

Полное название:

Национальный рейтинг креативности рекламно-коммуникационных агентств России по версии АКАР

Сокращенное название:

Национальный Рейтинг Креативности агентств АКАР (НРК АКАР)

Английский вариант:

National Rating of Creativeness Agency RACA (NRCA RACA)

Учитывая важность профессиональных и креативных (творческих) решений в современном маркетинге и необходимость оценки креативности (творческого потенциала) участников рынка индустрии рекламы и маркетинговых коммуникаций, и понимая, что наиболее объективной оценкой являются результаты участия в профессиональных фестивалях и конкурсах, АКАР разработала 7 сегментов Рейтинга креативности для разных направлений рекламного рынка:

- Национальный рейтинг креативности агентств
- Национальный рейтинг креативности агентств сегмент «Маркетинговые услуги»,
- Национальный рейтинг креативности агентств сегмент «Брендинг»,
- Национальный рейтинг креативности агентств сегмент «Диджитал».
- Национальный рейтинг креативности агентств сегмент «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций»
- Национальный рейтинг креативности агентств сегмент «PR/Связи с общественностью»
- Национальный рейтинг креативности агентств сегмент Young

Год создания: 2008.

1. Основные определения:

1.1. Национальный рейтинг креативности агентств — это порядковый показатель места бренда агентства в списке участников по результатам оценки креативных решений в рекламно-коммуникационной индустрии по ряду критериев и показателей.

Чем выше оценка креативных решений, 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 и премиях рекламы, маркетинга и коммуникаций 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 и победителей ТОП-10 соответствующих Рейтингов предыдущего года (так называемая Комиссия по весам).

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

Подсчет Национального рейтинга креативности агентств осуществляет Аналитический Центр АКАР/РАМУ/АРИР/ГИПП (АЦ АКАР/РАМУ/АРИР/ГИПП) на основе автоматизированного анализа данных системы показателей для каждого потенциального участника Рейтинга.

Национальный рейтинг креативности агентств АКАР является уникальным и единственным общепризнанным Рейтингом креативности в России.

Процедура подсчета и оценки Национального рейтинга креативности АКАР по всем сегментам открыта для всех участников и прописана в данном Положении.

1.2 Национальный рейтинг креативности агентств – Рейтинг организаций, набравших баллы за призовые места и шорт-листы во всех номинациях универсальных фестивалей и конкурсов, список которых определяется ежегодно Комиссией, состоящей из организаций – победителей ТОП-10 Национального рейтинга креативности предыдущего года (Комиссии по весам).

1.3 Национальный рейтинг креативности агентств сегмент «Маркетинговые услуги» – Рейтинг организаций, набравших баллы за призовые места и шорт-листы во всех номинациях профильных фестивалей и конкурсов, а также отраслевых номинациях универсальных фестивалей и конкурсов, список которых определяется ежегодно Комиссией, состоящей из организаций – победителей ТОП-10 Национального рейтинга креативности сегмента «Маркетинговые услуги» предыдущего года (Комиссии по весам).

1.4 Национальный рейтинг креативности агентств сегмент «Брендинг» – Рейтинг организаций, набравших баллы за призовые места и шорт-листы во всех номинациях профильных фестивалей и конкурсов, а также отраслевых номинациях универсальных фестивалей и конкурсов, список которых определяется ежегодно Комиссией, состоящей из организаций – победителей ТОП-10 Национального рейтинга креативности сегмента «Брендинг» предыдущего года (Комиссии по весам).

1.5 Национальный рейтинг креативности агентств сегмент «Диджитал» – Рейтинг организаций, набравших баллы за призовые места и шорт-листы во всех номинациях профильных фестивалей и конкурсов, а также отраслевых номинациях универсальных фестивалей и конкурсов, список которых определяется ежегодно Комиссией, состоящей из организаций – победителей ТОП-10 Рейтинга креативности сегмента «Диджитал» предыдущего года (Комиссии по весам).

1.6 Национальный рейтинг креативности агентств сегмент «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» – Рейтинг организаций, набравших баллы за призовые места и шорт-листы во всех номинациях профильных фестивалей и конкурсов, а также отраслевых номинациях универсальных фестивалей и конкурсов, список которых определяется ежегодно Комиссией, состоящей из организаций – победителей ТОП-10 Рейтинга креативности сегмента «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» предыдущего года (Комиссии по весам) и Наблюдательного Совета сегмента Рейтинга «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций». Национальный рейтинг креативности сегмент «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» внутри подразделяется на 2 вида, по структуре номинаций: Национальный рейтинг креативности сегмент «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» Социальная реклама и Национальный рейтинг креативности сегмент «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» КСО (Корпоративная социальная ответственность)

1.7 Национальный рейтинг креативности агентств сегмент «PR/Связи с общественностью» – Рейтинг российских организаций, набравших баллы за призовые места и шорт-листы во всех номинациях профильных фестивалей и конкурсов, а также отраслевых номинациях универсальных фестивалей и конкурсов, список которых определяется ежегодно Комиссией, состоящей из организаций – победителей ТОП-10 Рейтинга креативности сегмента «PR/Связи с общественностью» предыдущего года (Комиссии по весам) и Наблюдательного Совета сегмента «PR/Связи с общественностью».

