



حكومة أبوظبي  
GOVERNMENT OF ABU DHABI

الأمانة العامة للمجلس التنفيذي لإمارة أبوظبي

## دليل استخدام وسائل الإعلان والترويج للجهات والشركات الحكومية

الإصدار الأول

جميع الحقوق محفوظة لدى الأمانة العامة للمجلس التنفيذي © 2015



## المحتويات

4	<b>المقدمة</b>	
5	1. التخطيط للمادة الترويجية	
5	2. تحديد الوسائل المستخدمة	
6	3. محتوى المادة الترويجية	
7	4. تصميم المحتوى الترويجي	
7	5. الاستعانة بالشركات الخاصة	
8	6. الاشتراطات المالية	
8	7. ضوابط المواد الترويجية	

## التعريفات

### المادة الترويجية:

أي منتج تقوم الجهة/الشركة بتصميمه أو تطويره بهدف توعية الجمهور أو تثقيفه أو الترويج أو التسويق للجهة/الشركة أو خدماتها أو مشاريعها. وتتضمن المادة الترويجية إعلانات النعي والتهاني وإعلانات الفعاليات وإعلانات الشواغر المتوفرة في الجهة/الشركة والإعلانات الخاصة بالمناقصات الحكومية.

### الجمهور:

مجموعة من الأفراد الذين تستهدفهم الجهة/الشركة في حملاتها الترويجية، وقد يشملون فئة معينة تقوم الجهة/الشركة بتحديدتها، أو قد يتضمن الجمهور جميع فئات المجتمع.

### وسائل الإعلام:

كافة الوسائل التي تُستخدم للوصول للجمهور المستهدف وتشمل الوسائل التقليدية مثل الصحف والمجلات والتلفاز والإذاعة، أو الوسائل الحديثة أو الرقمية مثل المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي.

## المقدمة

يعد هذا الدليل جزءًا لا يتجزأ من سياسة الاتصال لحكومة أبوظبي، وتم إعداده لوضع الخطوط الإرشادية للجهات الحكومية لبيان طريقة استخدام الوسائل الترويجية عبر أدوات الاتصال ومنصات الإعلام بشكل فعال ومتناسق، وبطريقة تتناسب مع هوية حكومة أبوظبي. وتشمل الوسائل الترويجية أي وسيلة تستخدمها الجهة/الشركة للترويج والتسويق لذاتها أو خدماتها أو مشاريعها، وتشمل الوسائل على سبيل المثال لا الحصر: الإعلانات والمطبوعات والتسويق والحملات المسموعة منها والمرئية والمقروءة.

يقدم هذا الدليل المبادئ التي تبين أفضل الممارسات حول كيفية تصميم واستخدام واختيار الوسائل الترويجية المناسبة للجهة/الشركة الحكومية ويتعين على كافة الجهات والشركات اعتماد هذا الدليل كأساس عند تصميم أو تطوير أي منتج ترويجي يخص الجهة/الشركة أو خدماتها أو مشاريعها.

## 1. التخطيط للمادة الترويجية

**يتوجب على الجهات/الشركات الحكومية في إمارة أبوظبي الالتزام بالضوابط التالية:**

يتعين على الجهات الحكومية اتباع أفضل الممارسات في التخطيط للمادة الترويجية، حيث إن التخطيط المسبق يساهم في فعالية الترويج من حيث التكلفة ومن حيث نجاح إيصال الرسائل المرجوة للجمهور المستهدف. وفي هذا السياق، ينبغي على الجهات الحكومية إعداد خطة ترويجية تكون جزءاً من الخطة الإعلامية السنوية التي يتم موافاة مكتب الاتصال الحكومي بها، وتتضمن ما يلي:

- تحديد الأهداف المرجوة من الترويج.
- تحديد الجمهور المستهدف وفقاً للأهداف.
- تحديد المدة الزمنية المتوقعة واختيار الأوقات الأنسب لنشر واستخدام المواد الترويجية، وذلك من خلال مراعاة دورة الأخبار السنوية والأحداث الإعلامية الموسمية، وانتهاز الفرص الترويجية، بما يتناسب مع رسائل الجهة/الشركة الحكومية، مما يعزز اهتمام الجمهور والإعلام بالمواضيع.

