

**Положение о Карте рынка event-услуг
Event Services Market Map (ESMM)
Оператор – АКАР, при поддержке РАМУ, REMA, НАОМ**

1. Определение

Карта рынка event-услуг (ESMM) – это визуализированная база данных агентств, предоставляющих event-услуги на территории РФ, позволяющая рассмотреть базовые параметры всего рынка: бренды, сегменты, специализация, объемы и географию бизнеса. Это актуальная и постоянно обновляемая информация для игроков рынка, клиентов и всех заинтересованных лиц.

2. Цель ESMM

Качественное развитие и продвижение рынка event-услуг в РФ.

3. Задачи

1. Предоставление полной и объективной информации о рынке event-услуг;
2. Создание единого индустриального ориентира при выборе партнеров на рынке event-услуг;
3. Формирование, внедрение и регулярное улучшение единой системы рынка event-услуг.

4. Основные положения ESMM:

- носит заявительный характер;
- не является рейтингом;
- формируется по брендам;
- обновляется ежегодно;
- собирается, обрабатывается и принадлежит Исполнительной Дирекции АКАР (далее ИД АКАР);
- ежегодно обновляется и корректируется Исследовательским Центром АКАР (далее ИЦ);
- ежегодно утверждается Комитетом Event агентств АКАР.

Участником ESMM может быть организация любой организационно-правовой формы, в том числе ИП, которая предоставляет клиентам (по контрактам с прямым рекламодателем) на территории Российской Федерации услуги, обозначенные в данном Приложении.

Участником ESMM может быть любой бренд, заполнивший анкету и прошедший верификацию.

Под одним брендом могут быть заявлены несколько организаций. В этом случае все документы для верификации должны предоставляться по всем юридическим лицам и ИП. По желанию организации - потенциального участника ESMM с ИД АКАР может быть подписан NDA.

Все логотипы должны быть в пределах установленных размеров. Организации, подавшие заявку на участие, автоматически соглашаются с данным Положением и форматом публикации логотипов и/или иных данных в открытом доступе.

В подтверждение получения заявки организации – потенциальному участнику ESMM высылаются: ссылка на заполнение анкеты онлайн, личная ссылка на Яндекс Диск, куда организация по каждому показателю ESMM загружает подтверждающие документы;

Документы, загруженные потенциальным участником, служат для верификации, подтверждения данных, указанных в анкете. Доступ к документам потенциального участника ESMM имеют только сам потенциальный участник ESMM и ответственные сотрудники ИД АКАР;

5. Публикация данных

Организации, подавшие заявку на участие, автоматически соглашаются с данным Положением, включая формат и перечень опубликованных в открытом доступе данных:

- Список сегментов (услуг);
- Оборот: до 100 млн. рублей в год/ от 100 до 300 млн рублей в год/ от 300 до 600 млн рублей в год/ более 600 млн руб в год (информация публикуется в этом виде);
- Принадлежность к ассоциации АКАР, РАМУ, РЕМА, НАОМ;
- Национальные организации / Локальные организации;
- Базовый город (нахождение центрального офиса);
- Стаж работы на рынке;
- Вхождение в Рейтинг ESR - Event Services Rating.
- Вхождение в Рейтинг креативности АКАР (сегмент маркетинговые услуги);

6. Верификация

Верификация будет осуществляться ИД АКАР. Ей будут приниматься решения по методологии ESMM, а также по организации, проведению и его оценке.

При необходимости будет привлекаться рабочая группа экспертов из АКАР, РАМУ, РЕМА, НАОМ. Решение о необходимости принимается совместно ИД АКАР и сопредседателями Комитета.

ИД АКАР имеет право:

- проверять заявленные данные, в том числе через открытые источники;
- запрашивать подтверждение наличия договоров с клиентами;
- запрашивать подтверждение, что организация действительно предоставляет услуги, перечисленные в данном Приложении;
- запрашивать информацию, подтверждающую связь юридического лица/лиц или ИП с заявленным на карте брендом.

В случае возникновения аргументированных сомнений относительно состава оказываемых услуг или наличия прямых контрактов с клиентами ИД АКАР может запросить дополнительную информацию, включая ссылки на кейсы или иную информацию из открытых источников, копии контрактов. Заявитель также вправе предложить иные подтверждения, которые могут быть приняты ИД АКАР по ее усмотрению.

