» (автор за 3 хвилини розкриває подію тижня під несподіваним кутом);
 - «Надя Васіна Шоу» (інтерв'ю з представниками вітчизняного спорту);
 - «Pro:muz» (портретні інтерв'ю з сучасними українськими музикантами);
 - «Тут і Зараз» (запущена у 2021 році програма – живі концерти у прямому ефірі, з метою популяризації молодих київських виконавців), а також один із потенційно

актуальних та ґрунтовних Talk-and-musicshow для розвитку сучасної української музики в умовах карантину та локдауну;

- «Камон, плей!» (програма про футбол);
- «КиївІнетрактив» (обговорення усіх подій, що не увійшли до новин міста);
- програма «Кава з молоком» з Габрієлою Масанґою (тематичні інтерв'ю з відомими особистостями про толерантність, протидію расизму, розвиток європейських цінностей серед українців);

- усі talk-програми радіостанції записуються на професійні камери та транслюються на різних дигітальних платформах, а також на Телеканалі «Київ»;
- впродовж трьох років радіостанцією було проведено понад 50 ефірних та поза ефірних заходів, особливо у період пандемії;

✓ конвенгенція з телекомпанією «Київ»:

- на принципово новий рівень протягом звітнього періоду вийшла співпраця та взаємодія телекомпанії «Київ» та радіостанції «Київ FM» – поступова конвенгенція, що дозволить генерувати контент для радіо та телевізійного ефіру та забезпечити «паралельне» мовлення одночасно у двох ефірах;
- здійснено технічне переобладнання студії КП «Радіостанція «Голос Києва» задля забезпечення та розвитку подальшого спільного продукту радіостанції та телекомпанії; створено спільні проекти програм, які не «випадають» з телевізійного мовлення та дають потужний синергетичний ефект: переформатовано програму «Депутатська приймальня» – створення конвенгентних продуктів (спілкування депутатів Київської міської ради з виборцями відбувається у прямому радіо- та телевізійному ефірах одночасно); реалізовано такі значимі проекти: підготовлено та видано в ефір музично-розважальну програму «KYIV PROMUZ» (з нагоди 30-річчя Дня Незалежності України); програму із соціальним ефектом «Про.muz наживо» (спрямована на підтримку українських виконавців у ситуації дотримання соціальних та санітарних обмежень на період карантину; одночасно програма виконує важливу соціальну функцію – зібрані під час ефіру кошти музиканти скеровують на допомогу важко хворим дітям); запущено у виробництво програму «Тут і зараз» (живі концерти у прямому ефірі, з метою популяризації молодих київських виконавців); програму короткого хронометражу «Музновини» (про новини зі світу української музики та шоубізу – події, особи, тренди та прем'єри);
- з червня 2019 року розпочато активні дії по створенню спільних проектів з телекомпанією «Київ» – створено потужний аудіовізуальний майданчик, який в поєднанні із дигітальними платформами стає головним мультимедійним засобом масової інформації громади столиці; створення та розвиток, спільно с телекомпанією «Київ» об'єднаної редакції є головним стратегічним завданням для мульти платформного медіа, де контент буде адаптований до особливостей кожної з активних платформ, які здатні швидко пристосовуватися до аудиторії різного віку, дасть можливість проникнути на ринок реклами після чого, можна говорити про комерціалізацію, як основу отримання доходу підприємства;
- впродовж звітнього періоду було створено та запущено оновлений сайт – об'єднану мультимедійну платформу КП КМР «ТК «Київ» та КП «Радіостанція «Голос

Києва» «КИЇВ МЕДІА» (<https://kyiv.media>), що стала кумулятивним діджитал порталом усієї аудіо- та відеопродукції та новим майданчиком для кореспондентських матеріалів радіостанції «Київ FM» та телекомпанії «Київ» – відбулось створення додаткового онлайн джерела популяризації україномовного музичного контенту; запущено дві додаткові online радіостанції «Київ.Шлягер» та «Rok'n'Kyiv» (з музичним оформленням радіостанції «Київ FM» для розширення охоплення аудиторії в інтернеті);

