ПОЛОЖЕНИЕ 2026
О НАЦИОНАЛЬНОМ РЕЙТИНГЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО МАРКЕТИНГА (NCPSR)

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ

РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

Содержание

I.Определение Рейтинга 3
II. Определение услуг потребительского маркетинга 4
III. Цель Рейтинга 4
IV. Задачи Рейтинга: 4
V. Участие в Рейтинге 5
VI. Подсчет и результаты Рейтинга 6
VII. Определение и состав Верификационной комиссии (ВК) 9
VIII. Функции Верификационной комиссии (ВК): 11
IX. Методология Рейтинга 12
X. Блок «Опыт» (50%) 14
Услуги (31%) 14
Наличие побед в фестивалях (10%) 16
Рекомендательные письма (9%) 18
XI. Блок «Надежность» (35%) 19
Оборот по Consumer Promo (21%) 19
Бизнес-стабильность (14%) 21
XII. Блок «Ресурсы» (15%) 22
Штат (10%) 22
Участие в индустриальных организациях (5%) 23
XIII. Принципы и система сбора организационных взносов Национального Рейтинга Потребительского Маркетинга (NCPSR) 24
XIV. Тайминг Рейтинга 25
Приложение №1 к Положению о NCPSR 26

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ

РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

I.Определение Рейтинга

1.1. Национальный Рейтинг Потребительского Маркетинга (англ. National Consumer Promo Services Rating — NCPSR) — это индустриальный рейтинг агентств и/или бренда агентства, оказывающих услуги потребительского маркетинга (Consumer Promo Services, CPS) на территории Российской Федерации. Рейтинг формируется на основании системы критериев и показателей, предусмотренных настоящим Положением.

1.2. Чем выше итоговая оценка участника, тем выше его позиция в Рейтинге. Первое место соответствует наивысшему уровню оценки.

1.3. Национальный Рейтинг Потребительского Маркетинга создан, внедрен и проводится Российской Ассоциацией Маркетинговых Услуг (РАМУ) при поддержке Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР).

1.4. Настоящее Положение, методология и процедура подсчета Рейтинга разработаны Аналитическим Центром АКАР/РАМУ/АРИР (далее — АЦ РИР), одобрены и утверждены в установленном порядке. Подсчет рейтинга осуществляется АЦ РИР.

1.5. Текст Положения и процедура подсчета Рейтинга являются открытыми для всех участников Рейтинга.

1.6. В период проведения рейтинга Положение и методология Национального Рейтинга Потребительского Маркетинга не корректируются. Все изменения, утвержденные в установленном порядке, применяются только ко следующему рейтинговому циклу. Результаты опубликованных Рейтингов пересмотру не подлежат, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 6.10. раздела VI настоящего Положения.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

1.7. Организации, подавшие заявку на участие в Рейтинге, автоматически соглашаются с настоящим Положением, методологией подсчета Национального Рейтинга Потребительского Маркетинга и форматом публикации результатов Рейтинга.

II. Определение услуг потребительского маркетинга

2.1. Consumer Promo Services (CPS) — это комплекс маркетинговых услуг, направленных на взаимодействие с конечным потребителем, стимулирование потребительского спроса, выбора и покупки товаров или услуг, а также поддержку продвижения брендов рекламодателей. К CPS относятся интегрированные маркетинговые коммуникации, промо с полевым персоналом, промоакции в цифровых каналах, промо без привлечения промоперсонала (SelfRun Promo), а также иные услуги потребительского маркетинга, соответствующие требованиям настоящего Положения.

Перечень услуг CPS, их описание, условия подтверждения и критерии оценки приведены в Приложении №1 к настоящему Положению.

III. Цель Рейтинга

Цель Национального Рейтинга Потребительского Маркетинга (NCPSR) — качественное развитие и продвижение рынка потребительского маркетинга (Consumer Promo Services, CPS) в Российской Федерации.

IV. Задачи Рейтинга:

- Получение объективной оценки услуг потребительского маркетинга, оказываемых на рынке Российской Федерации;

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

- Формирование и регулярное развитие единой системы оценки Consumer Promo Services (CPS);
- Выявление лучших практик для стимулирования здоровой конкуренции среди участников рынка CPS;
- Создание общепринятых стандартов оценки качества услуг потребительского маркетинга;
- Развитие внутренней индустриальной инфраструктуры рынка CPS;
- Создание единого индустриального ориентира для выбора бизнес-партнеров на рынке потребительского маркетинга;
- Повышение знания, восприятия и положительного имиджа рынка CPS;
- Продвижение позитивной репутации услуг потребительского маркетинга в Российской Федерации.

V. Участие в Рейтинге

5.1. Участниками Национального Рейтинга Потребительского Маркетинга (NCPSR) могут быть организации любой организационно-правовой формы, в том числе индивидуальные предприниматели, которые за верифицируемый период оказали клиентам на территории Российской Федерации услуги потребительского маркетинга / Consumer Promo Services (CPS) из перечня, указанного в Приложении №1 к настоящему Положению.

