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 Creative Agencies by RACA (NRCA RACA)

Год создания: 2008.

Учитывая важность профессиональных и креативных (творческих) решений в современном маркетинге, необходимость оценки креативности (творческого потенциала) участников рынка рекламы и маркетинговых коммуникаций, а также то, что наиболее объективной оценкой являются результаты участия в профессиональных фестивалях и конкурсах, АКАР разработала семь 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 «Социальная реклама и социально значимые коммуникации»;
- Национальный Рейтинг Креативности Агентств, сегмент «PR/Связи с общественностью»;
- Национальный Рейтинг Креативности, сегмент «Молодые креаторы».

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 системы показателей, основным 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 общепризнанным Рейтингом креативности в России. Рейтинг создан, внедрен и проводится ежегодно Ассоциацией Коммуникационных Агентств России (АКАР). Подсчет Рейтинга осуществляют Исполнительная дирекция АКАР и Аналитический центр Российской Индустрии Рекламы (АЦ РИР). Процедура подсчета и оценки результатов Рейтинга открыта для всех участников и закреплена в настоящем Положении.

1.2. Список фестивалей и их весовые коэффициенты (количество баллов за призовые места) ежегодно определяются на основе экспертных оценок членов Комиссии по Весам.

1.3. Комиссия по Весам ежегодно обновляется и формируется из ТОП-10 агентств-победителей по итогам предыдущего года соответствующего сегмента, сопредседателей Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности АКАР, а также не более двух приглашенных экспертов — членов АКАР, признанных специалистов в соответствующем сегменте. Кандидатуры приглашенных экспертов согласовываются сопредседателями Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности АКАР.

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

Сегмент «Социальная реклама и социально-значимые коммуникации» подразделяется на два направления по структуре номинаций: Национальный Рейтинг Креативности Агентств сегмент «Социальная реклама и социально-значимые коммуникации» Социальная реклама и Национальный Рейтинг Креативности Агентств сегмент «Социальная реклама и социально-значимые коммуникации» Корпоративная социальная ответственность (КСО).

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 в отраслевых номинациях универсальных фестивалей и конкурсов, перечень которых ежегодно определяется Комиссией по Весам соответствующего сегмента на основе экспертных оценок.

1.10. Национальный Рейтинг Креативности сегмент «Молодые креаторы» — Рейтинг российских участников, набравших баллы за призовые места и шорт-листы специализированных фестивалей или специализированных номинаций «Молодые креаторы» профильных фестивалей и конкурсов, перечень которых ежегодно определяется Комиссией по Весам на основе экспертных оценок. В сегменте «Молодые креаторы» учитываются только физические лица.

1.11. Универсальные фестивали, конкурсы и премии — список, включающий не более 12 фестивалей, конкурсов и премий, в которых представлены номинации по всему спектру рекламной деятельности, включая креатив, медиа, маркетинговые услуги, брендинг, крафт и коммуникационные услуги.

1.12. Профильные фестивали и конкурсы — список, включающий не более 4 фестивалей и конкурсов в каждом из сегментов Рейтинга: «Маркетинговые услуги», «Брендинг», «Диджитал», «Социальная реклама и социально-значимые коммуникации», «PR/Связи с общественностью» и «Молодые креаторы». Профильные фестивали содержат только профильные номинации и учитываются только в соответствующих сегментах Рейтинга.

1.13. Участники Рейтинга — любые бренды агентств рекламно-маркетинговых коммуникаций, оказывающих услуги рекламодателям и аналогичным заказчикам, осуществляющих деятельность на территории России и являющихся 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 отличается от оказания рекламно-маркетинговых или аналогичных услуг и которое продвигает собственные или лицензионные бренды и (или) услуги, в том числе некоммерческого характера, по договорам с независимыми агентствами либо агентствами, учрежденными таким объединением, но ведущими самостоятельную хозяйственную деятельность и не являющимися его структурными подразделениями.

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 «Молодые креаторы».

1.13.6. В случае сомнений в позиционировании компании (организации)-участника Рейтинга Исполнительная дирекция АКАР вправе запросить у участника документы, подтверждающие факт оказания профильных услуг.

2. ЦЕЛЬ РЕЙТИНГА

Главная цель Рейтинга — качественное развитие и устойчивый рост рынка рекламно-маркетинговых и креативных услуг России посредством формирования 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:

3.1. 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.

3.2. 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.