1.8 Национальный рейтинг креативности агентств сегмент Young — Рейтинг российских участников, набравших баллы за призовые места и шорт-листы в специализированных фестивалях или специализированных номинациях «Young» профильных фестивалей и конкурсов, список которых определяется ежегодно Комиссией, состоящей из организаций – победителей ТОП-10 Национального рейтинга креативности предыдущего года (Комиссии по весам).

1.9 Универсальные фестивали и конкурсы – список из максимально 12-ти фестивалей, в которых представлены номинации по всему спектру рекламной деятельности, включая креатив, медиа, маркетинговые услуги, брендинг, крафт, коммуникационные услуги и т.д. Список фестивалей определяет Комиссия, состоящая из победителей ТОП-10 Национального рейтинга креативности агентств предыдущего года (Комиссия по весам).

1.10 Профильные фестивали и конкурсы – список из не более чем 4-х фестивалей в каждом из Рейтингов сегментов «Маркетинговые услуги», «Брендинг» и «Диджитал» и в количестве, согласованном Наблюдательным Советом в каждом из сегментов «Социальной рекламы и социально-значимых

коммуникаций» и «PR/Связи с общественностью». Профильные фестивали содержат только профильные номинации и идут в зачет только соответствующим Рейтингам.

1.11 Наблюдательный Совет Рейтинга креативности агентств сегмента «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» формируется из Сопредседателей фестивально-конкурсной комиссии АКАР, Сопредседателей комитета креативных агентств АКАР, Сопредседателей Комиссии по социальным социальной ответственности и корпоративным коммуникация АКАР, экспертов рынка социальной рекламы и может состоять из не более чем 10 экспертов.

1.12 Наблюдательный Совет Рейтинга креативности агентств сегмента «PR/Связи с общественностью» формируется из представителей партнерских профильных PR ассоциаций, сопредседателей фестивально-конкурсной комиссии АКАР и Первого Вице-Президента АКАР

1.13 К участию в Рейтингах допускаются любые агентства рекламно-маркетинговых коммуникаций, оказывающие услуги рекламодателям и аналогичным заказчикам независимо от организационно-правовой формы и формы собственности, которые осуществляют деятельность на территории России и в том числе зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей.

К участию в Рейтинге не допускаются физические лица, за исключением сегмента Young и компании рекламодатели, за исключением инхаус и сейлз-хаус агентств, соответствующий статус которых, должен быть подтвержден по запросу Исполнительной Дирекции АКАР.

В случае сомнения в позиционировании компании/организации участника Рейтинга, Исполнительная дирекция АКАР в праве запросить у участника документы, подтверждающие факт оказания профильных услуг.

2. Цель Рейтинга

Главная цель Рейтинга – качественное развитие и продвижение рынка рекламы и маркетинговых услуг в России

3. Задачи Рейтинга:

- Выявление лучших практик для стимулирования здоровой конкуренции среди участников рынка рекламы и маркетинговых услуг;
- Максимально объективная оценка услуг агентств – участников рынка рекламы и маркетинговых услуг;
- Формирование, внедрение и регулярное улучшение единой системы услуг на рынке рекламы и маркетинговых услуг;
- Создание общепринятых стандартов и оценок качества услуг;
- Развитие внутренней индустриальной инфраструктуры, создание атмосферы творческого соревнования на рынке рекламы и маркетинговых коммуникаций;
- Повышение мотивации, направленной на создание современных, ярких, неординарных, инновационных, интерактивных, коммуникационных продуктов;
- Создание единого индустриального ориентира при выборе партнеров на рынке рекламы и маркетинговых услуг;
- Повышение позитивного знания и положительного имиджа рынка рекламы и маркетинговых услуг;
- Продвижение позитивной репутации российской индустрии рекламы и маркетинговых услуг за рубежом

Задачи Рейтинга в сегменте Young:

- Повысить уровень работ и организации студенческих фестивалей;
- Привлечь талантливых студентов к регулярному участию в фестивалях;
- Создать единый стандарт оценки фестивальных работ;

- Привлечь внимание рекламодателей к фестивалям и работодателей к талантам;
- Помочь талантливым студентам в профессиональном и карьерном развитии.

