

Положение 2024

Полное название:

Национальный рейтинг креативности рекламно-коммуникационных агентств России по версии АКАР

Английский вариант:

National Rating of Creativeness RACA (NRC RACA)

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

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

Год создания: 2008.

1. Основные определения:

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

Чем выше оценка креативных решений, тем выше порядковый показатель места в списке.

Первое место рейтинга означает наивысший уровень оценки организации по утверждённой процедуре подсчета Рейтинга.

Объективной основой для ранжирования являются места, занятые на различных фестивалях рекламы, маркетинга и коммуникаций за определенный период. Список и вес (количество баллов за призовые места) таких фестивалей формируется ежегодно на основе экспертных оценок членов Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности АКАР и победителей ТОП-10 соответствующих Рейтингов предыдущего года (так называемая Комиссия по весам).

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

Подсчет Национального рейтинга креативности агентств осуществляет Исследовательский Центр АКАР (ИЦ АКАР) на основе автоматизированного анализа данных системы показателей для каждого потенциального участника Рейтинга.

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

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

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

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

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

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

1.6 Национальный рейтинг креативности агентств сегмент «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций»- Рейтинг компаний, набравших баллы за призовые места и шорт-листы во всех номинациях профильных фестивалей и конкурсов, а также отраслевых номинациях универсальных фестивалей и конкурсов, список которых определяется ежегодно Комиссией, состоящей из компаний – победителей ТОП-10 Рейтинга креативности сегмента «Социальная реклама и социально-значимых коммуникаций» предыдущего года (Комиссии по весам) и Наблюдательного совета.

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

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

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

1.9 Профильные фестивали и конкурсы – список из не более чем 4-х фестивалей в каждом из Рейтингов сегментов «Маркетинговые услуги», «Брендинг» и «Диджитал» и в количестве,

согласованном Наблюдательным советом в каждом из сегментов «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» и «Связи с общественностью /PR». Профильные фестивали содержат только профильные номинации и идут в зачет только соответствующим Рейтингам.

В связи с ограничением возможности участия агентств из России в ряде международных фестивалей в 2022-2024 гг количество профильных фестивалей для вхождения в национальный рейтинг креативности может быть увеличено решением комиссий по весам соответствующих сегментов.

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

1.11 Наблюдательный совет Рейтинга креативности агентств сегмента «Связи с общественностью /PR» формируется из представителей партнерских профильных PR ассоциаций, сопредседателей Комиссии по социальным социальной ответственности и корпоративным коммуникация АКАР и сопредседателей фестивально-конкурсной комиссии АКАР и может состоять из не более чем 10 экспертов.

1.12 К участию в Рейтинге допускаются любые организации, независимо от организационно-правовой формы и формы собственности, которые осуществляют деятельность на территории России и являются участниками рынка рекламно-коммуникационных услуг, в том числе зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей. К участию в Рейтинге не допускаются физические лица за исключением сегмента Young.

2. Цель рейтинга

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

3. Задачи национального рейтинга:

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

Задачи рейтинга в сегменте Young

- Повысить уровень работ и организации студенческих фестивалей

- Привлечь талантливых студентов к регулярному участию в фестивалях
- Создать единый стандарт оценки фестивальных работ
- Привлечь внимание рекламодателей к фестивалям и работодателей к талантам
- Помочь талантливым студентам в профессиональном и карьерном развитии

4. Основные принципы Рейтинга

4.1 Принципы формирования Комиссий:

Члены комиссии состоят из

- Сопредседателей фестивально- конкурсной Комиссии, избираемых на Ежегодной Конференции АКАР,

и представителей компаний–победителей предыдущего года:

- ТОП-10 Национального рейтинга креативности агентств,
- ТОП-10 Рейтинга креативности агентств сегмента «Маркетинговые услуги»,
- ТОП-10 Рейтинга креативности агентств сегмента «Брендинг»,
- ТОП-10 Рейтинга креативности сегмента агентств «Диджитал»,
- ТОП-10 Рейтинга креативности агентств сегмента «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» и наблюдательного совета для сегмента «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций»
- ТОП-10 Рейтинга креативности агентств сегмента «Связи с общественностью /PR» и наблюдательного совета для сегмента «Связи с общественностью /PR»,

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

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

4.3 Правила включения фестивалей в Рейтинг:

- По представлению членов Комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности
- По представлению профильных комитетов АКАР, Исполнительной дирекции АКАР
- По заявлению фестивалей, при условии наличия рекомендации профильных комитетов и/или членов Комиссии и/или Исполнительной дирекции АКАР
- По представлению членов Наблюдательного совета для сегментов «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» и «Связи с общественностью /PR».