5.2. Клиентом для целей Рейтинга признается рекламодатель или иная организация, не являющаяся профессиональным участником рынка CPS, заказавшая и получившая одну или несколько услуг из перечня, указанного в Приложении №1 к настоящему Положению.

5.3. Рейтинг формируется по заявленным брендам. Единицей участия в Рейтинге является бренд. Под одним брендом могут быть заявлены несколько юридических лиц и/или индивидуальных предпринимателей. В этом случае документы для участия в Рейтинге предоставляются по всем заявленным организациям. При расчете показателей не учитываются

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

внутригрупповые обороты и иные внутренние расчеты между заявленными организациями.

5.4. К участию в Рейтинге не допускаются организации:

- чьи заявки не соответствуют требованиям документации, необходимой для участия в Рейтинге, утвержденной форме подачи, правилам сортировки и наименования файлов;
- не предоставившие документы, необходимые для верификации заявленных показателей;
- предоставившие недостоверные сведения.

VI. Подсчет и результаты Рейтинга

6.1. По требованию организации — потенциального участника Рейтинга — может быть подписано соглашение о нераспространении информации (NDA) с РАМУ и/или иными привлеченными лицами. В соглашении определяется перечень конфиденциальной информации, предоставляемой участником в рамках подсчета Рейтинга.

6.2. Члены Верификационной комиссии не получают доступ к закрытым данным участника, если иное не согласовано с участником в процессе верификации.

6.3. По итогам Рейтинга публикуются следующие данные:

- название участника / заявленного бренда;
- позиция в Рейтинге и/или итоговое количество баллов;
- количество и состав верифицированных услуг в соответствии с Приложением №1 к настоящему Положению.

6.4. К опциональной публикации могут относиться следующие данные:

- количество сотрудников в штате;

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

- оборот организации;
- наличие справки об отсутствии задолженности по налогам и сборам;
- наличие справки об отсутствии судебных решений;
- наличие документа, подтверждающего величину чистых активов;
- период существования компании на рынке;
- участие в РАМУ и/или АКАР;
- количество предоставленных рекомендательных писем от клиентов;
- профильные проекты из списка утвержденных фестивалей и номинаций.

6.5. Датой завершения срока согласования результатов NCPSR является день отправки Исполнительной дирекцией РАМУ уведомления о планируемом сроке официальной публикации Рейтинга.

6.6. Официальная публикация Рейтинга осуществляется в течение 10 рабочих дней после даты завершения срока согласования результатов NCPSR.

6.7. Все данные NCPSR сводятся в таблицу, которая хранится в закрытом доступе в дирекции РАМУ. Участник имеет право запросить индивидуальную информацию о своих итоговых результатах у Дирекции или Верификационной комиссии.

6.8. Верификация проводится в два этапа. После первого этапа каждому участнику направляются его результаты с решением в формате «зачтено / не зачтено» и указанием информации, необходимой для зачета соответствующего показателя. Участнику предоставляется 5 рабочих дней на подачу запрошенной информации или корректных документов с даты направления ему результатов первого этапа публикации.

6.9. По истечении 5 рабочих дней с момента отправки участникам результатов первого этапа Верификационная комиссия приступает ко второму, заключительному этапу верификации. Повторная сверка с участниками не производится. Внести изменения и дослать документы участник может только в рамках первого этапа верификации.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ

РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

6.10. После официальной публикации результаты Рейтинга могут быть скорректированы, а участник может быть исключен из Рейтинга только при необходимости приведения результатов в соответствие с законодательством Российской Федерации, предписаниями регулирующих органов либо в исключительных случаях по решению Верификационной комиссии, включая, но не ограничиваясь:

- Выявление после публикации недостоверных сведений или документов, которые повлияли на итоговый результат участника;
- Возникновение обстоятельств, способных нанести существенный репутационный ущерб участнику Рейтинга, РАМУ или АКАР;
- Признание участника иностранным агентом или нежелательной организацией;
- Включение участника в реестр недобросовестных поставщиков;
- Введение процедуры банкротства, ликвидация участника либо прекращение им деятельности;
- Приостановление операций или блокировка банковских счетов участника на момент утверждения или публикации результатов Рейтинга, если такие ограничения препятствуют исполнению участником своих обязательств, связанных с участием в Рейтинге, в том числе оплате организационного взноса;
- Иные документально подтвержденные обстоятельства, свидетельствующие о невозможности участника исполнить обязательства, связанные с участием в Рейтинге.

