

**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)

**Год создания: 2008.**

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 сегмент Young.

**1. ОСНОВНЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ:**

**1.1.** Национальный Рейтинг Креативности Агентств АКАР — это порядковый показатель места бренда агентства в списке участников по результатам оценки креативных решений в рекламно-коммуникационной индустрии по ряду критериев и показателей. 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 оценка креативных решений, тем выше порядковый показатель места в списке. Первое место Рейтинга означает наивысший уровень оценки бренда агентства по утвержденной процедуре подсчета Рейтинга. 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 Креативности Агентств АКАР является уникальным и единственным общепризнанным Рейтингом креативности в России. Рейтинг создан, внедрен и ежегодно проводится Ассоциацией Коммуникационных Агентств России (АКАР). Подсчет Рейтинга осуществляет Исполнительная Дирекция АКАР и Аналитический Центр Российской Индустрии Рекламы ( АЦ РИР). Процедура подсчета и оценки Рейтинга открыта для всех участников и прописана в данном Положении.

**1.2.** Список и вес (количество баллов за призовые места) таких фестивалей формируется ежегодно на основе экспертных оценок членов Комиссии по Весам.

**1.3.** Комиссия по Весам ежегодно обновляется и формируется из: ТОП-10 агентств-победителей предыдущего года соответствующего сегмента, Сопредседателей Комиссии по Фестивальной и Конкурсной деятельности АКАР; до 2х приглашённых экспертов — членов АКАР, признанных специалистов в своём сегменте, чьи кандидатуры согласовываются Сопредседателями Комиссии по Фестивальной и Конкурсной комиссии АКАР

**1.4.** Национальный Рейтинг Креативности Агентств – Рейтинг агентств, набравших баллы за призовые места и шорт-листы во всех номинациях универсальных фестивалей и конкурсов, список которых определяется ежегодно Комиссией по Весам, соответствующего сегмента на основе экспертных оценок.

**1.5.** Национальный Рейтинг Креативности Агентств сегмент «Маркетинговые услуги» – Рейтинг агентств, 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 по Весам, соответствующего сегмента на основе экспертных оценок.

**1.6.** Национальный Рейтинг Креативности Агентств сегмент «Брендинг» – Рейтинг агентств, 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 по Весам, соответствующего сегмента на основе экспертных оценок.

**1.7.** Национальный Рейтинг Креативности Агентств сегмент «Диджитал» – Рейтинг агентств, 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 по Весам, соответствующего сегмента на основе экспертных оценок.

**1.8.** Национальный Рейтинг Креативности Агентств сегмент «Социальная реклама и социально-значимые коммуникации» – Рейтинг агентств, 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 по Весам, соответствующего сегмента на основе экспертных оценок.

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)

**1.9.** Национальный Рейтинг Креативности агентств сегмент «PR/Связи с общественностью» – Рейтинг российских агентств, 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 по Весам, соответствующего сегмента на основе экспертных оценок.

**1.10.** Национальный Рейтинг Креативности 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 по Весам, соответствующего сегмента на основе экспертных оценок.

**1.11.** 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.

**1.12.** Профильные фестивали и конкурсы – список из не более чем 4-х фестивалей в каждом из Рейтингов сегментов «Маркетинговые услуги», «Брендинг» , «Диджитал», «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций», «PR/Связи с общественностью» и Young . Профильные фестивали содержат только профильные номинации и идут в зачет только соответствующим Рейтингам.

**1.13.** Участники Рейтинга - любые бренды агентств рекламно-маркетинговых коммуникаций, оказывающие услуги рекламодателям и аналогичным заказчикам, осуществляющие деятельность на территории России и являющиеся профессиональными операторами рынка.

**1.13.1.** 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 услуг рекламно-маркетингового характера, отличных от продажи рекламно-информационного инвентаря, как собственного, так и реализуемого на договорной основе по поручению владельца инвентаря.

**1.13.2.** Под сторонним рекламодателем понимается организация или аналогичное объединение, основной вид деятельности которого отличен от рекламно-маркетинговых 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.

**1.13.3.** Коды ОКВЭД структур/организаций, которые могут быть признаны агентствами для целей настоящего рейтинга, должны соответствовать рассматриваемым видам деятельности.

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

**1.13.5.** К участию в Рейтинге не допускаются физические лица, за исключением сегмента Young.

**1.13.6.** 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 Рейтинга – является качественное развитие и устойчивый рост рекламного-маркетингового креативного рынка России через формирование прозрачной, объективной и общепризнанной системы оценки вклада коммуникационных агентств 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 рекламно-коммуникационных агентств – 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.

### **Развитие рыночной инфраструктуры и стандартов:**

**3.2.1.** Формирование, внедрение и постоянное совершенствование единых общепризнанных стандартов и критериев качества рекламно-коммуникационных услуг.

**3.2.2.** Создание понятного и публичного ориентира для рекламодателей при выборе профессионального партнера на рынке рекламно-маркетинговых коммуникаций.

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

### **Стимулирование качества и инноваций:**

**3.3.1.** Повышение мотивации агентств к созданию современных, креативных, инновационных и высокоэффективных коммуникационных маркетинговых продуктов и рекламных кампаний.