- впродовж звітного періоду радіостанція «Київ FM» з'явилась в додатку RadioPlayer, охоплення – 275 000 тисяч слухачів. Аудиторію радіостанції розширено шляхом платформи TuneIn, станом на грудень 2021 року – 18 300 іноземних слухачів. Завдяки перерозподілу персоналу, налаштуванню креативної лабораторії зі створення матеріалів та публікацій, вивіреному таргетуванню аудиторії, вмілому використанню хештегів, відбувся значний приріст охоплення у соціальних мережах радіостанції «Київ FM» (станом на кінець 2021 року фейсбук охоплення склало 1781219 користувачів, інстаграм – 532041, відеохостингу ютуб – 74657);

✓ музичний контент:

- з 2019 року радіостанція «Київ FM» повністю відмовилось від російської музики, змінилося позиціонування радіостанції, обраний новий музичний формат CHR (Радіо сучасних хітів); в ефірі звучать близько тисячі нових композицій, оновлена музична база та створене нове якісне актуальне музичне оформлення; мета програмно-музичного контенту – популяризація нової сучасної української музики та вітчизняних гуртів, перевага надається творам нових виконавців, особливо киян;
- з'явилася низка програм, які покликані популяризувати якісний вітчизняний контент: «ПроМуз», «ПроМузбекстейдж», «Тут і Зараз», «МузНовини», «Kyivmistah», «Автомікс», хіт парад «Kyivtop 20» тощо;
- впродовж 2019-2021 років саме радіостанція «Київ FM» стала медійним майданчиком для діалогів, виступів, інтерв'ю та ротацій пісень; в ефірі відбулось більш ніж 150 Live виступів, 150 великих інтерв'ю з музикантами, більш ніж 450 презентацій пісень українських сучасних гуртів та виконавців, низка інтерв'ю з діячами та представниками української культури та шоу-бізнесу;

✓ промо та PR:

- впродовж 2019-2021 років проведена низка промозаходів власними силами КП «Радіостанція «Голос Києва», зокрема: генеральне інформаційне партнерство «Айформум», «Людина року», «Пробіг у вишиванках», «Пробіг під каштанами», «Фестиваль китайських ліхтарів», «Кубок Стелли Захарової», «16 днів проти насилля», «VICCOURT CUP 2020» тощо;
- статті на основі програм радіостанції виходили у низці медіавидань; своїми силами було розміщено 40 бордів по місту Києву;
- на основі КП «Радіостанція «Голос Києва» створено декілька медіаплатформ у мережі «Фейсбук», «Ютуб», «Телеграм» (завдяки плідній співпраці із молодими столичними гуртами та артистами, радіостанція отримує надзвичайно успішний

індекс цитування у соціальних мережах та медіа серед лідерів думок саме у сфері шоубізнесу).

КП «Центр публічної комунікації та інформації»

✓ супровід та реалізація ЦПКІ протягом трьох років 66 інформаційно-комунікативних кампаній. В рамках інформаційних кампаній використано широкий спектр інструментів та механізмів для інформування населення міста та залучення громадськості до процесів прийняття рішень Київською міською владою.

Зокрема, у 2019 відповідно до ключових пріоритетів розвитку столиці, успішно проведено 20 інформаційно-комунікативних кампаній, а саме: «Іловайська битва: подвиг українського солдата», «Інструменти партисипації», «Протидія торгівлі людьми», «Протидія домашньому насильству», «Електронна столиця», «Особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку», «Київ соціальний», «Кожній дитині потрібна родина», «Здоров'я киян», «Вік нових можливостей», «Київ україномовний», «Я - відповідальний власник тварин», «Соціалізація дітей з інвалідністю», «Соціальна обізнаність молодого киянина», «Гендер в деталях», «Популяризація здорового способу життя серед киян», «Київ читає», «Підвищення обізнаності киян про діяльність громадських рад міста Києва», «Київ комфортний», «Популяризація бізнес-навичок».

