

Полное название: Национальный рейтинг эффективности медиа услуг рекламно-коммуникационных организаций России

Сокращенное название: Национальный Рейтинг Медиа Эффективности АКАР (НРМЭ АКАР)

Английский вариант: National Rating of Media Effectiveness RACA (NRME RACA)

1. Основные определения:

1.1. Национальный рейтинг эффективности медиа услуг — это порядковый показатель места заявленного бренда в списке участников по результатам оценки эффективности медиа услуг по ряду критериев и показателей.

Чем выше оценка эффективности, тем выше порядковый показатель места в списке.

Первое место рейтинга означает наивысший уровень оценки организации по утверждённой процедуре подсчета Рейтинга.

Объективной основой для ранжирования являются места, занятые на различных фестивалях рекламы и маркетинга за определенный период. Список и вес (количество баллов за призовые места) таких фестивалей формируется ежегодно на основе экспертных оценок членов Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности АКАР – победителей ТОП-10 соответствующих Рейтингов предыдущего года.

Национальный рейтинг эффективности медиа услуг создан, внедрен и ежегодно проводится Ассоциацией коммуникационных агентств России (АКАР).

Подсчет Национального рейтинга эффективности медиа услуг осуществляет Исследовательский Центр Ассоциации коммуникационных агентств России (ИЦ АКАР) на основе автоматизированного анализа данных системы показателей для каждого потенциального участника Рейтинга.

Национальный рейтинг эффективности медиа услуг рекламно-коммуникационных организаций АКАР является уникальным и единственным общепризнанным Рейтингом эффективности медиа услуг в РФ.

2. Цель рейтинга

Главная цель рейтинга – качественное развитие и продвижение рынка медиа услуг в РФ.

3. Задачи рейтинга:

1. Выявление лучших практик для стимулирования здоровой конкуренции среди участников медиа рынка;
2. Максимально объективная оценка медиа услуг организаций – участников медиа рынка;
3. Формирование, внедрение и регулярное улучшение единой системы медиа услуг на рекламно-коммуникационном рынке РФ;
4. Создание общепринятых стандартов и оценок качества медиа услуг;
5. Развитие внутренней индустриальной инфраструктуры, создание атмосферы творческого соревнования на рынке медиа услуг;
6. Повышение мотивации, направленной на создание современных, ярких, неординарных, инновационных, интерактивных, коммуникационных продуктов;
7. Создание единого индустриального ориентира при выборе партнеров на рынке медиа услуг;
8. Повышение позитивного знания и положительного имиджа рынка медиа услуг;
9. Продвижение позитивной репутации российской индустрии медиа услуг за рубежом.

4. Основные принципы Рейтинга эффективности

4.1 Принципы формирования Комиссии:

Комиссия включает в себя представителей победителей ТОП-10 Национального рейтинга эффективности услуг рекламно-коммуникационных организаций России предыдущего года и сопредседателей комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности, избранных на Ежегодной Конференции АКАР.

4.2 Каждое агентство, входящее в комиссию, обязано персонифицировать представителя (имеется в виду персонификация представителя, принимающего решение).

4.3 Правила рассмотрения включения фестивалей в Рейтинг:

- По представлению членов Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности;
- По представлению профильных комитетов АКАР, Исполнительной дирекции АКАР;
- По заявлению фестивалей, при условии наличия рекомендации профильных комитетов и/или членов Комиссии и/или Исполнительной дирекции АКАР;

4.4 Основные критерии ранжирования фестивалей в Рейтинге по зонам (Black, Red, Blue, Green) и определения их весов:

- Качество работ, получивших награды фестиваля;
- Состав жюри;
- Количество и география участников фестиваля; для международных фестивалей – количество участников от России;
- Общий уровень организации фестиваля;
- Качество образовательной программы (если таковая предусмотрена);
- Уровень церемонии награждения победителей;
- Наличие каталога участников фестиваля и пр.;
- Скидки, предоставляемые членам 3-х индустриальных ассоциаций: АКАР, РАМУ и АРИР.

5. Процедура выбора фестивалей, их ранжирование и определение их весов:

* В случае приостановления партнерства со стороны иностранных фестивалей с российским рынком, возможна временная приостановка ранжирования баллов фестивалей по цветовым зонам в Рейтинге эффективности. В случае возобновления сотрудничества, цветовые зоны возвращают свою силу.