**3.3.2.** Продвижение высокой репутации, экспертизы и конкурентных стандартов российской коммуникационной рекламной индустрии на национальном рынке и на международной арене.

#### **3.4. 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. 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 по весам: ТОП-10 агентств-победителей предыдущего года: для каждого сегмента Рейтинга (без взаимоисключений, т.е. если участник попадает в 2 и более сегмента Рейтинга, он имеет право голосовать во всех), за исключением сегмента Young, где ТОП 10 агентств-победителей национального Рейтинга Креативности входят также в состав Комиссии ТОП 10 сегмента Young, Сопредседателей Комиссии по Фестивальной и Конкурсной деятельности АКАР; до 2х приглашённых экспертов — членов АКАР, признанных специалистов 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 одному 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.



**5.2.4.** Таблица содержит критерии оценки, по которым каждый член Комиссии по Весам каждого сегмента Рейтинга 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 каждый сегмент Рейтинга**

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

**5.3.2.** Также дополнительно фестивали оцениваются и обсуждаются устно Комиссией по Весам каждого сегмента Рейтинга 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, а также в голосовании 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 сегмент Рейтинга 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 каждого сегмента Рейтинга имеет один голос («за» включение или «против»).

**5.3.7.** 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.

**5.3.8.** Комиссия по Весам каждого сегмента Рейтинга 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.

**5.3.9.** 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%.

**5.3.10.** Фестиваль, конкурс или премия считается включенным в Рейтинг, если выполняются два условия одновременно:

- Итоговый совокупный результат строго больше 50%;
- В каждой из двух групп не менее 20% голосов «за» (внутри группы).

**5.3.11.** 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%	<b>60,0%</b>	✓ / ✓	<b>Включён</b>
F2	10	100%	50,0%	1	20%	10,0%	<b>60,0%</b>	✓ / ✓	<b>Включён</b>
F3	10	100%	50,0%	0	0%	0,0%	<b>50,0%</b>	✓ / ✗	<b>Не включён</b> (Итог не >50; С+Э <20%)
F4	2	20%	10,0%	4	80%	40,0%	<b>50,0%</b>	✓ / ✓	<b>Не включён</b> (Итог не >50)
F5	2	20%	10,0%	5	100%	50,0%	<b>60,0%</b>	✓ / ✓	<b>Включён</b>
F6	1	10%	5,0%	5	100%	50,0%	<b>55,0%</b>	✗ / ✓	<b>Не включён</b> (ТОП-10 <20%)
F7	8	80%	40,0%	1	20%	10,0%	<b>50,0%</b>	✓ / ✓	<b>Не включён</b> (Итог не >50)
F8	7	70%	35,0%	2	40%	20,0%	<b>55,0%</b>	✓ / ✓	<b>Включён</b>
F9	3	30%	15,0%	0	0%	0,0%	<b>15,0%</b>	✓ / ✗	<b>Не включён</b> (С+Э <20%)
F10	9	90%	45,0%	2	40%	20,0%	<b>65,0%</b>	✓ / ✓	<b>Включён</b>

## **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 каждого сегмента Рейтинга 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.

**5.4.4.** Присвоение коэффициентов осуществляется на основе их статуса и уровня:

- Максимальный вес (12 баллов) присваивается фестивалям, признанным на высоком международном уровне, например таким как «Cannes Lines»;
- Минимальный вес (1 балл) применяется к новым фестивалям, не имеющим устоявшегося статуса и длительной истории.

**5.4.5.** 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.** Во всех сегментах Рейтинга учитываются все номинации профильных фестивалей. Для универсальных фестивалей учитываются только профильные номинации, утвержденные Комиссией по Весам каждого сегмента Рейтинга.

**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»; 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.

**5.5.4.** В Национальном Рейтинге Креативности Агентств учитываются все номинации всех фестивалей из списка.

**5.5.5.** 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.

**5.5.6.** 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 (Диджитал, Брендинг, Маркетинговые услуги, PR/Связи с общественностью). При этом, в основной Национальный Рейтинг Креативности Агентств идут в зачет все номинации, включая социальные.

## **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**

### **6.1. Общие принципы начисления баллов**

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

**6.1.2.** 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.

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

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

**6.1.5.** Специальные призы и награды, полученные за концепты (за исключением сегмента Young) и не входящие в основную конкурсную программу, не учитываются.

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

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

## **6.2. 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

## **6.3. Распределение баллов между агентствами**

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

**6.3.2.** Если работа подавалась и оплачивалась несколькими участниками, принимавшими участие в создании данной работы, баллы делятся поровну между ними, если иное не будет согласовано участниками. 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.

**6.3.3.** 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.

**6.3.4.** 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 указанием агентств – равнозначных соисполнителей. Такое письмо должно быть направлено в Исполнительную дирекцию АКАР до окончания срока сверки итогов с участниками рейтинга, предусмотренного настоящим Положением.

**6.3.5.** 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 Прочие условия**

**6.4.1.** 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.

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

**6.4.3.** Все спорные ситуации, не урегулированные настоящим Положением, разрешаются Сопредседателями Комиссии по Фестивальной и Конкурсной деятельности и приглашенными экспертами АКАР 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](mailto: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.