

Полное название:

Национальный Рейтинг Эффективности Медиаагентств АКАР (НРЭМ АКАР)

Английский вариант:

National Rating of Effective Media Agencies RACA (NREMA RACA)

Год основания: 2018

Учитывая важность инструментов маркетинговых коммуникаций и рекламных кампаний в контексте возврата рекламных бюджетов и роста показателей бизнеса участников рынка индустрии, и понимая, что наиболее объективной оценкой являются результаты участия в профессиональных фестивалях и конкурсах, АКАР разработал Рейтинг эффективности медийных агентств.

Задача данного Рейтинга и сегментов — ранжирование российских медийных агентств по уровню эффективности.

Объективной основой для такого ранжирования являются места, занятые агентствами на различных фестивалях рекламы и маркетинга за определенный период.

1. ОСНОВНЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ

1.1. Национальный рейтинг эффективности медиаагентств АКАР (НРЭМ АКАР) — это ежегодный порядковый рейтинг, отражающий место бренда медиаагентства в общем списке участников, определенное по результатам оценки эффективности его медиауслуг. Оценка производится на основе автоматизированного анализа данных системы показателей, главным и объективным критерием которой являются места, занятые агентствами на российских и международных фестивалях рекламы и маркетинга за отчетный период.

Чем выше совокупная оценка эффективности, тем выше порядковый показатель места в списке. Первое место Рейтинга означает наивысший уровень оценки бренда агентства по утвержденной процедуре подсчета. При этом сам факт включения агентства в рейтинг свидетельствует о его значимых компетенциях и эффективности, поскольку методология подсчета основана на учете реальных достижений и побед агентств на рынке.

Национальный Рейтинг Эффективности Медиаагентств АКАР является уникальным и единственным общепризнанным рейтингом эффективности медиауслуг в России. Настоящий рейтинг оценивает эффективность медиауслуг, а именно: стратегия, аналитика, планирование.

Эффективность продажи медиаинвентаря не является предметом рейтинга. Рейтинг создан, внедрен и ежегодно проводится Ассоциацией Коммуникационных Агентств России (АКАР). Подсчет Рейтинга осуществляет Исполнительная Дирекция и Аналитический Центр Российской Индустрии Рекламы (АЦ РИР). Процедура подсчета и оценки Рейтинга открыта для всех участников и прописана в данном Положении.

1.2. Принцип формирования Рейтинга — ранжирование российских медиаагентств по уровню эффективности на основе баллов, начисленных за призовые места и шорт-листы в профильных и универсальных индустриальных фестивалях, конкурсах и премий

Список учитываемых фестивалей, конкурсов и премий их номинаций и весов (количество баллов за призовые места) ежегодно формируется и утверждается Комиссией по Весам на основе экспертных оценок.

1.3. Комиссия по Весам ежегодно обновляется и формируется из: ТОП-10 агентств-победителей предыдущего года, Сопредседателей Комиссии по Фестивальной и Конкурсной деятельности АКАР; до 2-х приглашённых экспертов — члены АКАР, признанные специалисты в своём сегменте, чьи кандидатуры согласовываются Сопредседателями Комиссии по Фестивальной и Конкурсной АКАР

1.4. Универсальные фестивали, конкурсы и премии – 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.

1.5. Профильные фестивали и конкурсы – список из не более чем 4-х фестивалей, которые содержат только профильные номинации и идут в зачет только соответствующий Рейтинг.

1.6. Участники Рейтинга — любые бренды медиаагентства, оказывающего профильные услуги рекламодателям и аналогичным заказчикам, осуществляющий деятельность на территории Российской Федерации и являющийся профессиональным участником рынка.

1.6.1. Для целей настоящего рейтинга под агентством подразумеваются структуры любой организационно-правовой формы и вида собственности, в том числе зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей, оказывающие услуги сторонним рекламодателям. Доходы такой структуры формируются преимущественно за счет медиа-услуг, отличных от продажи рекламно-информационного инвентаря, как собственного, так и реализуемого на договорной основе по поручению владельца инвентаря.