4. Основные принципы Рейтинга

4.1 Принципы формирования Комиссий:

Члены комиссии состоят из:

- Сопредседателей Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности, избираемых на Ежегодной Конференции АКАР,
- и представителей организаций–победителей предыдущего года:
- ТОП-10 Национального рейтинга креативности агентств,
- ТОП-10 рейтинга креативности агентств сегмента «Маркетинговые услуги»,
- ТОП-10 рейтинга креативности агентств сегмента «Брендинг»,
- ТОП-10 рейтинга креативности агентств сегмента «Диджитал»,
- ТОП-10 рейтинга креативности агентств сегмента «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» и Наблюдательного Совета для сегмента «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций»
- ТОП-10 рейтинга креативности агентств сегмента «PR/Связи с общественностью» и Наблюдательного Совета для сегмента Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций»

(без взаимоисключений, т.е. если участник попадает в 2 и более Рейтинга, он имеет право голосовать во всех).

4.2 Каждая организация, входящая в Комиссию по весам, обязана персонифицировать представителя, имеющего право голоса по данному вопросу.

4.3 Правила 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
- По представлению членов Наблюдательных Советов для сегментов «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» и «PR/Связи с общественностью»

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

1. Качество работ, получивших награды фестиваля;
2. Состав жюри;
3. Количество и география участников фестиваля, для международных фестивалей – количество участников от России;
4. 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 и ограничений кол-ва универсальных и профильных фестивалей и премий (при этом максимально допустимое количество фестивалей и премий в одном сегменте не может быть выше 12) в Рейтинге креативности. 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:

- Страна проведения,
- Количество поданных работ,
- Количество стран – участниц,
- Уровень компетентности жюри (обладатели престижных мировых наград).

Green:

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

Blue:

- Фестивали, проходящие на территории России, ближнего зарубежья
- Количество поданных работ – от 500 до 1500
- Количество стран – участниц – от 10 до 30
- На 60% 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 1500 до 3000
- Количество стран, участвующих в фестивале – от 30 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 престижных мировых наград, создатели культовых кейсов.
- Вес фестиваля варьируется от 12 до 15 баллов на усмотрение Комиссии.

5.2 Комиссия, состоящая из представителей организаций – победителей ТОП-10 Национального рейтинга креативности агентств предыдущего года (Комиссия по весам) и Председателя/Сопредседателей Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности, выбирает не более 12 универсальных фестивалей на будущий год для Национального рейтинга креативности и Национального рейтинга креативности сегмента Young, путем открытого голосования в режиме реального времени. Далее фестивали ранжируются Комиссией в соответствии с уровнями и оцениваются по соответствующей каждому уровню шкале баллов. Список фестивалей для Национального рейтинга креативности и Национального рейтинга креативности сегмента Young утверждается в первую очередь.

5.3 Комиссии, состоящие из представителей организаций – победителей ТОП-10 Рейтинга сегментов «Маркетинговые услуги», «Брендинг» и «Диджитал» (соответствующих Комиссий по весам) выбирают не более 4-х профильных фестивалей для каждого Рейтинга, которыми они на выбор могут заменить и/или дополнить универсальными фестивалями.

5.4 Комиссии, состоящие из представителей организаций – победителей ТОП-10 Рейтинга сегментов «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» и «PR/Связи с общественностью» (Комиссий по весам) и их Наблюдательных Советов в праве выбрать более 4-х профильных фестивалей для каждого Рейтинга, которыми они на выбор могут заменить и/или дополнить универсальными фестивалями. Далее фестивали ранжируются по уровням и баллам, аналогично Национальному рейтингу креативности. В итоге, в списке фестивалей каждого вида Рейтинга должно учитываться не более 12 фестивалей.

5.5 Регламент голосования по выбору фестивалей:

Голосование проходит в онлайн или оффлайн-формате.

В случае если участник, входящий в ТОП-10 (Комиссию по весам), не сможет участвовать в голосовании, то приглашаются следующие участники с 11 по 20 место до достижения количества голосующих уровня 10 голосов.

При равенстве голосов дополнительное и решающее право голоса имеет один из Сопредседателей фестивально-конкурсной Комиссии. Голосование считается состоявшимся в том случае, если более половины агентств, принимавших в нем участие, отдали свой голос.

При выборе фестивалей в сегментах Рейтинга «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» и «PR/Связи с общественностью», в голосовании помимо ТОП-10 принимает участие Наблюдательный Совет, каждый член которого имеет право на голос наравне с агентствами из ТОП-10.