3.3. 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 «Молодые креаторы»:

- 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. Представители рекламных агентств, входящие в состав Комиссии по Весам, должны обладать высоким уровнем профессиональной компетентности и экспертным знанием соответствующего сегмента рекламного рынка, необходимыми для объективного выбора 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 два и более сегмента Рейтинга, он имеет право голосовать во всех) за исключением сегмента «Молодые креаторы», где ТОП-10 агентств-победителей Национального Рейтинга Креативности входят также в состав Комиссии ТОП-10 сегмента «Молодые креаторы», сопредседателей Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности АКАР; до 2-х 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. При необходимости в Комиссию по Весам в целях получения дополнительного экспертного мнения и обратной связи относительно конкретного фестиваля без права

голоса могут быть приглашены члены жюри, председатели блоков жюри, представители жюри от России (для иностранных фестивалей), входившие в состав жюри последнего сезона фестиваля.

4.1.3. Каждое агентство, входящее в состав Комиссии, назначает одного персонифицированного представителя с правом принятия решений.

4.1.4. Если в состав Комиссии по Весам входят агентства, принадлежащие одному холдингу (группе компаний), каждое агентство делегирует отдельного уникального представителя. Представительство одним лицом интересов нескольких агентств не предусмотрено.

4.1.5. Задачи Комиссии: утверждение итогового списка фестивалей, конкурсов и премий, определение весов (баллов) для каждого из них и утверждение перечня учитываемых номинаций 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 перечень рассматриваются Комиссией по Весам по представлению:

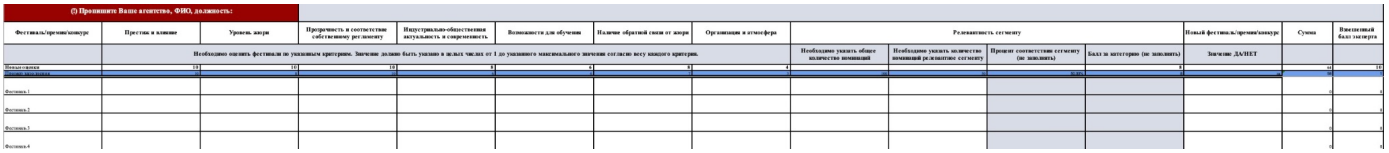
- Фестивалей, конкурсов и премий, прошедших процедуру «Парада фестивалей» АКАР (Ежегодной презентации фестивалей) и направивших заявки в Исполнительную дирекцию АКАР для включения в Рейтинг;
- Членов Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности АКАР;
- Профильных комитетов АКАР;
- Исполнительной 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 каждого сегмента Рейтинга.

5.2.3. Пример таблицы для первичной оценки:



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 (10)

  Фестиваль является авторитетным событием в индустрии, участие в котором обеспечивает агентству репутационный капитал, присутствие в престижной светской и деловой повестке, а также информационное присутствие в профессиональном поле. Высокий статус мероприятия передает участнику конкурентное преимущество в случае победы, конвертируемое в практические бизнес-результаты: лидогенерация, возможность участия в тендерах, укрепление доверия со стороны клиентов и рост репутационного веса агентства благодаря взаимодействию со СМИ. Фестиваль вносит ощутимый вклад в развитие участников, формируя добавленную стоимость бренда агентства и его устойчивое позиционирование как лидера рынка.

- Уровень жюри (10)

  Процесс оценки работ объективен, прозрачен и основан на четких критериях, что обеспечивается высоким профессиональным уровнем состава судей. В жюри представлены эксперты разных уровней: от middle-менеджмента до топ-менеджмента, а также иностранные специалисты, обладающие международным опытом и престижными наградами, включая Каннских львов. Репутация членов жюри определяется совокупностью факторов: экспертизой в профильном блоке, стажем работы, уровнем должности, опытом судейства, а также рыночными позициями возглавляемых ими агентств.

- Прозрачность и соответствие собственному регламенту (10)

  Фестиваль соблюдают все пункты собственного положения. Положение, номинации, критерии оценки и требования к работам изложены понятно и доступно. Оргкомитет/представители фестиваля поддерживают коммуникацию по запросам участников.

- Индустриально-общественная актуальность и современность (8)

  Фестиваль оценивает не только традиционную рекламу, но и новые форматы; соответствует современным тенденциям рынка.

- Возможности для обучения (6)

  Фестиваль является не только конкурсом, но и образовательной платформой. Наличие прикладной обучающей программы.

- Наличие обратной связи от жюри (8)

Доступность обратной связи по оценке работ. В ОС аргументированно раскрыты сильные и слабые стороны проекта.

- Организация и атмосфера (4)

  Комфорт, доступность, локация, нетворкинг и техническая оснащенность.

- Релевантность сегменту (8)

  Насколько фестиваль (номинации и критерии/описание фестиваля) соответствует специфике сегмента Рейтинга.