В случае отказа или невозможности организации – потенциального участника ESMM предоставить запрошенные данные, ИД АКАР имеет право принять решение не публиковать логотип заявителя в соответствующем разделе ESMM.

7. Методология

Методология попадания организаций в ESMM состоит из основного блока, обязательного для заполнения участником, с обязательным набором критериев для верификации.

Основной блок

1. Список услуг (сегментов), на которых специализируется компания

- Открытие (Запуск, Перезапуск) новых проектов (продуктов, товаров, брендов, услуг);
- Выставочная деятельность;
- Пресс-мероприятия;
- Тимбилдинги;
- Обучающие мероприятия;
- Конкурсы, отраслевые и специализированные соревнования;
- Фестивальная деятельность;
- Корпоративные мероприятия;
- Конференции, Форумы, Саммиты;
- Спортивные мероприятия;
- Благотворительные и социальные мероприятия.

2. Список категорий, с которыми чаще всего работает компания:

- FMCG
- Гос. заказ
- Фармацевтика
- Недвижимость и строительство

- Финансовый сектор, страхование
- Розничная торговля
- Промышленность
- IT
- Культура и спорт
- Электронная коммерция
- Автомобили и транспорт
- Образование
- Dark Market

3. Базовый город (нахождение центрального офиса);

4. Национальные / локальные.

Национальные – организации, оказывающие услуги на территории более чем одного федерального округа.

Локальные – организации, оказывающие услуги на территории одного федерального округа;

5. Оборот: до 100 млн. рублей в год/ от 100 до 300 млн рублей в год/ от 300 до 600 млн рублей в год/ более 600 млн руб в год (информация публикуется в этом виде);

Подтверждение каждой услуги осуществляется предоставлением на выбор (не менее чем по 1 выполненному проекту в сегменте за последний год в период с 2021-2022):

- ссылки на кейс в открытом доступе или;
- прямым контрактом от клиента или;
- рекомендательным письмом или;
- любой наградой (не ниже шорт-листа) из списка фестивалей Рейтинга креативности АКАР сегмента МУ.

Ссылки на собственные источники информации (сайт, соцсети) не признаются для целей исследования открытыми источниками. Исключение составляет публикация видеокейса.

Участие в ESMM является бесплатным в этом году для всех агентств.

8. Ориентировочный тайминг

1. 1 Декабря – 20 Декабря 2022 – сбор заявок от организаций на участие в ESMM. Срок может быть продлен до 25 Декабря;
2. Январь – Февраль 2022 – верификация данных;
3. Февраль 2022 – верстка и выход ESMM.

СПИСОК EVENT-УСЛУГ

1. Открытие (Запуск, Перезапуск) новых проектов (продуктов, товаров, брендов, услуг)

Организация и проведение праздничного (торжественного) мероприятия или мероприятий по поводу открытия, запуска, перезапуска нового проекта (продукта, товара, бренда, услуги) в любой области бизнеса от открытия нового офиса до запуска нового завода от открытия новой художественной галереи, запуска нового продукта на рынке до перезапуска известного бренда. Может проводиться в офлайне и/или онлайн. Может проходить одновременно в разных местах.

Например, открытие нового автомобильного завода.

2. Выставочная деятельность

Организация и проведение специализированных и отраслевых выставок с целью ознакомления широкой целевой аудитории с экспонатами, которые могут быть товарами (продуктами, услугами, брендами), объединенными единой тематикой для продвижения этих товаров и услуг на рынке (рынках). А также участие (интеграция) в существующих выставках в виде разработчиков и застройщиков отдельных стендов, павильонов, т.д. К выставочной деятельности также относятся выставки-продажи (ярмарки), задача которых не только показать, ознакомить с конкретным товаром (продуктом, услугой, брендом), но и продать этот товар (продукт, услугу, бренд). Может проводиться в офлайне и/или онлайн. Может проходить одновременно в разных местах.

Например, проведение выставки технологий для интернет-торговли, интеграция бренда (онлайн ТВ) в выставку электронной коммерции; выставка-продажа (ярмарка) ювелирных изделий.