У 2020 році проведено 21 інформаційно-комунікативну кампанію: «Інформаційно-комунікативна кампанія щодо підвищення обізнаності киян про громадський бюджет», «Інформаційно-комунікативна кампанія з інформування киян про нову коронавірусну інфекцію COVID-19», «Інформаційно-комунікативна кампанія з інформування киян про обмежувальні заходи в столиці в умовах поширення COVID-19», «Інформаційно-комунікативна кампанія з інформування киян про наслідки пандемії COVID-19 та вихід з карантину», «Інформаційно-комунікативна кампанія з роз'яснення правил поведінки киян під час виникнення надзвичайних ситуацій», «Протидія домашньому насильству», «Підвищення рівня поінформованості киян про соціальні послуги та механізми їх отримання», «Кожній дитині потрібна родина», «Інформаційно-комунікативна кампанія з полегшення для киян отримання адміністративних послуг», «Інформаційно-комунікативна кампанія з полегшення для киян отримання електронних сервісів», «Генеральний план», «Інформаційно-комунікативна кампанія щодо промоції Києва як європейської столиці», «Інформаційно-комунікативна кампанія з роз'яснення киянам правил паркування», «Інформаційно-комунікаційна кампанія з формування сталої думки щодо необхідності збереження культурної спадщини міста Києва», «Інформаційно-комунікативна кампанія з інформування киян про економіку міста», «Формування серед киян свідомого ставлення до довкілля», «Формування свідомого власника житла та підвищення ефективності споживання енергоресурсів», «Київ - читає!», «Інформаційно-комунікативна кампанія про права дітей», «Гендер в деталях».

За 2021 рік на виконання заходів МЦП було проведено 18 інформаційно-комунікативних кампаній за рахунок бюджетних коштів, а саме: «Інформаційно-комунікативна кампанія з популяризації Громадського бюджету у місті Києві», «Інформаційно-комунікативна кампанія із залучення киян до низових комунікацій (ХАБи, квартальний менеджмент)», «Інформаційно-комунікативна кампанія щодо підтримки учасників АТО/ООС та їх сімей», «Інформаційно-комунікативна кампанія з популяризації послуг ЦНАПів», «Інформаційно-комунікативна кампанія з ознайомлення

клян з безпечним знезараженням води», «Інформаційно-комунікативна кампанія з роз'яснення складових тарифів за оплату житлово-комунальних послуг», «Послуги з організації та проведення інформаційно-комунікаційної кампанії з підвищення рівня поінформованості клян щодо модернізації екологічно важливих об'єктів Києва», «Інформаційно-комунікативна кампанія з ознайомлення клян з Концепцією муніципальної безпеки у місті Києві», «Інформаційно-комунікативна кампанія з популяризації серед клян необхідності збереження об'єктів культурної спадщини Києва», «35 років Чорнобильській катастрофі», «16 днів проти насильства», «115 років Вечірньому Києву», «Інформаційно-комунікативна кампанія з пропагування безпеки дорожнього руху», «Інформаційно-комунікативна кампанія щодо ознайомлення клян та гостей міста з туристичними об'єктами міста Києва», «Київ читає!», «Інформаційно-комунікативна кампанія з популяризації екстремальних видів спорту в місті Києві», «30 років незалежності України», «Інформаційно-комунікативна кампанія з інформування клян про перейменування вулиць». Також, було проведено 7 інформаційно-комунікативних кампаній власними силами ЦПКІ: «День української писемності», «Всесвітній день дитини», «День захисника», «День місцевого самоврядування», «День Києва», «День Європи», «День доброти».