1.6.2. Под сторонним рекламодателем понимается организация или аналогичное объединение, основной вид деятельности которого отличен от медийных или аналогичных услуг, продвигающее собственные или лицензионные бренды и/или услуги, в том числе некоммерческого характера, в рамках договоров с независимыми агентствами или агентствами, учрежденными таким объединением, но ведущими самостоятельную хозяйственную деятельность и не являющимися структурными подразделениями этого объединения.

1.6.3. В Рейтинге участник не может быть представлен в виде юридического лица, группы компаний, холдинга, содружества или аналогичного объединения.

1.6.4. К участию в Рейтинге не допускаются физические лица.

1.6.5. Бренд агентства, идентифицированный как медиаагентство не может участвовать одновременно в Рейтинге Эффективности Коммуникационных (НРЭКА) и Рейтинге Эффективности Медиаагентств (НРЭМ АКАР)

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

2. ЦЕЛЬ РЕЙТИНГА

Главной целью Национального рейтинга эффективности медиаагентств АКАР является качественное развитие и устойчивый рост медийного рынка России через формирование прозрачной, объективной и общепризнанной системы оценки вклада медиаагентств в эффективность рекламных кампаний.

Общие принципы: Рейтинг основывается на принципах коллегиальности, прозрачности, объективности и профессионализма. Все процедуры, критерии оценки и состав ответственных органов являются публичными.

3. ЗАДАЧИ РЕЙТИНГА

Формирование объективной системы оценки:

3.1.1. Обеспечение максимально объективного и прозрачного ранжирования медиаагентств – участников рынка на основе анализа их реальных достижений и эффективности работы.

3.1.2. Выявление, анализ и продвижение лучших отраслевых практик и успешных кейсов для стимулирования профессионального роста и здоровой конкуренции.

3.2. Развитие рыночной инфраструктуры и стандартов:

3.2.1. Формирование, внедрение и постоянное совершенствование единых общепризнанных стандартов и критериев качества медиауслуг.

3.2.2. Создание понятного и публичного ориентира для рекламодателей при выборе профессионального партнера на медийном рекламном рынке.

3.2.3. Развитие внутренней индустриальной инфраструктуры и создание среды для профессионального диалога и творческого соревнования.

3.3. Стимулирование качества и инноваций:

3.3.1. Повышение мотивации агентств к созданию современных, креативных, инновационных и высокоэффективных медиапродуктов и рекламных кампаний.

3.3.2. Повышение общего уровня эффективности и ROI рекламных кампаний, проводимых на российском рынке.

3.3.3. Продвижение высокой репутации, экспертизы и конкурентных стандартов российской медийной индустрии на международной арене.

4. КОМИССИЯ ПО ВЕСАМ

4.1. Комиссия по Весам: в целях обеспечения объективности и прозрачности деятельности Комиссии по Весам, все кандидаты от рекламных агентств должны обладать высоким уровнем профессионализма и демонстрировать экспертное знание отраслевых особенностей при выборе фестивалей и номинаций.

4.1.1. Состав Комиссии: ТОП-10 агентств-победителей предыдущего года, Сопредседателей Комиссии по Фестивальной и Конкурсной деятельности АКАР; до 2-х приглашённых эксперта — члены АКАР, признанные специалисты в своём сегменте, чьи кандидатуры согласовываются Сопредседателями Комиссии по Фестивальной и Конкурсной АКАР и которые приглашаются при необходимости.

4.1.2. Каждое агентство, входящее в Комиссии, обязано назначить одного персонифицированного представителя с правом принятия решений.

Если в состав Комиссии по Весам входят агентства, принадлежащие одной холдингу (группе компаний), то делегируются отдельные уникальные представители от каждого агентства группы. Представительство одним лицом интересов нескольких агентств не предусмотрено.