5.1 Четыре уровня фестивалей:

Все фестивали делятся на 4 уровня. Каждому уровню присвоено «цветовое» определение, фестивали ранжируются по следующим критериям:

1. Страна проведения;
2. Количество поданных работ;
3. Количество стран – участниц;
4. Уровень компетентности жюри (обладатели престижных мировых наград).

Green:

- Фестивали, проходящие на территории постсоветского пространства;
- Количество поданных работ – до 500;
- Количество стран – участниц – до 5 (страны СНГ);
- Состав жюри – РФ и страны СНГ + 1-2 хэдлайнера;
- Максимальный вес фестиваля в данной категории – не более 3 баллов на усмотрение Комиссии.

Blue:

- Фестивали, проходящие на территории РФ, ближнего зарубежья;
- Количество поданных работ – от 500 до 1500;

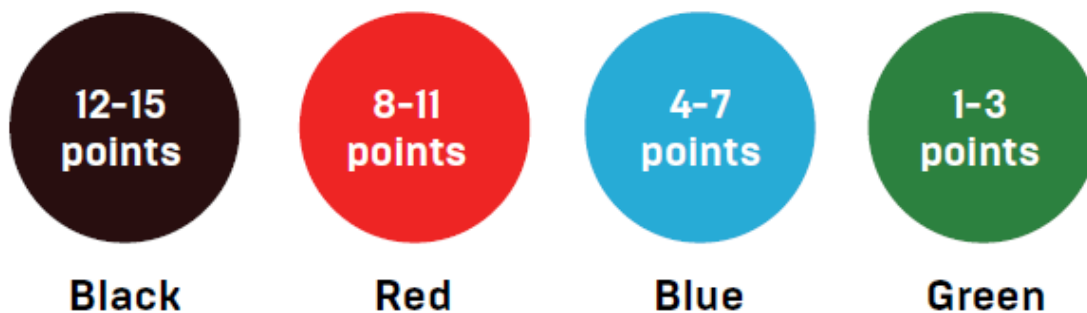
- Количество стран – участниц - от 5 до 20;
- На 50% международный состав жюри – обладатели престижных международных наград;
- Вес фестиваля варьируется от 4 до 7 баллов на усмотрение Комиссии.

Red:

- Фестивали, проходящие на территории Европейских государств;
- Количество работ – от 500 до 3000;
- Количество стран, участвующих в фестивале – от 20 до 50;
- Международный состав жюри – победители лучших мировых фестивалей, создатели знаковых кейсов;
- Вес фестиваля варьируется от 8 до 11 баллов на усмотрение Комиссии.

Black:

- Фестивали, проходящие на территории Европы, Азии и Америки;
- Количество поданных работ – от 3000;
- Количество стран – участниц – от 50 и выше;
- Международный состав жюри – обладателей престижнейших мировых наград, создатели культовых кейсов.
- Вес фестиваля варьируется от 12 до 15 баллов на усмотрение Комиссии;
- Все номинации фестивалей приводятся в Приложении №1 к настоящему Положению о Рейтинге эффективности медиа агентств.



Список фестивалей, учитываемых в рейтинге, каждый год утверждается Комиссией АКАР по фестивальной и конкурсной деятельности и может меняться.

5.2. Регламент голосования по выбору фестивалей:

Голосование проходит в онлайн- или оффлайн-формате.

В случае, если кто-то из агентств, входящих в ТОП-10, не сможет присутствовать на заседании, приглашаются 11-15-20 места для того, чтобы количество голосов сохранялось на уровне 10 агентств. При равенстве голосов дополнительное право голоса имеет 1 сопредседатель комиссии.

В случае, если агентство, присутствующее в ТОП-20 рейтинга, отказывается от своего голоса, либо передает его другому агентству в определении фестивалей, ему необходимо написать заявление на имя Исполнительного директора АКАР.

В случае, если Исполнительная дирекция АКАР не получила от агентства официального заявления об отказе или передаче голоса в положенный срок, голос агентства автоматически отзывается.

Для того, чтобы решения участников, присутствующих в ТОП-10, были наиболее объективными, участники не могут передавать свои голоса другим представителям из первой десятки.