Також участь ЦПКІ у 2020 році у програмі «Партнерство заради здорових міст» від Vital Strategies щодо інформування клян про COVID-19 та підписання угоди на фінансування інформаційних продуктів та послуг у розмірі 25 000 доларів США; у 2021 році – проводився грантовий проєкт (інформаційно-комунікативна кампанія з інформування клян про наслідки пандемії COVID-19 та вихід з карантин), який реалізовано ЦПКІ у рамках програми «Партнерство заради здорових міст», що підтримується Bloomberg Philanthropies у партнерстві зі Всесвітньою організацією охорони здоров'я та Vital Strategies, як партнером-виконавцем;

✓ відбулася модернізація, технічне оновлення та вдосконалення на постійній основі вебпорталу «Вечірній Київ», підвищення якості його контенту (збільшено кількість аналітичних матеріалів, інтерв'ю, лонгвідів про клян та історію міста) – виконує функції вироблення новин про сервіси, послуги, анонси, події, суспільно важливі заходи, що сприяє підвищенню рівня обізнаності клян про діяльність міської влади; дублювання публікацій у найпопулярніших соціальних мережах та месенджерах; забезпечення оперативного та достовірного інформування клян, як наслідок – розширення аудиторії вебпорталу «Вечірній Київ»;

зокрема, протягом звітного періоду збільшилася кількість аналітичних матеріалів, інтерв'ю, лонгвідів про клян та історію міста, комплекс вжитих заходів сприяв перевищенню очікуваного показника програми (передбачено розширення середньомісячної аудиторії до 300 000 тис):

Канали комунікації	2019	2020	2021
Вебпортал «Вечірній Київ»	2,3 млн. загальне охоплення 1 млн. 702 тис. унікальних відвідувачів 3 млн. 968 тис. переглядів	11.7 млн. загальне охоплення 3 млн. 480 тис. унікальних відвідувачів 11 млн. 778 тис. переглядів 9,6 тис. матеріалів	13 млн. загальне охоплення 8 млн. 357 тис. унікальних відвідувачів 23 млн. 123 тис. переглядів

	9,7 тис. матеріалів опубліковано	опубліковано	10,4 тис. матеріалів опубліковано
Фейсбук сторінка «Вечірній Київ»	1 млн. охоплення 34 098 підписників	4,6 млн. охоплення 41 378 підписників	3,6 млн. охоплення 55 403 підписників
Телеграм канал «Вечірній Київ»	2 413 підписників	2 597 підписників	2 755 підписників
Ютуб канал «Вечірній Київ»	191, 3 тис. переглядів 709,4 тис. охоплення +127 нових підписників	18,5 тис. переглядів 812,1 тис. охоплення +235 нових підписників	109 тис. переглядів 413,2 тис. охоплення +128 нових підписників
Сторінка в інстаграм «Вечірній Київ»	2 881 підписників	2 992 підписників	3 098 підписників

✓ за рахунок господарських коштів ЦПКІ здійснюється випуск газети «Хрещатик Київ», у якому друкуються рішення Київської міської ради, розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), розпорядження Київського міського голови, а також оголошення про конкурс на заміщення вакантної посади, втрату документів, виклик до суду, оренду комунального майна, заяви про екологічні наслідки, соціальна реклама тощо. Тираж газети протягом 2019-2021 років становив – 581,3 тисяч примірників.

✓ за час реалізації МЦП, ЦПКІ було відкрито два хаби – у Шевченківському та Оболонському районах, в яких протягом 2021 року проведено 559 заходів за участю різних громадських та неурядових організацій задля реалізації міжвідомчих проєктів (від благодійних акцій та навчальних тренінгів, до робочих нарад та соціальних проєктів за участю представників громадських організацій та київської міської влади);

3. Обґрунтування причин невиконання (низького виконання) програми в цілому:
виконання МЦП протягом 2019-2021 років склало 95% у зв'язку з тим, що у бюджетах міста Києва за відповідні роки було передбачено менше коштів, ніж на заходи по даній МЦП.

Відповідальний виконавець:

Начальник управління
інформаційної політики та комунікацій

Леся ГЛОБЕНКО

Директор Департаменту суспільних комунікацій
виконавчого органу Київської міської ради
(Київської міської державної адміністрації)

Роман ЛЕЛЮК