4.1.3. Задачи Комиссии: утверждение итогового списка фестивалей, конкурсов и премий, определение весов (баллов) для каждого фестиваля, конкурса и премии и утверждение списка учитываемых номинаций для универсальных фестивалей.

5. ПРОЦЕДУРА ВЫБОРА ФЕСТИВАЛЕЙ, ИХ РАНЖИРОВАНИЕ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВЕСОВ. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ИТОГОВ ФЕСТИВАЛЕЙ, КОНКУРСОВ И ПРЕМИЙ.

5.1. Правила рассмотрения фестивалей для включения в Рейтинг: Ходатайства о включении новых фестивалей, конкурсов и премий в список рассматриваются Комиссией по Весам по представлению:

- Фестивали, конкурсы и премии, прошедшие процедуру “Парада фестивалей” АКАР (презентации фестивалей АКАР) и отправившие заявки в ИД для включения в рейтинг;
- Членов Комиссии по Фестивальной и конкурсной Деятельности АКАР;
- Профильных комитетов АКАР;
- Исполнительной Дирекции АКАР;
- Непосредственно организаторов фестивалей, при условии наличия рекомендации от членов Комиссии, профильных комитетов или Исполнительной дирекции АКАР.

5.2. Предварительная оценка

5.2.1. Все фестивали, прошедшие процедуру Парада фестивалей АКАР, а также отправившие заявки на включение в рейтинг, согласно разработанной форме для выбора фестивалей (данная форма направляется всем фестивалям, конкурсам и премиям желающим принять участие в рейтинге накануне Парада фестивалей) , проходят первичную оценку с использованием специальной таблицы.

5.2.2. Первичную оценку выставляет Комиссия по Весам.

5.2.3. Пример таблицы для первичной оценки:

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
Фестиваль	Престиж и влияние	Уровень жюри	Прозрачность и соответствие собственному регламенту	Глобальность и инклюзивность	Инновационность и актуальность	Возможности для нетворкинга и обучения	Практическая значимость и Вклад в бизнес участников фестиваля, премии и конкурса	Наличие обратной связи от жюри	Организация и Атмосфера	Релевантность сегменту	Сумма баллов фестиваля (Max = 40)	Взвешенный балл Эксперта
Необходимо оценить фестивали по указанным критериям. Значение должно быть указано в целых числах от 1 до указанного максимального значения согласно весу каждого критерия												
Максимальная оценка по критерию	5	5	5	4	4	3	4	3	2	5	40	10
Пример заполнения	5	2	4	3	4	2	1	3	2	1	27	7
Фестиваль 1											0	0
Фестиваль 2											0	0
Фестиваль 3											0	0
Фестиваль 4											0	0
Фестиваль 5											0	0

5.2.4. Таблица содержит критерии оценки, по которым каждый член Комиссии по Весам выставляет баллы для всех поданных фестивалей.

Критерии таблицы:

- Престиж и влияние (5)
Фестиваль является авторитетным событием в индустрии.
- Уровень жюри (5)
Процесс оценки работ объективен, прозрачен и основан на четких критериях.
- Прозрачность и соответствие собственному регламенту (5)
Фестиваль соблюдают все пункты собственного положения. Положение, номинации, критерии оценки и требования к работам изложены понятно и доступно
- Глобальность и инклюзивность (4)
Фестиваль представляет работы со всего мира, обеспечивая разнообразие идей
- Инновационность и актуальность (4)
Фестиваль оценивает не только традиционную рекламу, но и новые форматы.
- Возможности для нетворкинга и обучения (3)
Фестиваль является не только конкурсом, но и образовательной платформой
- Практическая значимость и Вклад в бизнес участников фестиваля, премии и конкурса (4)
Измеримая польза для компании-участника.
- Наличие обратной связи от жюри (3)
Доступность обратной связи по оценке работ. В ОС аргументированно раскрыты сильные и слабые стороны проекта.
- Организация и Атмосфера (2)
Комфорт, доступность, удобное расписание, локация и техническая.
- Релевантность сегменту (5)
Насколько фестиваль (номинации фестиваля) соответствуют специфике сегмента Рейтинга

5.2.5. На основе выставленных баллов формируется сводный показатель по каждому фестивалю (медиана).