В случае, если участник самостоятельно уведомляет Исполнительную дирекцию РАМУ об отказе от участия в Рейтинге до публикации результатов, такой участник исключается из Рейтинга без дополнительного решения ВК при выявлении указанных обстоятельств Исполнительной дирекцией РАМУ, АЦ РИР, либо иным способом - решение об исключении участника принимает ВК.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ

РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

6.11. Официальной публикацией Рейтинга считается размещение результатов NCPSR на сайтах РАМУ и АКАР.

6.12. Официальная публикация Рейтинга является окончанием рейтингового цикла.

6.13. Рейтинг считается по итогам предыдущего календарного года. Учитываемый период для Национального Рейтинга Потребительского Маркетинга (NCPSR) 2026: с 01.01.2025 по 31.12.2025.

VII. Определение и состав Верификационной комиссии (ВК)

7.1. Верификационная комиссия (ВК) — экспертный орган Рейтинга, принимающий решения по методологии NCPSR, а также по организации, проведению и оценке Consumer Promo Services (CPS), осуществляющий контроль за соблюдением методологии Рейтинга и рассмотрение спорных вопросов, возникающих в процессе верификации данных участников.

7.2. Официальным ежегодным началом работы ВК является письмо, подготовленное Исполнительной дирекцией (ИД) РАМУ и направленное уполномоченным лицам с предложением войти в состав ВК.

7.3. Верификационная комиссия формируется из представителей членов РАМУ, АКАР и приглашенных экспертов-лидеров рынка потребительского маркетинга. Все кандидаты должны быть согласованы Советом РАМУ.

7.4. Все члены Верификационной комиссии обладают профессиональной компетенцией, практическим опытом и глубоким знанием рынка маркетинговых и коммуникационных услуг, в том числе Consumer Promo Services (CPS).

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ

РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

7.5. Состав Верификационной комиссии может обновляться. Члены комиссии имеют право покинуть ее по собственному желанию. В этом случае Совет РАМУ утверждает нового члена ВК.

7.6. Члены Верификационной комиссии утверждаются сроком на один рейтинговый цикл и могут входить в состав комиссии не более двух рейтинговых циклов подряд, если иное решение не принято Советом РАМУ. В состав Верификационной комиссии должны входить не менее 5 экспертов.

7.7. Перед началом работы комиссии происходит обязательная публикация списка членов Верификационной комиссии.

7.8. Члены Верификационной комиссии обязаны проводить оценку в рамках графика проведения Рейтинга.

7.9. Если член Верификационной комиссии пропустил более 3-х общих встреч ВК, остальные члены комиссии могут поднять вопрос о его исключении и замене.

7.10. При обсуждении результатов деятельности участника, в отношении которого член Верификационной комиссии является аффилированным лицом, указанный член ВК не участвует в обсуждении и временно отключается от участия в заседании на период рассмотрения такого вопроса.

7.11. Члены Верификационной комиссии обязаны соблюдать требования настоящего Положения, обеспечивать конфиденциальность информации участников и принимать решения исключительно на основании методологии Рейтинга и представленных документов.

7.12. Каждый член ВК подписывает Соглашение о конфиденциальности (NDA) и обязуется:

- Руководствоваться принципами объективности, беспристрастности и действующими интересами развития индустрии и Рейтинга.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ

РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

- Не использовать сведения и материалы, полученные в рамках работы в Верификационной комиссии, в целях, не связанных с исполнением функций члена Комиссии.
- Способствовать популяризации и повышению статуса Рейтинга путем его освещения в доступных и аффилированных информационных ресурсах.

VIII. Функции Верификационной комиссии (ВК):

- Проведение верификации данных путем экспертной оценки, включая верификацию данных участников Рейтинга по заявленным показателям, рассмотрение спорных вопросов и формирование Рейтинга согласно Положению о NCPSR;
- Внесение предложений по изменению Положения и методологии NCPSR для следующих рейтинговых циклов;
- Участие в заседаниях, совещаниях и встречах в формате офлайн/онлайн;
- Определение суммы организационного взноса для участников Рейтинга, не являющихся членами РАМУ, на следующий год;
- Члены ВК могут дополнительно задавать уточняющие вопросы или запрашивать дополнительную информацию у участников Рейтинга, проверять данные, заявленные участником, через системы СБИС, СПАРК и иные официальные и общедоступные источники;
- Принятие решений об организации, в том числе форматах и датах проведения презентаций и мероприятий в рамках проведения NCPSR;
- Согласование официальных результатов Рейтинга перед публикацией;
- Координация работы с Исполнительной дирекцией РАМУ и АЦ РИР, в том числе передача им функции первичной проверки данных участников Рейтинга.
  Исполнительная дирекция РАМУ осуществляет прием заявок и проверку наличия необходимых документов, АЦ РИР и Исполнительная дирекция проводят первичную проверку предоставленных документов.
  Результаты проверки утверждаются Верификационной комиссией.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

8.1. В случае, если при первичной проверке возникают сомнения в соответствии предоставленных документов требованиям Положения, соответствующие материалы передаются в обезличенном виде на рассмотрение Верификационной комиссии.