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

5.2.6. Выставление баллов не означает автоматическое включение фестиваля в рейтинг. Данная предварительная оценка служит ориентиром 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 заседании или в формате онлайн-голосования.

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 трех 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. В случае если член Комиссии по Весам имеет аффилированность с фестивалем, рассматриваемым для включения в один из сегментов Рейтингов Креативности и Эффективности АКАР, такой член Комиссии не допускается к участию в обсуждении и принятии решений по вопросам включения данного фестиваля в соответствующий сегмент рейтинга и определения его весового коэффициента.

5.3.9. 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.

5.3.10. 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%.

5.3.11. 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).

5.3.12. Пример голосования:

Фестиваль	**ТОП-10: «за» (из 10)**	**Доля «за» в ТОП-10**	**Вклад ТОП-1 0 (×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%)
									Не

F7	8	80%	40,0%	1	20%	10,0%	**50,0%**	✓ / ✓	**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 каждого сегмента Рейтинга на основании сводных оценок, указанных в предварительной таблице.

5.4.3. Диапазон весов для фестивалей, конкурсов и премий устанавливается от 1 до 10 баллов.

5.4.4. Весовые коэффициенты присваиваются с учетом статуса и уровня фестивалей:

- Максимальный вес (10 баллов) присваивается фестивалям, признанным на высоком международном уровне;
- Минимальный вес (1 балл) применяется к новым фестивалям, не имеющим устоявшегося статуса и длительной истории.

5.4.5. В спорной ситуации решающий голос принадлежит одному из сопредседателей Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности АКАР.

5.5. Выбор номинаций фестивалей, конкурсов и премий

5.5.1. Для включения универсального фестиваля в профильные сегменты Национального рейтинга креативности, за исключением сегмента «Социальная реклама и социально значимые коммуникации», количество профильных номинаций фестиваля должно составлять не менее 10% от общего количества номинаций фестиваля.

5.5.2. При несоблюдении количественного порога номинаций и (или) иных указанных требований фестивалем возможна пессимизация веса фестиваля вплоть до исключения из рейтинга сроком на один год.

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

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

5.5.5. 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.

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

5.5.7. 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.

5.5.8. Победы в социальных номинациях учитываются только в сегменте «Социальная реклама и социально-значимые коммуникации», 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.1.13. - 1.13.5.

6.1.2. Баллы начисляются за призовые места и включение в шорт-листы на 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 «Молодые креаторы») и не входящие в основную конкурсную программу, не учитываются.

6.1.6. Гран-при блока может быть учтен только один раз в профильном сегменте рейтинга. Гран-при фестиваля учитывается во всех сегментах.

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

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

6.1.9. Учет побед агентств ведется четко по формам, отправленным фестивалем/конкурсом/премией в Исполнительную дирекцию.

6.1.10. Передача баллов между соисполнителями кейса осуществляется в том случае, если они изначально указаны в заполненной форме от фестиваля/конкурса/премии или на официальном сайте фестиваля.

6.2. Коэффициенты начисления баллов

Баллы начисляются путем умножения веса фестиваля (определяемого в разделе 5) на коэффициент, соответствующий полученной награде:

- 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, подавшим и оплатившим заявку на фестиваль.

6.3.2. Если работа подавалась и оплачивалась несколькими участниками, которые принимали 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 и были изначально указаны фестивалем форме передачи данных или на официальном сайте фестиваля.

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.

6.3.6. В одной номинации число исполнителей, признанных равнозначными победителями, не должно быть выше пяти исполнителей.

6.3.7. Если фестиваль указал в качестве равнозначных победителей более пяти участников, Исполнительная дирекция направляет в оргкомитет фестиваля запрос об определении конкретных исполнителей, которым должны быть начислены баллы.

6.3.8. Оргкомитет фестиваля обязан определить таких исполнителей в течение 2 рабочих дней с момента запроса.

6.3.9. Если оргкомитет фестиваля не определит указанных исполнителей в установленный срок, баллы начисляются первым пяти исполнителям в том порядке, в котором они перечислены в исходной форме данных фестиваля.

6.4. Прочие условия

6.4.1. Если фестиваль, конкурс или премия использует не классическую 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.

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 АКАР в 7-дневнный 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:

- Приведение данных Рейтинга в соответствие с законодательством Российской Федерации;
- Исполнение предписаний уполномоченных регулирующих органов;
- В исключительных случаях по решению Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности АКАР, включая, но не ограничиваясь:
    - Причинением репутационного ущерба участнику Рейтинга или Рейтингу в целом;
    - Включением участника Рейтинга в реестр иностранных агентов;
    - Включением участника Рейтинга в реестр недобросовестных поставщиков.

7.3.2. В случае исключения участника из Рейтинга сопредседатели 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.