5.2.6. Выставление баллов не означает автоматическое включение фестиваля в рейтинг. Это только предварительная оценка для последующего обсуждения.

5.3. Порядок голосования за включение фестиваля, конкурса и премии в Рейтинг

5.3.1. Комиссия по Весам получает сводные результаты фестивалей, конкурсов и премий и обсуждает на их очном/онлайн голосовании

5.3.2. Также дополнительно фестивали оцениваются и обсуждаются устно Комиссией по Весам на очном/онлайн голосовании по следующим критериям:

- Общее количество поданных работ;
- Количество стран-участниц;
- Общий уровень организации фестиваля, включая церемонию награждения и образовательную программу;
- Качество работ-победителей;
- Скидки, предоставляемые членам 3-х индустриальных ассоциаций: АКАР, РАМУ и АРИР.

5.3.3. После обсуждения проводится голосование с целью определения итогового списка фестивалей (включение / невключение в итоговый список). Список формируется из фестивалей, конкурсов и премий участвовавших в Параде Фестивалей и прошедших предварительную оценку и также к голосованию могут быть рассмотрены фестивали, конкурсы и премии предложенные кем-то из экспертов Комиссии по Весам, непосредственно на самом очном/онлайн голосовании.

5.3.4. В Рейтинг может войти не более 12 фестивалей, конкурсов или премий.

5.3.5. Голосование проводится по каждому фестивалю, конкурсу или премии отдельно.

5.3.6. Каждый член Комиссии по Весам имеет один голос (за «включение» или «против») В случае если участник, входящий в ТОП-10, не сможет участвовать в голосовании, то могут быть приглашены следующие участники с 11 по 20 место. Для того, чтобы решения участников, присутствующих в ТОП-10, были наиболее объективными, участники не могут передавать свои голоса другим представителям Комиссии по Весам

5.3.7. Комиссия по Весам разделена на две группы («корзины»): ТОП-10 агентств-победителей предыдущего года – совокупно 50% веса. Сопредседатели

Комиссии по Фестивальной и Конкурсной деятельности + приглашённые эксперты АКАР – совокупно 50% веса.

5.3.8. Внутри каждой группы подсчитывается доля голосов «за», которая затем пересчитывается в процент (долю) от её веса, который составляет ½ или 50%.
Пример: 7 из 10 (70%) ТОП-10 проголосовали «за» → 70% × 50% = 35%.

5.3.9. Фестиваль, конкурс или премия считается включенными в Рейтинг, если выполняются два условия одновременно: 1) Итоговый совокупный результат строго больше 50%. 2) В каждой из двух групп не менее 20% голосов «за» (внутри группы).

5.3.10. Пример голосования:

Фестиваль	ТОП-10: «за» (из 10)	Доля «за» в ТОП-10	Вклад ТОП-10 (×50%)	С+Э: «за» (из 5)	Доля «за» в С+Э	Вклад С+Э (×50%)	Итог, %	Условие ≥20% в каждой корзине	Решение
F1	6	60%	30,0%	3	60%	30,0%	60,0%	✓ / ✓	Включён
F2	10	100%	50,0%	1	20%	10,0%	60,0%	✓ / ✓	Включён
F3	10	100%	50,0%	0	0%	0,0%	50,0%	✓ / ✗	Не включён (Итог не >50; С+Э <20%)
F4	2	20%	10,0%	4	80%	40,0%	50,0%	✓ / ✓	Не включён (Итог не >50)
F5	2	20%	10,0%	5	100%	50,0%	60,0%	✓ / ✓	Включён
F6	1	10%	5,0%	5	100%	50,0%	55,0%	✗ / ✓	Не включён (ТОП-10 <20%)
F7	8	80%	40,0%	1	20%	10,0%	50,0%	✓ / ✓	Не включён (Итог не >50)
F8	7	70%	35,0%	2	40%	20,0%	55,0%	✓ / ✓	Включён
F9	3	30%	15,0%	0	0%	0,0%	15,0%	✓ / ✗	Не включён (С+Э <20%)
F10	9	90%	45,0%	2	40%	20,0%	65,0%	✓ / ✓	Включён