8.2. Верификационная комиссия вправе запрашивать информацию, подтверждающую связь юридического лица/лиц или ИП с заявленным в Рейтинге брендом, а также дополнительную информацию по CPS, подтверждающую оборот по Consumer Promo, например: список проектов, бюджет по каждому проекту, подробное описание проектов.

8.3. После первого этапа верификации каждому участнику направляются его результаты в формате «ЗАЧТЕНО / НЕ ЗАЧТЕНО» с указанием информации или документов, необходимых для зачета соответствующих показателей. Участнику предоставляется 5 (пять) рабочих дней на предоставление запрашиваемой информации или корректных документов.

8.4. В случае отказа или невозможности участника Рейтинга предоставить запрошенные данные по показателю, вызывающему обоснованные сомнения в достоверности, Верификационная комиссия имеет право принять одно из решений ниже:

- обнулить показатель / не засчитывать данный пункт;
- принять показатель в заявленном размере / виде;
- скорректировать показатель до значения, не вызывающего сомнений у экспертов.

8.5. Исполнительная дирекция РАМУ фиксирует решения Верификационной комиссии по спорным вопросам для их последующего учета при проведении Рейтинга и в следующих рейтинговых циклах.

IX. Методология Рейтинга

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ

РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

9.1. Методология Национального Рейтинга Потребительского Маркетинга (NCPSR) состоит из системы показателей, принципов сбора и обработки данных, а также правил подсчета итогового результата участника.

9.2. Максимальное количество баллов, которое может набрать участник Рейтинга, составляет 10 000 баллов.
9.3. Каждый блок и каждый показатель имеют вес, выраженный в процентах от итоговой оценки Рейтинга.

9.3. Структура Рейтинга включает три блока:
- блок **«Опыт»** — 50%;
- блок **«Надежность»** — 35%;
- блок **«Ресурсы»** — 15%.

9.4. В блок **«Опыт»** входят следующие показатели:
- услуги —31%;
- наличие побед в фестивалях — 10%;
- рекомендательные письма — 9%.

9.5. В блок **«Надежность»** входят следующие показатели:
- оборот по Consumer Promo — 21%;
- бизнес-стабильность — 14%.

9.6. В блок **«Ресурсы»** входят следующие показатели:
- штат — 10%;
- участие в индустриальных организациях АКАР и РАМУ — 5%.

9.7. Максимальное количество баллов по каждому показателю рассчитывается как вес показателя, умноженный на 10 000 баллов.

9.8. По каждому показателю определяется порядок начисления баллов. Если диапазон значений не может быть установлен напрямую из содержания настоящего Положения, значения участников рассчитываются

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

пропорционально максимальному подтвержденному значению среди участников Рейтинга.

9.9. Все заявленные участником показатели подлежат верификации на основании документов и данных, предусмотренных настоящим Положением и приложениями к нему.

X. Блок «Опыт» (50%)

Услуги (31%)
Для участия в Рейтинге организация подтверждает опыт оказания услуг Consumer Promo Services (CPS), указанных в Приложении №1 к настоящему Положению.

1. Каждая заявленная услуга должна быть подтверждена документами, достаточными для оценки ее соответствия описанию, приведенному в Приложении №1.

2. В качестве подтверждающих документов могут использоваться:

- **письмо от клиента о факте оказания услуги.** Письмо должно быть оформлено на официальном бланке организации-клиента, заверено печатью организации и подписью первого лица, а также содержать наименование клиента и участника Рейтинга, наименование или описание проекта, период его реализации и описание выполненных участником работ, позволяющее определить соответствующую услугу Consumer Promo. Период оказания услуги должен приходиться на верифицируемый год;

- **договор, приложение или дополнительное соглашение к договору.** Документ должен позволять установить стороны, предмет работ, содержание заявленной услуги Consumer Promo и период ее оказания. Период оказания услуги должен полностью или частично приходиться на

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

верифицируемый год. Если из договора невозможно установить факт фактического выполнения работ в верифицируемом году, дополнительно предоставляется акт выполненных работ, УПД, письмо клиента или иной документ, подтверждающий выполнение работ;

- **ссылка на проект в публичном доступе.** Материал должен содержать информацию, позволяющую идентифицировать проект, участие в нем заявленного участника Рейтинга, содержание оказанной услуги и период реализации проекта. Период реализации проекта должен полностью или частично приходиться на верифицируемый год;

- **иные документы и материалы,** если содержащейся в них информации достаточно для подтверждения факта оказания услуги, участия заявленного участника, содержания выполненных работ и их реализации в пределах верифицируемого года.