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

Все выбранные фестивали и премии, после подведения и оглашения своих итогов, по запросу Исполнительной дирекции АКАР, предоставляют информацию о своих победителях в утвержденной форме.

5.6 Процедура утверждения номинаций фестивалей:

В Национальном рейтинге креативности агентств учитываются все номинации всех фестивалей из списка; В Рейтингах креативности агентств сегментов «Маркетинговые услуги», «Брендинг», «Диджитал», «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» и «PR/Связи с общественностью» учитываются все номинации профильных фестивалей, а из универсальных фестивалей — только профильные номинации, выбираемые Комиссиями ТОП- 10 соответствующих сегментов Рейтинга. 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;

Победы в социальных номинациях учитываются только в сегменте «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций», которые не могут и не будут учитываться при подсчете результатов остальных

сегментов Национального рейтинга креативности агентств (Диджитал, Брендинг, Маркетинговые услуги, PR/Связи с общественностью). При этом, в основной Национальный рейтинг креативности идут в зачет все номинации, включая социальные.

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 в виду различных причин, 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. Если участник получает в одной номинации награды Gold и Grand-Prix за одну работу, АКАР делает запрос в фестиваль для выяснения количества поданных заявок от этого участника в данной категории.

6.2 Вес награды умножается на коэффициент фестиваля

6.3 Коэффициенты начисления баллов за полученные награды:

- за шорт-лист – награда, присвоенная работе, умноженное на 1
- за 3 место (Bronze) – награда, присвоенная работе, умноженное на 3
- за 2 место (Silver) – награда, присвоенная работе, умноженное на 5
- за 1 место (Gold) – награда, присвоенная работе, умноженное на 9
- за гран-при в категории (Best of content) – награда, присвоенная работе, умноженное на 15
- за гран-при фестиваля (Festival Grand-Prix) – награда, присвоенная работе 18.

Учёт побед фестивалей и конкурсов с неклассической системой награждения (где нет 1,2,3 мест) будет определяться индивидуально Комиссией по фестивальной и конкурсной деятельности АКАР в каждом конкретном случае.

6.4 Специальные призы и концепты работ не учитываются.

6.5 Более 100% баллов за награду в Рейтинге не начисляется.

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

6.7 Серия работ, занявших призовые места или вошедших в шорт-листы, получает баллы в соответствии с правилами фестиваля.

6.8 Баллы в Рейтинге засчитываются участникам, которые подавали и оплачивали заявку на фестиваль.

6.9 Если работа подавалась и оплачивалась несколькими участниками, принимавших участие в создании данной работы, баллы делятся поровну между ними.

6.10 Участник, подавший и оплативший заявку на работу, которая получила призовое место или вошла в шорт-лист, имеет право передать часть баллов другому участнику, принимавшему участие в создании данной работы в течение 45 дней после официальной церемонии награждения в соответствующем фестивале.

6.11 Награды, полученные участниками в фестивалях, не относящихся к основным (имеющих приставку Health, Beauty, Sport, Innovations и т.д.) не учитываются.

6.12 В случае возникновения неучтенных в данном Положении вопросов, решение по ним принимается Сопредседателями Комиссии фестивально-конкурсной деятельности и экспертами соответствующих Наблюдательных Советов.

6.13 Участники, получившие награды на фестивалях и конкурсах, входящих в Рейтинговые списки, попадают в Рейтинг автоматически, если соответствуют критериям, указанным в п.1.12.

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 при необходимости ежегодно корректируется Исполнительной Дирекцией АКАР и утверждается сопредседателями Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности.

7.3 За 7 рабочих дней до завершения подсчета результатов Рейтинга, Исполнительная дирекция АКАР разместит на сайте АКАР и в отраслевых ресурсах, новость о сроке окончания подсчета результатов Рейтинга (7 рабочих дней), все желающее агентства, в индивидуальном порядке, смогут направить обращение в Исполнительную дирекцию АКАР и запросить для согласования и проверки свои результаты.

Если участник не обратился в дирекцию в установленный срок (7 рабочих дней) с момента размещения информации о завершении подсчета результатов Рейтинга, его результаты будут считаться согласованными.

После окончания указанного срока внесение правок со стороны участников невозможно.

После официальной публикации результаты Рейтинга может быть скорректирован только в случае необходимости приведения данных Рейтинга в соответствие с законодательством, предписаниями регулирующих органов или в исключительных случаях решениями Совета АКАР, включая, но не ограничиваясь, нанесением репутационного ущерба участнику Рейтинга или Рейтингу в целом, признания участника иностранным агентом или нежелательной организацией, включение в реестр неблагонадежных поставщиков.