ويتعين على الجهات/الشركات الحكومية دراسة الرصد الإعلامي والرأي العام للجمهور بشكل مستمر، وخاصة ما يتم ذكره إعلامياً وفي مواقع التواصل الاجتماعي حول الخدمات أو المشاريع التي تقوم الجهة/الشركة بالترويج لها، ومراعاة تغيير معطيات التغطية الإعلامية أو تغيير اهتمام الجمهور، والذي قد يستلزم تغيير الخطة السنوية لتناسب مع المعطيات الجديدة، حيث إن عدم توافق المادة الترويجية مع الأحداث والفعاليات الجارية قد يؤدي إلى عدم تحقيق أهداف الترويج.

## 2. تحديد الوسائل المستخدمة

**يتعين على الجهات/الشركات الحكومية اختيار الوسائل والمنصات الإعلامية الأنسب من حيث فعاليتها وتأثيرها على الجمهور المستهدف وتحقيقها للأهداف الترويجية التي تم تحديدها، وذلك بعد دراسة ومراعاة ما يلي:**

- الاطلاع على الأبحاث أو إجراء الدراسات المطلوبة حول استخدامات الجمهور المستهدف لوسائل الإعلام وذلك لتحديد الوسائل والأدوات الأنسب.
- مراعاة تكلفة الترويج في الوسائل المختلفة والأخذ بعين الاعتبار فعالية الترويج فيها.
- دراسة خلفية الشركات أو الأفراد المالكين أو المساهمين في الوسائل الإعلامية التي سيتم الترويج من خلالها، وذلك للتأكد من عدم مخالفتها للمبادئ والقيم الدينية والثقافية والأخلاقية والاجتماعية لدولة الإمارات العربية المتحدة.

### 3. محتوى المادة الترويجية

يتعين على الجهات الحكومية الأخذ بعين الاعتبار المبادئ التالية عند إعداد أي محتوى ترويجي للتسويق للجهة/الشركة أو خدماتها أو مشاريعها مع العلم أنه تم الأخذ بعين الاعتبار القوانين الاتحادية المعنية:

- احترام القيم الدينية والثقافية والاجتماعية السائدة في دولة الإمارات العربية المتحدة.
- الالتزام بالنظام العام والآداب العامة.
- الالتزام بأحكام التشريعات الخاصة بالمحتوى الإعلامي والترويجي الاتحادية منها والمحلية.
- إعداد محتوى مناسب، يحترم خصوصية الأفراد ويحمي فئات المجتمع المختلفة من التأثيرات الضارة المحتملة من الترويج.
- أن يكون المحتوى الترويجي دقيقاً وصادقاً ويرسل رسالة واضحة للجمهور المستهدف كما هو محدد في الأهداف.
- عدم الإساءة لأي فئة من فئات المجتمع وعدم نشر الشائعات والأخبار المغرضة والمضللة.
- أن يتوافق المحتوى الترويجي مع كافة بنود سياسة الاتصال وقواعد الدليل الإرشادي لهوية حكومة أبوظبي، بما في ذلك المواصفات الفنية والنموذجية المطلوبة لاستخدام هوية حكومة أبوظبي.
- احترام حقوق الملكية الفكرية.
- في حال أرادت الجهة/الشركة الترويج خارج الدولة ينبغي مراعاة مضمون المادة الترويجية لتناسب مع الجمهور المستهدف وتشمل بوضوح ودقة معلومات الاتصال (مثال: استخدام فتح خط الدولة +971 عند ذكر أي رقم للتواصل).
- الإشراف والمراجعة للمحتوى المنشور قبل أو بعد التداول في مواقع التواصل الاجتماعي بهدف المحافظة على سمعة الجهة/الشركة من أية معلومات غير صحيحة أو لأية أسباب أخرى تستدعي ذلك.
- في حال إعداد الحملات الترويجية التي تمس حياة أفراد وخاصة تلك التي تحتاج لمعلومات إضافية، يتوجب على الجهة/الشركة التعاون مع مركز اتصال حكومة أبوظبي (مثال حملة التطعيم ضد شلل الأطفال).