Рекомендательное письмо клиента и письмо о факте оказания услуги являются разными видами документов. Для подтверждения услуги рекомендация клиента не требуется: достаточно письма, подтверждающего факт выполнения участником соответствующих работ. Рекомендательные письма учитываются отдельно в рамках показателя «Рекомендации».

3. К рассмотрению принимаются проекты, реализованные в период с 01 января по 31 декабря верифицируемого года.

4. Для подтверждения каждой услуги достаточно одного проекта.

5. Участник может подтвердить одним проектом максимум две услуги.

6. Перечень услуг Consumer Promo, учитываемых в Рейтинге, приведен в Приложении №1.

7. При возникновении вопросов к представленным материалам Верификационная комиссия вправе запросить дополнительную информацию.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

8. По каждой подтвержденной услуге, указанной в Приложении №1, участнику начисляется следующий вес:

1) Интегрированные маркетинговые коммуникации (IMC) - минимальный вес 3,25%, максимальный вес 6,5%;
2) Промо с полевым персоналом - минимальный вес 3,25%, максимальный вес 6,5%;
3) Промоакции в цифровых каналах (NCP, TMP и пр.) - минимальный вес 3,25%, максимальный вес 6,5%;
4) Промо без привлечения промоперсонала (SelfRun Promo) - минимальный вес 3,25%, максимальный вес 6,5%;
5) Другие услуги - 5%.

9. Итоговое значение по показателю «Услуги» рассчитывается как сумма процентов, начисленных за все подтвержденные услуги.

10. Максимальное значение по показателю «Услуги» составляет 31%, что соответствует 3100 баллам в общем Рейтинге.

Наличие побед в фестивалях (10%)

1. Участник Рейтинга предоставляет ссылки на собственные проекты, которые заняли призовые места, попали в шорт-лист или получили специальные награды на фестивалях, утвержденных Верификационной комиссией для соответствующего рейтингового цикла.

2. К рассмотрению принимаются только профильные проекты, соответствующие перечню Consumer Promo Services (CPS), указанному в Приложении №1 к настоящему Положению.

3. Непрофильные проекты к рассмотрению не принимаются.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

4. Для Рейтинга 2026 года каждому фестивалю, учитываемому в показателе «Наличие побед в профильных фестивалях», устанавливается равный вес - 2%. Совокупный максимальный вес показателя составляет 10%.

5. В Рейтинге 2026 года учитываются следующие фестивали:
1) Silver Mercury 2026 - 2%;
2) Фестиваль маркетинговых услуг «Перспектум» 2026 - 2%;
3) Red Apple 2026 - 2%;
4) НПБК. Эффективность 2026 - 2%;
5) E+ Awards 2026 - 2%.

6. Проекты распределяются по трем категориям, которым присваиваются условные единицы:
- шорт-лист — 1 условная единица;
- основные награды, включая Гран-при, золото, серебро и бронзу — 2 условные единицы;
- дополнительные награды и специальные призы — 0,5 условной единицы.

7. Итоговое значение участника по каждому фестивалю рассчитывается как сумма условных единиц по всем зачтенным проектам.

8. Максимальное значение показателя определяется как наибольшее итоговое значение среди всех участников Рейтинга по соответствующему фестивалю.

9. Баллы Рейтинга по каждому фестивалю рассчитываются пропорционально максимальному значению.

10. Максимальное значение показателя «Наличие побед в фестивалях» составляет 10% в общей структуре Рейтинга.

Формула подсчета баллов по фестивалю: **B = k × c / m**, где:

B – баллы участника по конкретному фестивалю;
k – коэффициент фестиваля;

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

c – условные единицы участника;
m – максимальные условные единицы среди участников.

Рекомендательные письма (9%)

1. Участник Рейтинга предоставляет рекомендательные или благодарственные письма от рекламодателей за проекты, реализованные в верифицируемом периоде с 01 января по 31 декабря соответствующего года.

2. Рекомендательные письма должны быть оформлены на официальном бланке организации-рекламодателя, содержать подпись ответственного лица, печать организации и сведения, позволяющие идентифицировать отправителя.

3. Письмо должно содержать информацию о предоставленных участником услугах Consumer Promo Services (CPS) и периоде оказания услуг. Общие формулировки без указания характера сотрудничества могут быть не приняты к рассмотрению.

4. Для проверки подлинности письма участник предоставляет контактные данные лица или организации, выдавшей письмо.

5. От одного рекламодателя учитывается не более одного уникального рекомендательного или благодарственного письма независимо от количества принадлежащих ему брендов.

6. Максимальное количество рекомендательных или благодарственных писем, учитываемых в Рейтинге, составляет 10.

7. Для определения веса рекомендательного или благодарственного письма используются:

- ТОП-100 крупнейших рекламодателей по версии Mediascope за соответствующий период;
- список топ-брендов Nielsen за соответствующий период.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

8. За каждое рекомендательное или благодарственное письмо от рекламодателя, входящего в ТОП-100 Mediascope, либо относящееся к бренду, входящему в список топ-брендов Nielsen, участнику начисляется 0,9%.