5.4. Определение веса фестивалей

5.4.1. После утверждения списка фестивалей проводится отдельное голосование за вес фестиваля, при этом голоса делятся на две группы («корзины»): ТОП-10 агентств-победителей предыдущего года – совокупно 50% веса. Сопредседатели Комиссии по Фестивальной и Конкурсной деятельности + приглашённые эксперты АКАР – совокупно 50% веса.

5.4.2. Итоговый вес фестиваля, конкурса или премии определяется также Комиссией по Весам на основании сводных оценок, указанных в предварительной таблице. Итоговый вес может быть скорректирован (увеличен или уменьшен) членами Комиссии по весам, при этом не более чем на 2 балла относительно данной сводной оценки. Данное ограничение не распространяется на фестивали, премии и конкурсы, которые были предложены и утверждены в ходе очного или онлайн-голосования, но не проходили процедуру предварительной оценки

5.4.3. Диапазон весов для фестивалей, конкурсов и премий устанавливается от 1 до 12 баллов. Присвоение коэффициентов осуществляется на основе их статуса и уровня: Максимальный вес (12 баллов) присваивается фестивалям, признанным на высоком международном уровне, например таким как «Каннские Львы». Минимальный вес (1 балл) применяется к новым фестивалям, не имеющим устоявшегося статуса и длительной истории.

5.4.4. В спорной ситуации решающее право голоса имеет один из Сопредседателей Комиссии по Фестивальной и Конкурсной Комиссии.

5.5. Выбор номинаций фестивалей, конкурсов и премий

5.5.1. В Рейтинге учитываются все номинации профильных фестивалей. Для универсальных фестивалей учитываются только профильные номинации, утвержденные Комиссией по Весам.

5.5.2. Окончательный список номинаций утверждается до окончания сроков подачи работ на соответствующий фестиваль. Включение номинаций после дедлайна подачи работ невозможно.

5.5.3. 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, голос рассматривается как «воздержавшийся».

5.5.4. Если в течение 14 календарных дней с момента начала голосования по номинациям универсальных фестивалей кворум не достигнут, автоматически утверждается список номинаций, согласованный в предыдущем году.

5.6. Предоставление итогов фестивалей, конкурсов и премий

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

5.6.2. При отказе фестиваля, конкурса и премии предоставить данные в утвержденной форме в Исполнительную Дирекцию Комиссия по Весам вправе пересмотреть утвержденный вес фестиваля, конкурса или премии и/или их учет в Рейтинге в целом.

6. ПРАВИЛА ПОДСЧЕТА БАЛЛОВ И ВЕРИФИКАЦИИ УЧАСТНИКОВ

6.1. Верификация участников

6.1.1. Безусловная верификация: Участник считается верифицированным медиаагентством и допускается к участию в Рейтинге при наличии его бренда (или бренда его правопреемника) в открытых биллинговых рейтингах медиаагентств (например, «Рейтинг медиаагентств и холдингов» АКАР, публикуемых также на Sostav) за три года, предшествующих году публикации Рейтинга. Безусловная верификация не требует каких-либо заявлений/согласий от потенциального участника Рейтинга.