## 4. تصميم المحتوى الترويجي

يمكن للجهات الحكومية اختيار التصميم الذي يناسب أهداف الجهة/الشركة أو المشروع الذي يتم الترويج له ما لم يتم مخالفة قواعد الدليل الإرشادي لهوية حكومة أبوظبي، مع مراعاة الآتي:

- التأكد من أن التصميم يساهم في إيصال الرسالة المرجوة إلى الجمهور المستهدف، وأن تكون الأهداف الترويجية واضحة، فلا يتم اختيار التصميم بدون مراعاة وضوح المحتوى الإعلاني.
- مراعاة اختيار الألوان والخطوط المتناسقة والتي تناسب الموضوع الذي يتم الترويج له، وذلك حتى لا يربك التصميم الجمهور من خلال تضارب التصميم مع الرسائل الترويجية وموضوع المحتوى.
- استخدام المواد المرئية عالية الجودة، وذلك حتى يترك التصميم الترويجي انطباعًا إيجابيًا لدى الجمهور، ويحافظ على عكس المستوى المرموق لحكومة أبوظبي.
- مراعاة الابتكار في التصميم والابتعاد عن التصاميم الدارجة التي قد لا يقوم الجمهور المستهدف بالانتباه لها بسبب الكمية الكبيرة من الإعلانات ومواد الترويج التي يتم نشرها في وسائل الإعلام والاتصال بشكل مستمر.

## 5. الاستعانة بالشركات الخاصة

عند الاستعانة بالشركات الخاصة لتصميم أو إدارة المواد أو الحملات الترويجية يتعين على الجهات الحكومية:

- اختيار الشركة المناسبة لتصميم أو إدارة المواد أو الحملات الترويجية الخاصة بالجهة/ الشركة من خلال دراسة سمعة الشركة في السوق والخبرات السابقة وعملاء الشركة.
- التأكد من إلزام الشركة بإجراءات التوقيع على وثيقة اتفاقية سرية المعلومات قبل العمل معها.
- العمل عن كثب مع الشركة لضمان جودة المنتج الترويجي من ناحية التصميم والمحتوى وطريقة الترويج.
- متابعة ما يتم نشره من قبل الشركة باسم الجهة/الشركة لضمان عدم تعارضه مع المبادئ والقيم الدينية والثقافية والأخلاقية والاجتماعية لدولة الإمارات العربية المتحدة.

## 6. الاشتراطات المالية

يجب على الجهات/الشركات الحكومية إعداد موازنة الخطة الترويجية، وتضمينها في بند "نفقات الدعاية والترويج" في الموازنة السنوية للجهة ومراعاة ما يلي قبل اعتمادها:

- إعداد دراسة لتكلفة الأنشطة والمواد الترويجية، وموازنتها بحيث لا يتخطى المبلغ الإجمالي الأرباح المالية أو الفوائد المتوقعة من الترويج.
- الاستفادة من وسائل التواصل والإعلام الرقمية التي تسمح بالترويج لفئات متنوعة من الجمهور بدون تكلفة مالية أو بتكلفة أقل من الوسائل الأخرى.
- التعاون مع الجهات/الشركات الحكومية للترويج لعدد من المشاريع تحت مظلة واحدة تجمع بين المشاريع أو الفعاليات المتشابهة، بحيث يمكن استخدام مواد ترويجية أقل لإيصال الرسائل المتعددة للجمهور، مما سيساهم في تخفيض التكلفة المالية.
- يمكن للجهات/الشركات الحكومية للترويج للفعاليات من خلال التعاون مع الجهات/الشركات الحكومية أو القطاع الخاص عن طريق الرعاية التجارية (Sponsorship) بعد الحصول على موافقة المجلس التنفيذي.