9. За каждое рекомендательное или благодарственное письмо от остальных рекламодателей участнику начисляется 0,45%.

10. Если рекламодатель входит в ТОП-100 Mediascope, а соответствующий бренд одновременно входит в список топ-брендов Nielsen, дополнительное увеличение веса не производится. Одно письмо учитывается однократно с весом 0,9%.

11. Максимальное значение по показателю «Рекомендации клиентов» составляет 9%, что соответствует 900 баллам в общем Рейтинге.

XI. Блок «Надежность» (35%)

Оборот по Consumer Promo (21%)

1. Участник Рейтинга предоставляет в заявительном порядке данные о совокупном обороте без НДС по услугам Consumer Promo Services (CPS), указанным в Приложении №1 к настоящему Положению.

2. Если под одним брендом заявлено несколько юридических лиц и/или индивидуальных предпринимателей, оборот указывается по всем заявленным организациям. Внутригрупповые обороты при расчете не учитываются.

3. Для признания объединения группой достаточно соответствия одному из следующих безусловных требований:

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

- наличие взаимосвязи через владельцев или совладельцев всех заявленных юридических лиц и / или иных организаций, которая может быть явно установлена из открытых источников;

- наличие взаимосвязи через владельцев или совладельцев, которая не может быть установлена из открытых источников, но подтверждается заявителем дополнительно предоставленными документами и / или информацией и верифицируется уполномоченным органом - Верификационной комиссией или АЦ РИР;

- использование агентствами единого зарегистрированного товарного знака, атрибута группы или бренда, права на использование которого переданы агентствам надлежащим образом;

- использование агентствами нескольких зарегистрированных товарных знаков, принадлежащих одному лицу, при наличии подтверждения прав на их использование соответствующими агентствами.

Актуальной для целей Рейтинга признается информация по состоянию на дату верификации данных заявителя.

4. Участник выделяет долю оборота по CPS из совокупного оборота организации на основании бухгалтерской отчетности или аналогичной отчетности, предусмотренной для индивидуальных предпринимателей.

5. В совокупный CPS-оборот включается полная сумма в рублях Российской Федерации без НДС независимо от вида договора: договор оказания услуг, агентский договор.

6. Формула расчета:

CPS-оборот = оборот по договорам оказания услуг + оборот по агентским договорам, включая стоимость услуг третьих лиц и вознаграждение агента.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ

РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

7. Верификационная комиссия вправе запросить дополнительную информацию для уточнения размера CPS-оборота, включая список проектов, бюджет по каждому проекту и описание оказанных услуг.

8. Максимальное значение показателя «Оборот по Consumer Promo» составляет 21% в общей структуре Рейтинга. Баллы по данному показателю рассчитываются пропорционально максимальному подтвержденному значению среди участников Рейтинга.

Бизнес-стабильность (14%)

1. В Рейтинге учитываются только участники, не имеющие задолженности по налогам и сборам на дату подачи документов. Подтверждением является справка по форме КНД 1120101 либо иной документ, подтверждающий отсутствие задолженности. Максимальный вес показателя составляет 3%.

2. Участник также подтверждает отсутствие вступивших в законную силу судебных решений, способных оказать существенное влияние на его деятельность. Подтверждение предоставляется в произвольной форме на официальном бланке организации. Максимальный вес показателя составляет 3%.

3. Период существования организации на рынке учитывается в Рейтинге с максимальным весом до 3%. Показатель рассчитывается от даты регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя до 31 декабря верифицируемого года.

4. Если под одним брендом заявлено несколько юридических лиц или ИП, учитывается дата регистрации самой ранней из заявленных организаций.

5. Баллы по показателю «Время работы на рынке» начисляются пропорционально количеству полных лет работы организации. Заявитель предоставляет копии свидетельств ОГРН, ИНН. Показатель рассчитывается в годах от даты регистрации самого раннего

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

юридического лица, заявленного для учёта в рейтинге, до 31 декабря верифицируемого год. Максимальный вес показателя составляет 3% и достигается при сроке работы 20 лет и более.

Расчет производится по формуле:

Балл = количество полных лет работы / 20 × 3%.
При сроке работы 20 лет и более начисляется 3%.

6. Чистые активы оцениваются с максимальным весом 5%. Показатель определяется по состоянию на 31 декабря верифицируемого года на основании бухгалтерского баланса: при положительном значении чистых активов участнику начисляется 5%, при отрицательном значении - 0%.

XII. Блок «Ресурсы» (15%)

Штат (10%)

1. Участник Рейтинга предоставляет данные об общей численности сотрудников и численности сотрудников, задействованных в оказании услуг потребительского промо (CPS).