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

1. Качество работ, получивших награды фестиваля;
2. Состав жюри;
3. Количество и география участников фестиваля, для международных фестивалей – количество участников от России;
4. Общий уровень организации фестиваля:
 - Качество образовательной программы (если таковая предусмотрена);
 - Уровень церемонии награждения победителей;
 - Наличие каталога участников фестиваля и пр.;
 - Скидки, предоставляемые членам 3-х индустриальных ассоциаций: АКАР, РАМУ и АРИР.

5. Процедура выбора фестивалей, их ранжирование и определение их весов:

В связи с ограничением возможности участия агентств из России в ряде международных фестивалей в 2022-2024 гг комиссия по весам имеет право изменить деление на цветовые зоны и правила распределения баллов по своему усмотрению.

5.1 Четыре уровня фестивалей:

Все фестивали делятся на 4 уровня. Каждому уровню присвоено «цветовое» определение, фестивали ранжируются по следующим критериям:

1. Страна проведения,
2. Количество поданных работ,
3. Количество стран – участниц,
4. Уровень компетентности жюри (обладатели престижных мировых наград),

Green:

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

Blue:

- Фестивали, проходящие на территории РФ, ближнего зарубежья
- Количество поданных работ – от 500 до 1500
- Количество стран – участниц - от 10 до 30
- На 60% международный состав жюри – обладатели престижных международных наград.
- Вес фестиваля варьируется от 4 до 7 баллов на усмотрение Комиссии;

Red:

- Фестивали, проходящие на территории Европейских государств
- Количество работ – от 1500 до 3000
- Количество стран, участвующих в фестивале – от 30 до 50
- Международный состав жюри – победители лучших мировых фестивалей, создатели знаковых кейсов.
- Вес фестиваля варьируется от 8 до 11 баллов на усмотрение Комиссии;

Black:

- Фестивали, проходящие на территории Европы, Азии и Америки
- Количество поданных работ – от 3000
- Количество стран – участниц – от 50 и выше
- Международный состав жюри - обладателей престижных мировых наград, создатели культовых кейсов.
- Вес фестиваля варьируется от 12 до 15 баллов на усмотрение Комиссии.

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

5.3 Комиссии, состоящие из представителей компаний – победителей ТОП-10 Рейтинга сегментов «Маркетинговые услуги», «Брендинг» и «Диджитал» (соответствующих Комиссий по весам) выбирают не более 4-х профильных фестивалей для каждого Рейтинга, которыми они на выбор могут заменить универсальные фестивали из списка, утвержденного Комиссией Национального рейтинга креативности.

5.4 Комиссии, состоящие из представителей компаний – победителей ТОП-10 Рейтинга сегментов «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» и «Связи с общественностью /PR» (Комиссий по весам) и их Наблюдательных советов в праве выбрать более 4-х профильных фестивалей для каждого Рейтинга, которыми они на выбор могут заменить универсальные фестивали из списка, утвержденного Комиссией Национального рейтинга креативности.

Далее фестивали ранжируются по уровням и баллам, аналогично Национальному рейтингу креативности.

В итоге, в списке фестивалей каждого Рейтинга должно учитываться не более 12.

5.5 Регламент голосования по выбору фестивалей:

Голосование проходит в онлайн- или оффлайн-формате.

В случае если участник, входящий в ТОП-10, не сможет участвовать в голосовании, то приглашаются следующие участники с 11 по 20 место до достижения количества голосующих уровня 10 голосов. При равенстве голосов дополнительное и решающее право голоса имеет один из сопредседателей фестивально-конкурсной комиссии.

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

Для того, чтобы решения участников, присутствующих в ТОП-20, были наиболее объективными, участники не могут передавать свои голоса другим представителям из первой двадцатки.