6.1.2. Условная верификация: Потенциальный участник Рейтинга Эффективности медиаагентств, который не соответствует критериям безусловной верификации, может быть включен в Рейтинг на основе предоставленных в Исполнительную Дирекцию или Аналитический Центр РИР соответствующих документов, справок и информации из следующего списка (можно предоставить один или несколько документов/справок на выбор):

- Подписка на Mediascope;
- Данные о выигранных медиа тендерах, опубликованные на площадках и профессиональных порталах;
- Позиционирование бренда агентства в публичном пространстве;
- Наличие членства в Комитете медиаагентств АКАР;
- Наличие прямых контрактов с рекламодателями на медийное обслуживание;
- Оценка доли оборота медийных услуг в общем объеме агентства;
- Иная информация и документы, которые может предоставить потенциальный участник Рейтинга Эффективности Медиаагентств (на усмотрение: профиль вакансий, подтверждение от баингового агентства, селлера и т.п.).

6.2. Общие принципы начисления баллов

6.2.1. Баллы начисляются за призовые места и включение в шорт-листы полученные в профильных фестивалях и в номинациях универсальных фестивалей, конкурсов и премий, утвержденных Комиссией по Весам.

6.2.2. За одну работу в рамках одной номинации одного фестиваля баллы начисляются один раз по наивысшему достигнутому результату.

6.2.3. Специальные призы и награды, полученные за концепты не входящие в основную конкурсную программу, не учитываются.

6.2.4. Итоговый балл рассчитывается как среднее арифметическое с округлением до десятых по правилам математического округления.

6.2.5. Максимальный балл за одну награду не может превышать 100% от ее номинальной стоимости, даже в случае деления между несколькими агентствами.

6.3. Коэффициенты начисления баллов

Баллы начисляются путем умножения веса фестиваля (определенного в разделе 5) на следующий коэффициент:

- Шорт-лист (номинация) — коэффициент 1
- Бронза (3-е место) — коэффициент 3
- Серебро (2-е место) — коэффициент 5
- Золото (1-е место) — коэффициент 9
- Гран-при категории (Best of Category) — коэффициент 15
- Гран-при фестиваля (Festival Grand-Prix) — коэффициент 18

6.4. Распределение баллов между агентствами

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

6.4.2. По умолчанию 100% баллов за награду начисляется основному медиаагентству, указанному в результатах фестиваля.

6.4.3. Если основных медиаагентств указано несколько, 100% баллов делится в равных долях между ними.

6.4.4. Если в качестве соисполнителей указаны иные медиаагентства, баллы могут быть начислены им только по официальному письменному заявлению основного агентства (агентств). Такое согласование должно быть оформлено участниками в виде официального письма и направлено в Исполнительную дирекцию АКАР до

окончания срока сверки итогов с участниками рейтинга, предусмотренного настоящим Положением.

6.4.5. Если в качестве основного исполнителя указано коммуникационное агентство, а не медийное, то по его официальному письменному заявлению направленному в Исполнительную дирекцию АКАР до официального окончания сверки итогов с участниками рейтинга) соисполнителю-медиаагентству может быть начислено 100% баллов.

6.4.6. Если участником, подавшим и оплатившим заявку на работу, является Рекламодатель (клиент), то баллы не начисляются до тех пор, пока Рекламодатель не направит официальное письмо с распределением 100% баллов между агентствами-соисполнителями. Такое письмо должно быть направлено в Исполнительную дирекцию АКАР до окончания срока сверки итогов с участниками рейтинга, предусмотренного настоящим Положением.

6.4.7. Участник, подавший и оплативший заявку на работу, которая получила призовое место или вошла в шорт-лист, имеет право передать часть баллов другим участникам, если они являлись полноправными соисполнителями проекта. Такая передача должна быть оформлена участником в виде официального письма и направлена в Исполнительную дирекцию АКАР до окончания срока сверки итогов с участниками рейтинга, предусмотренного настоящим Положением.

6.4.8. В случае возникновения спорных ситуаций между участниками в связи с распределением баллов и не разрешенных путем переговоров, решение вопроса может быть передано Сопредседателям Комиссии по Фестивальной и Конкурсной деятельности АКАР, которые вправе принять такое решение как самостоятельно, так и с привлечением Рекламодателя.