2. Подтверждением численности сотрудников является расчет по страховым взносам (форма КНД 1151111) за 4 квартал верифицируемого года, а также штатное расписание без указания персональных данных и размера заработной платы.

3. Если под одним брендом заявлено несколько юридических лиц и/или индивидуальных предпринимателей, учитывается совокупная численность сотрудников всех заявленных организаций.

4. Общий штат определяется на основании среднесписочной численности сотрудников по данным отчетности за верифицируемый период.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

5. CPS-штат представляет собой часть общего штата, непосредственно задействованную в оказании услуг Consumer Promo Services, включая сотрудников фронт-офиса и бэк-офиса, обеспечивающих деятельность соответствующего направления.

6. Количество сотрудников CPS-штата не может превышать общую численность сотрудников организации.

7. Сотрудники, работающие исключительно по договорам гражданско-правового характера (ГПХ), в расчете не учитываются.

8. Баллы по показателю «Штат» рассчитываются по CPS-штату пропорционально максимальному подтвержденному значению среди участников Рейтинга.

9. Максимальное значение показателя «Штат» составляет 10% в общей структуре Рейтинга.

Участие в индустриальных организациях (5%)
1. В рамках данного показателя учитывается членство участника Рейтинга в профильных отраслевых объединениях.

2. Для целей Рейтинга учитывается членство в следующих организациях:
- Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг (РАМУ);
- Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР).

3. Участник предоставляет документальное подтверждение членства на момент проведения Рейтинга.

4. Баллы по показателю начисляются следующим образом:
- членство в одной ассоциации — 2,5%;
- членство в двух ассоциациях — 5%.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

5. Максимальное значение показателя «Участие в индустриальных организациях» составляет 5% в общей структуре Рейтинга.

XIII. Принципы и система сбора организационных взносов Национального Рейтинга Потребительского Маркетинга (NCPSR)

13.1. Участник, принимающий участие в Рейтинге и не являющийся действительным членом ассоциации РАМУ, вносит организационный взнос для технического сопровождения и обслуживания Рейтинга.
Рекламная организация, принимающая участие в Рейтинге и состоящая в РАМУ, участвует в Рейтинге бесплатно при наличии обязательного условия - заполнения в Классификаторе 2026 года профильного вида деятельности - Consumer Promo.

13.2. Сумма взноса одинакова для всех потенциальных участников Рейтинга – не членов Ассоциаций РАМУ, заполнивших в Классификаторе 2026 вид деятельности Consumer Promo, и не влияет на результаты Рейтинга. Сумма ежегодно подтверждается Верификационной комиссией и перечисляется в Ассоциацию РАМУ одним платежом вместе с заявкой на участие в Рейтинге. В Рейтинге 2026 года сумма организационного взноса составляет 30 000 (тридцать тысяч) рублей.

13.3. Организационный взнос должен быть полностью оплачен участником не позднее даты начала работы Верификационной комиссии.

13.4. Участники, не оплатившие организационный взнос в установленный срок, не допускаются к участию в Рейтинге. Заявки таких участников снимаются с рассмотрения.

13.5. Оплата организационного взноса подтверждает намерение организации участвовать в Рейтинге. В случае отказа от участия после оплаты взнос не возвращается.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

XIV. Тайминг Рейтинга

14.1. Полевой этап Рейтинга включает сбор заявок от участников и загрузку подтверждающих документов по каждому показателю Рейтинга.

14.2. Участник регистрируется для участия в Рейтинге через специализированную онлайн-форму, подготовленную АЦ РИР.

14.3. После регистрации участнику направляется индивидуальная ссылка на электронную папку для загрузки подтверждающих документов.

14.4. Загруженные документы используются для верификации заявленных участником данных и расчета итогового результата.

14.5. После завершения полевого этапа проводится верификация данных и подсчет результатов Рейтинга.

14.6. Предварительные результаты направляются участникам в порядке, установленном разделом VI настоящего Положения.

14.7. Официальная публикация результатов Рейтинга осуществляется после завершения процедуры согласования и верификации.

14.8. Сроки проведения Рейтинга ежегодно утверждаются Верификационной комиссией и публикуются до начала приема заявок.

14.9. Сроки проведения Рейтинга могут быть изменены в интересах Рейтинга, но не в интересах отдельного участника.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ

РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

Приложение №1 к Положению о NCPSR

Список услуг, учитываемых в Национальном Рейтинге Потребительского Маркетинга

Услуги

1. **Интегрированные маркетинговые коммуникации (IMC) (предоставляется 1 проект)**

Включает комплексные коммуникационные проекты, в которых для решения единой маркетинговой задачи используется несколько взаимосвязанных каналов и инструментов коммуникации с потребителем.