5.3. Процедура утверждения номинаций фестивалей:

- Процедура выбора номинаций проходит в несколько этапов, в зависимости от сроков публикации списка категорий и номинаций на официальных сайтах фестивалей. Включение тех или иных номинаций в список, учитываемых в Рейтингах, невозможно после окончания срока подачи работ на фестиваль.
- Голосование считается состоявшимся в том случае если более половины агентств, принимавших в нем участие, отдали свой голос. В случае, если агентство, уведомленное о голосовании, отказывается от предоставления голоса ввиду различных причин, то голос рассматривается как «воздержавшийся».
- При голосовании за утверждение номинаций универсальных фестивалей в соответствующих сегментах, в ситуации, когда в течении 2-х недель не набран кворум голосов, учитываются номинации, согласованные в предыдущем году.

6. Правила подсчета баллов

6.1 За каждую работу в рамках одного фестиваля и одной номинации баллы начисляются только один раз в зависимости от максимального показанного результата.

6.2 Вес награды умножается на коэффициент фестиваля.

6.3 Коэффициенты начисления баллов за полученные награды:

- за присутствие в шорт-листе – значение, присвоенное шорт-листу, умноженное на 1;
- за 3 место (Bronze) – значение, присвоенное шорт-листу, умноженное на 3;
- за 2 место (Silver) – значение, присвоенное шорт-листу, умноженное на 5;
- за 1 место (Gold) – значение, присвоенное шорт-листу, умноженное на 9;
- за гран-при в категории (Best of content) – значение, присвоенное шорт-листу, умноженное на 15;
- за гран-при фестиваля (Festival Grand-Prix) – значение, присвоенное шорт-листу, умноженное на 18.

6.4 Специальные призы не учитываются.

6.5 Баллы рассчитываются как среднее арифметическое, согласно правилам математического округления до десятых.

6.6 Более 100% баллов за награду в рейтинге не начисляется.

6.7 По умолчанию баллы за награду в Национальном рейтинге эффективности услуг рекламно-коммуникационных организаций России начисляются основной рекламно-коммуникационной организации, указанной в результатах фестиваля. Если основных рекламно-коммуникационных организаций несколько, то 100% баллов делится в равных долях между этими агентствами.

6.8 Если в качестве соисполнителей в результатах фестиваля указаны другие рекламно-коммуникационные организации, то баллы им могут быть начислены только по решению основного коммуникационного агентства или нескольких основных коммуникационных агентств, о чем они должны уведомить Исполнительную дирекцию АКАР не позднее чем 45 дней после официальной церемонии награждения победителей фестиваля.

6.9 В случае, если фестиваль в качестве основного агентства идентифицирует медийное агентство, а не коммуникационное, то по решению этого агентства, направленному в Исполнительную дирекцию АКАР официальным письмом в течение 45 дней после официальной церемонии награждения победителей фестиваля, соисполнителем медиа агентством может быть начислено 100% баллов суммарно. Если соисполнитель один, то ему могут начислить все 100% в рейтинге эффективности медиа агентств.

6.10 Если в качестве основного исполнителя фигурирует клиент, а агентство выступает как соисполнитель (несколько соисполнителей), то баллы агентствам не начисляются до тех пор, пока клиент не уведомит Исполнительную дирекцию АКАР по распределению баллов агентству (нескольким агентствам) в течение 45 дней после официальной церемонии награждения победителей фестиваля.

6.11 В случае, если в результатах фестиваля победители изначально распределены на коммуникационные и медийные агентства, то каждое агентство/рекламно-коммуникационная организация получает 100% баллов в свой рейтинг.

6.12 В случае возникновения неучтенных в данном Положении вопросов, они обсуждаются в рамках Комиссии по весам.

6.13 В Рейтинге эффективности медиа агентств участвуют агентства, зарегистрированные на территории Российской Федерации, получившие награды на фестивалях и в номинациях, входящих в Рейтинг.

6.14 Если участники набирают одинаковое количество баллов, то они располагаются на одной позиции в рейтинге. В таком случае, позиция следующего участника считается от количества участников, расположенных на предыдущей позиции.

7. Прочие условия

7.1 Возможные вопросы касаемые Рейтинга высылать на почту: akar@akarussia.ru

7.2 Настоящее Положение ежегодно корректируется Исполнительной Дирекцией АКАР согласно внесенным изменениям и утверждается Председателем Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности.

7.3 Перед публикацией результатов рейтинга Исполнительная дирекция АКАР согласовывает их корректность с ТОП-10 участников рейтинга. Датой начала срока согласования считается день отправки письма Исполнительной дирекцией. С этого момента представители агентств должны в течении двух недель (10 рабочих дней) согласовать результаты или предоставить корректировки.

Если у участников есть корректировки они обязаны предоставить их не позднее, чем за 5 дней до окончания сроков согласования результатов.