6.4.9. В случае, если в результатах фестиваля победители изначально распределены на коммуникационные и медийные агентства и данная победа может быть учтена и в Рейтинге Эффективности Коммуникационных Агентств и в Рейтинге Эффективности Медиаагентств, то каждое агентство (коммуникационное и медийное) получает 100% баллов в свой Рейтинг.

6.4.10. В случае пересечения номинаций с Рейтингом Эффективности Коммуникационных Агентств, баллы за победившую работу могут быть начислены агентству только в один вид рейтинга эффективности, при этом баллы в Рейтинг Эффективности Медиаагентств, могут быть начислены только тем агентствам, которые были верифицированы как медийные в соответствии с разделом 6.1 настоящего Положения.

6.5. Прочие условия

6.5.1. В случае если фестиваль, конкурс и премия использует неклассическую систему награждения, порядок учета их результатов определяется Сопредседателями Комиссии по Фестивальной и Конкурсной деятельности в индивидуальном порядке.

6.5.2. Участники, набравшие одинаковое количество баллов, располагаются на одной позиции в Рейтинге. Последующая позиция присваивается с учетом количества участников, разделивших предыдущее место.

6.5.3. Все спорные ситуации, не урегулированные настоящим Положением, разрешаются Сопредседателями Комиссии по Фестивальной и Конкурсной деятельности и приглашенными экспертами АКАР Комиссии по Весам.

6.5.4. Верификация участников, в соответствии с процедурой, описанной в разделе 6.1 настоящего Положения, и распределение между Рейтингом Эффективности Коммуникационных Агентств и Рейтингом Эффективности Медиаагентств осуществляется по решению Комиссии по Фестивальной и Конкурсной деятельности АКАР и приглашенными экспертами Комиссии по Весам.

7. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

7.1. Порядок разрешения вопросов и обращений

Все вопросы, замечания и обращения, связанные с проведением Рейтинга, интерпретацией настоящего Положения и предварительными результатами, направляются в Исполнительную дирекцию АКАР по официальному электронному адресу: akar@akarussia.ru.

7.2. Сроки согласования предварительных результатов

7.2.1. Не позднее чем за 7 (семь) рабочих дней до даты официальной публикации итогов Рейтинга Исполнительная дирекция АКАР размещает на официальном сайте АКАР и в отраслевых СМИ уведомление о завершении подсчета предварительных результатов.

7.2.2. С момента публикации уведомления у участников Рейтинга есть 7 (семь) рабочих дней для направления в Исполнительную дирекцию АКАР мотивированных обращений с запросом на проверку и согласование своих предварительных результатов.

7.2.3. Если участник не обратился в Исполнительную дирекцию в установленный 7 - дневный срок, его предварительные результаты считаются окончательно согласованными.

7.2.4. После окончания указанного срока внесение изменений в предварительные результаты по инициативе участников невозможно.

7.3. Внесение изменений в официальные результаты

7.3.1. Официально опубликованные итоги Рейтинга могут быть скорректированы после публикации исключительно в следующих случаях:

- Для приведения данных Рейтинга в соответствие с действующим законодательством Российской Федерации;
- По предписанию уполномоченных регулирующих органов;
- В исключительных случаях по решению Комиссии по Фестивальной и Конкурсной деятельности АКАР, включая, но не ограничиваясь:
 - Нанесением репутационного ущерба участнику Рейтинга или Рейтингу в целом;
 - Включением участника Рейтинга в реестр иностранных агентов;
 - Включением участника Рейтинга в реестр неблагонадежных поставщиков.

7.3.2. В случае исключения участника из Рейтинга Сопредседателями Комиссии по Фестивальной и Конкурсной деятельности может быть установлен определенный срок его исключения.

7.4. Порядок внесения изменений в Положение

Настоящее Положение ежегодно актуализируется Исполнительной дирекцией АКАР с учетом предложений членов Ассоциации, изменений на рынке и по итогам проведения Рейтинга. Изменения в Положение утверждаются Сопредседателями Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности АКАР.