Проект должен быть реализован в рамках единой коммуникационной идеи и включать не менее 3 различных каналов/инструментов коммуникации, например: цифровые коммуникации, социальные сети, потребительские промоакции, торговый и покупательский маркетинг, событийный маркетинг, связи с общественностью (PR), маркетинг влияния, персонализированные коммуникации с потребителями и программы лояльности (CRM), наружную и цифровую наружную рекламу (OOH/DOOH), специальные проекты, партнерские интеграции и др.

Обязательным условием является интеграция используемых инструментов в единую коммуникационную механику: каналы должны дополнять друг друга и обеспечивать последовательный путь потребителя (consumer journey), а не представлять собой набор отдельных активностей, объединенных одним брендом или периодом проведения.

Агентство должно отвечать за разработку и/или адаптацию интегрированной коммуникационной концепции, координацию реализации проекта и обеспечение взаимосвязи между используемыми каналами.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

Баллы начисляются в зависимости от масштаба проекта:

- максимальный балл начисляется при использовании 5 и более взаимосвязанных каналов/инструментов коммуникации и бюджете проекта свыше 30 млн рублей (до НДС);
- минимальный балл начисляется при использовании не менее 3 взаимосвязанных каналов/инструментов коммуникации и бюджете проекта не менее 5 млн рублей (до НДС).

Не относятся к Интегрированным маркетинговым коммуникациям (IMC) проекты, в которых несколько каналов используются исключительно для поддержки одной отдельной промомеханики без самостоятельной коммуникационной роли, а также проекты, представляющие собой набор не связанных между собой активностей.

Объем и комплексность проекта подтверждаются документально (копия Приложения/ДС на проект с подписью и печатью заказчика), а состав коммуникационных каналов презентацией/отчетом по реализованному проекту.

2. Промо с полевым персоналом (предоставляется 1 проект)

Включает любые услуги с привлечением временного персонала, предполагающие прямой контакт с конечным потребителем 1-2-1.

Например: раздача образцов продукции (семплинг), дегустация, раздача листовок (лифлетинг), подарок за покупку, демонстрация товара/услуги, демонстрация и нанесение парфюмерно-косметической продукции (спреинг), промоакции в гостинично-ресторанном сегменте и заведениях общественного питания (HoReCa) и т.д.

Баллы начисляются в зависимости от объема проекта:

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

- максимальный балл начисляется при географии более 5 городов или количестве персонала более 50 человек в полях одновременно;
- минимальный балл начисляется, при количестве персонала в полях одновременно не менее 10 человек.

Объем проекта подтверждается документально (копия Приложения/ДС на проект с подписью и печатью заказчика).

3. **Промоакции в цифровых каналах (Национальное потребительское промо (NCP), Промоакция для конкретной торговой сети (TMP) и пр.) (предоставляется 1 проект)**

Включает любые услуги в онлайне, направленные на коммуникацию с конечным потребителем, в которых необходимо приобрести товар для участия в акции. Например: розыгрыши, программы лояльности, накопительные промо и т.д.

Баллы начисляются в зависимости от объема проекта:

- максимальный балл начисляется при бюджете промо свыше 40 млн рублей (до НДС);
- минимальный балл начисляется при бюджете не менее 5 млн рублей (до НДС).

Объем проекта подтверждается документально (копия Приложения/ДС на проект с подписью и печатью заказчика).

4. **Промо без привлечения промоперсонала (SelfRun Promo) (предоставляется 1 проект)**

Включает любые офлайн услуги с выдачей подарков/образцов/семплов или тестирования продукта без привлечения временного персонала. Привлечение персонала площадки для реализации услуги допустимо.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU

Например: раздача образцов продукции (семплинг), раздача листовок (лифлетинг), дегустация, программы продвижения в профессиональных каналах (POME).

Баллы начисляются в зависимости от объема проекта:

- максимальный балл начисляется при бюджете промо свыше 15 млн рублей (до НДС) и/или при географии более 5 городов;
- минимальный балл начисляется при бюджете не менее 3 млн рублей (до НДС).

Объем проекта подтверждается документально (копия Приложения/ДС на проект с подписью и печатью заказчика).

5. Другие услуги (предоставляется 1 проект)

Включает в себя любые услуги, которые направлены на прямой контакт с потребителем в точке, но не подходят под описание услуг в пунктах 1, 2, 3 и 4, а также не являются частью услуги, описанной в пунктах 1, 2, 3, 4 (возврат части стоимости покупки (кешбэк), как гарантированный приз в рамках Национального потребительского промо (NCP) не является отдельным проектом и не будет учтен в категорию «Другие услуги»).

Балл начисляется при бюджете промо свыше 3 млн рублей (до НДС).

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ
РОССИЯ, 127018, МОСКВА, УЛ. ПОЛКОВАЯ, Д. 3, СТР. 3, ЭТАЖ 4
ТЕЛ/ФАКС: +7 (495) 662 39 68
WWW.RAMU.RU RAMU@RAMU.RU