5.6 Процедура утверждения номинаций фестивалей:

- В Национальном рейтинге креативности агентств учитываются все номинации всех фестивалей из списка;
- В Рейтингах креативности агентств сегментов «Маркетинговые услуги», «Брендинг», «Диджитал», «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций» и «PR» учитываются все номинации профильных фестивалей, а из универсальных фестивалей — только профильные номинации, выбираемые Комиссиями ТОП- 10 соответствующих сегментов Рейтинга. Процедура выбора номинаций проходит в несколько этапов, в зависимости от сроков публикации списка категорий и номинаций на официальных сайтах фестивалей. Включение тех или иных номинаций в список, учитываемых в Рейтингах, невозможно после окончания срока подачи работ на фестиваль;
- Победы в социальных номинациях учитываются только в сегменте «Социальной рекламы и социально-значимых коммуникаций», которые не могут и не будут учитываться при подсчете результатов остальных сегментов Национального рейтинга креативности агентств (Digital, Брендинг, Маркетинговые услуги, Связи с общественностью /PR). При этом, в основной Национальный рейтинг креативности идут в зачет все номинации, включая социальные, но только по фестивалям, включенным в национальный рейтинг. Победы в специализированных фестивалях социального сегмента идут в зачет только в данный сегмент

- Голосование считается состоявшимся в том случае, если более половины агентств, принимавших в нем участие, отдали свой голос.
- При голосовании за утверждение номинаций универсальных фестивалей в соответствующих сегментах, в ситуации, когда в течении 2-х недель не набран кворум голосов, учитываются номинации, согласованные в предыдущем году.

Все номинации фестивалей обновляются и приводятся в Положении No1 к настоящему Положению о Рейтинге креативности и сопровождаются информационной рассылкой по существующей базе участников.

6. Правила подсчета баллов

6.1 За каждую работу в рамках одного фестиваля и одной номинации баллы начисляются только один раз в зависимости от максимального показанного результата. Если участник получает в одной номинации награды Gold и Grand-Prix за одну работу, АКАР делает запрос в фестиваль для выяснения количества поданных заявок от этого участника в данной категории.

6.2 Вес награды умножается на коэффициент фестиваля

6.3 Коэффициенты начисления баллов за полученные награды:

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

6.4 Специальные призы и концепты работ не учитываются.

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

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

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

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

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

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

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

6.12 В случае возникновения неучтенных в данном Положении вопросов, решение по ним принимается сопредседателями комиссии фестивально-конкурсной деятельности и экспертами соответствующих Наблюдательных советов.

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

6.14 Если участники набирают одинаковое количество баллов, то они располагаются на одной позиции в рейтинге. В таком случае, позиция следующего участника считается от количества участников, расположенных на предыдущей позиции.

6.15 Правила подсчета для сегмента Young: по умолчанию баллы за награду в рейтинге начисляются основному участнику, указанному в результатах фестиваля. Если основных участников несколько, то 100% баллов делится в равных долях между этими участниками.

Если в качестве соисполнителей в результатах фестиваля указаны другие участники, то баллы им могут быть начислены только по решению основного участника или нескольких основных участников, о чем они должны уведомить Исполнительную дирекцию АКАР не позднее чем 30 дней после официальной церемонии награждения победителей фестиваля.

7. Прочие условия

7.1 Возможные вопросы касаемые Рейтинга высылать на почту: akar@akarussia.ru

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

7.3 Перед публикацией результатов рейтинга Исполнительная дирекция АКАР согласовывает их корректность с ТОП-10 участников рейтинга. Датой начала срока согласования считается день отправки письма Исполнительной дирекцией. С этого момента представители агентств должны в течение двух недель (10 рабочих дней) согласовать результаты или предоставить корректировки.

В случае, если Исполнительная дирекция АКАР не получает обратной связи от участников в двухнедельный срок до публикации итоговых результатов, внесение правок со стороны участников невозможно. После официальной публикации результаты рейтинга может быть скорректирован только в случае необходимости приведения данных Рейтинга в соответствие с законодательством, предписаниями регулирующих органов или в исключительных случаях решениями Совета АКАР, включая, но не ограничиваясь, нанесением репутационного ущерба участнику Рейтинга или Рейтингу в целом, признания участника иностранным агентом или нежелательной организацией, включение в реестр неблагонадежных поставщиков.