## 7. ضوابط المواد الترويجية:

يساهم استخدام الجهات/الشركات الحكومية للمواد الإعلانية والترويجية في زيادة وعي الجمهور حول الجهة/الشركة الحكومية، والمحافظة على سمعتها الإيجابية، وذلك من خلال الترويج للجهة/الشركة الحكومية وهويتها ومشاريعها بشكل عام، أو الترويج لخدمات الجهة/الشركة الحكومية لتزيد من عدد المستخدمين، أو لتعزف الجمهور بكيفية الاستفادة من الخدمات. ويتوجب على الجهات/الشركات الحكومية مراعاة كل ما سبق ذكره فيما يخص هذه الإعلانات.

### ضوابط المنشورات

يتعين على الجهات/الشركات الحكومية الأخذ بعين الاعتبار الضوابط التالية عند إعداد المنشورات:

- مراعاة فئة الجمهور عند طباعة المنشورات.
- تفادي طباعة كميات كبيرة بدون دراسة استخدامها خاصة في المواد الترويجية الدورية.
- توفير نسخ إلكترونية من المنشورات وحفظها في المكتبة الرقمية الخاصة بالجهة/الشركة مع مراعاة توفيرها في الموقع الرسمي للجهة/الشركة.



### ضوابط إعلانات التهئة

يقوم مكتب الاتصال الحكومي في الأمانة العامة للمجلس التنفيذي بنشر إعلانات التهئة نيابة عن الجهات الحكومية في المناسبات السنوية مثل شهر رمضان الفضيل وعيد الأضحى وعيد الفطر واليوم الوطني لدولة الإمارات العربية المتحدة، ولا يسمح للجهات/الشركات الحكومية بنشر إعلانات تهئة إضافية إلا بعد أخذ الموافقة من الأمانة العامة للمجلس التنفيذي.

ويمكن للجهات/الشركات الحكومية استخدام وسائل الاتصال الداخلي في الجهة/الشركة، أو أي وسيلة اتصال إلكترونية لنشر إعلانات التهئة إذا لم تتطلب صرف مبلغ مالي إضافي.

### ضوابط إعلانات الفوز بالجوائز

يمكن للجهات/الشركات الحكومية الترويج عن فوزها بالجوائز لما يترتب على هذا الإعلان من قيمة مضافة لسمعة الجهة/الشركة والإمارة. يمكن للجهة الترويج من خلال البيانات والتقارير الصحفية أو التلفزيونية أو باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مع مراعاة ما يلي:

- التأكد من جودة الجائزة ومصداقيتها ومراعاة مراجعة مكتب برنامج أبوظبي للتميز في الأمانة العامة للمجلس التنفيذي.
- التأكد من توضيح اسم الجائزة وأي معلومات أخرى قد تفيد الجمهور حول أهمية الجائزة في الإعلان.
- عدم نشر إعلانات تهئة للقادة عند فوز الجهة/الشركة بأي جائزة حيث إن مكتب الاتصال الحكومي في الأمانة العامة للمجلس التنفيذي هو المختص بنشر إعلانات التهئة للقيادة.
- لا يحق للجهة/الشركة تهئة نفسها أو إحدى الشركات التابعة لها.

### ضوابط إعلانات النعي

يمكن للجهات/الشركات الحكومية نشر إعلان نعي في حالة وفاة أحد موظفي الجهة/الشركة الحكومية وهو على رأس عمله حيث يقع على عاتق الجهة/الشركة نشر الإعلان في الصفحات الداخلية للصحيفة الرسمية لحكومة أبوظبي حسب الأمتلة أدناه، وذلك لما لهذه الممارسات من تنمية الولاء والاحترام بين الموظف وجهة العمل، وتوافقها مع العادات المتعارف عليها في المجتمع الإماراتي:

صفحة داخلية كاملة	درجة مدير عام أو من في حكمه
نصف صفحة داخلية	درجة مدير تنفيذي أو من في حكمه
ربع صفحة داخلية	جميع الدرجات الوظيفية الأخرى

ويمكن للجهات/الشركات الحكومية استخدام وسائل الاتصال الداخلي في الجهة/الشركة لنشر إعلان النعي في حالة وفاة أقرباء أحد موظفيها من الدرجة الأولى، ويقع على عاتق الجهة/الشركة اختيار وسيلة الاتصال الداخلي الأنسب، سواء كانت عبر إرسال بريد إلكتروني موّدد لجميع الموظفين، أو نشر إعلان نعي عبر الموقع الداخلي، أو أي وسيلة أخرى تحددها الجهة/الشركة.

ويقوم مكتب الاتصال الحكومي في الأمانة العامة للمجلس التنفيذي بنشر إعلان النعي بالنيابة عن حكومة أبوظبي في الحالات التالية:

سيقوم المكتب بنشر إعلان النعي باسم حكومة أبوظبي في الصحيفة الرسمية والصحيفة الأكثر انتشارًا بالإضافة إلى نشر مقال حول سيرة وإنجازات العضو خلال عمله في الحكومة.	في حال وفاة أحد أعضاء المجلس التنفيذي (سابقًا أو على رأس عمله)
سيقوم المكتب بنشر إعلان النعي باسم حكومة أبوظبي في الصحيفة الرسمية واستخدام وسائل الاتصال الداخلي في الأمانة العامة للمجلس التنفيذي لنشر إعلان النعي مع العلم أنه يتعين على الجهة/الشركة التي يترأسها العضو نشر إعلان النعي باستخدام وسائل الاتصال الداخلي.	في حال وفاة من تربطه صلة القرابة من الدرجة الأولى بأحد أعضاء المجلس التنفيذي الحاليين
سيقوم المكتب بنشر مقال حول سيرة وإنجازات المدير خلال عمله في الحكومة مع العلم أن جهته تقوم بعمل اللازم حسب الجدول أعلاه.	وفاة أحد مدراء العموم وهو على رأس عمله

وعلى الجهة/الشركة عند كتابة اللقب والمسمى الوظيفي لعضو المجلس التنفيذي في إعلانات النعي، وذكر عضوية المجلس التنفيذي قبل منصبه كرئيس دائرة.

### ضوابط إعلانات المناقصات العامة

يتطلب الإعلان عن المناقصات العامة اتباع الضوابط التالية مع مراعاة ضوابط إعلانات المناقصات العامة وأحكام قانون رقم 6 لسنة 2008 بشأن المشتريات والمناقصات والمزايدات والمستودعات لإمارة أبوظبي:

- يجب أن تتضمن الإعلانات كافة المعلومات اللازمة للجمهور المستهدف بما في ذلك اسم الجهة الحكومية المسؤولة عن المشروع، وتصور المشروع بشكل عام، ومدة سريان المناقصة، بالإضافة إلى الوثائق والبيانات المطلوب إرفاقها ضمن وثائق العطاء.
- يُعلن عن جميع المناقصات في ثلاث صحف يومية على أن تكون إحداها ناطقة باللغة الإنجليزية.
- ألا تقل مدة الإعلان عن يومين.
- نشر الإعلان في البوابة الإلكترونية حتى تاريخ إغلاق المناقصة.
- في حال تطلبت طبيعة المشروع نشر إعلان المناقصة في صحف خارجية، يكون للجهة المعنية الحرية في تقييم الأمر.
- الالتزام بالمعايير الفنية للدليل الإرشادي الخاص بتصميم إعلانات المناقصات.
- مراعاة حجم التوزيع ومدى انتشار الصحف والالتزام بالحجم المناسب كما هو موضح في الجدول أدناه:

المشاريع التي تزيد قيمتها عن 500 مليون درهم	صفحة كاملة
المشاريع التي تبلغ قيمتها من 100 - 500 مليون درهم	نصف صفحة
المشاريع التي تقل قيمتها عن 100 مليون درهم	ربع صفحة

a ملاحظة: تم مراعاة أحكام قانون رقم 6 لسنة 2008 بشأن المشتريات والمناقصات والمزايدات والمستودعات لإمارة أبوظبي.