3. Пресс-мероприятия

Организация и проведение мероприятий, направленных на прямую коммуникацию с представителями медиа, прежде всего теле, радио, пресс журналистами, а также интернет блогерами, инфлюенсерами, т.д. с целью донесения до них важной информации. Пресс-мероприятия также могут называться pr/медиа/пресс ивентами и предназначены для последующего продвижения товаров (продуктов, услуг, брендов) с помощью материалов, подготовленных и опубликованных журналистами и/или представителями медиа. Выделяются следующие форматы пресс-мероприятий:

Пресс-конференция – широко используемая форма пресс-мероприятий. Представляет собой собрание представителей медиа в информационных агентствах, пресс-центрах,

конференц-залах и других местах с целью донесения определенной коммерческой или некоммерческой информации.

Пресс-брифинг - короткая пресс-конференция.

Пресс-ланч – неформальная пресс-конференция, представляющая собой встречу первых лиц компании с представителями медиа в нерабочей обстановке, возможно в ресторане или отеле.

Пресс-тур – выездная пресс-конференция или серия пресс-конференций или пресс-поездки в разных местах с целью продвижения товара (продукта, бренда, услуги), создания информационных поводов для репортажей и статей, а также рекламы непосредственно мест проведения.

Например, пресс-тур по отелям.

4. Тимбилдинги

Организация и проведение мероприятия или ряда мероприятий, направленных на мотивацию команды, формирование навыков и повышение эффективности командной работы, укрепление «командного духа» сотрудников компании (организации) - заказчика. Тимбилдинг может проводиться в офлайне и/или онлайн, а также может быть частью большой корпоративной программы/корпоративного мероприятия.

Например, игры на сплочение.

5. Обучающие мероприятия

Организация и проведение мероприятий, направленных на обучение участников определенным знаниям и навыкам (лекции, семинары, тренинги, мастер-классы, воркшопы, т.д.). Виды обучающих мероприятий: Лекция – теоретическое изложение материала экспертом. Семинар – занятие с экспертом, которое включает в себя как теоретическое изложение материала, так и практические упражнения. Мастер-класс - встреча, на которой эксперт делится с аудиторией уникальным опытом, открывает наработанные методы по конкретной узкоспециализированной тематике. Тренинг – мероприятие или серия мероприятий, целью которых является получение практических навыков, усвоение готовых техник. Воркшоп – рабочая встреча, целью которой является отработка участниками практических навыков для решения конкретной проблемы под руководством эксперта. Обучающие мероприятия могут проводиться онлайн и офлайн.

Например, тренинг по стратегическому бизнес-планированию.

6. Конкурсы, отраслевые и специализированные соревнования

Организация и проведение специализированных мероприятий для определенных аудиторий с целью выбора, определения (выявления) и последующего награждения (выделения, продвижения) представителей наиболее значимых достижений в какой-то области. А также интеграция в существующие конкурсы для продвижения клиентов. Профессиональная оценка в какой-то области. Включая офлайн и онлайн мероприятия.

Например, конкурс красоты, рейтинг информационных агентств.

7. Фестивальная деятельность

Организация и проведение фестивалей – специализированных мероприятий без профессиональных оценок и конкурсной оболочки, а также интеграция (участие) в существующих фестивалях с целью продвижения товаров (продуктов, услуг, брендов), включая фестивали как с продажей билетов, так и бесплатные фестивали. Включая музыкальные, городские, локальные фестивали, фестивали еды, пива, рыбы, массовые специализированные мероприятия, организованные как для местного населения, так и для туристов, в том числе организация бренд-зон. Фестивальные проекты, как правило, проводятся в офлайн, однако элементы фестивальной деятельности, в частности информационная и рекламная поддержка может быть в офлайн и /или онлайн.

Например, фестиваль крафтового пива, музыкальный фестиваль Chess & Jaz

8. Корпоративные мероприятия

Организация и проведение корпоративных мероприятий для компаний по поводу календарных, корпоративных и других обозначенных клиентом поводов, в том числе день рождения компании, государственные, профессиональные, отраслевые праздники. Включая офлайн и онлайн мероприятия.

Например, новогодний корпоратив компании.

9. Конференции, Форумы, Саммиты

Организация и проведение крупных мероприятий с привлечением широкой специализированной аудитории с целью обсуждения важных проблем той или иной отрасли с участием известных представителей, опинион-мейкеров этой отрасли. Форумы, саммиты, конференции часто направлены на определение общих позиций внутри отрасли, а также на продвижение отраслей и отдельных отраслевых специализаций. Включая конференции для внешних аудиторий, направленных на

продвижение товаров (продуктов, брендов, услуг). Включая офлайн и/или онлайн мероприятия.

Например, российский фармацевтический форум, конференция для Автодилеров.

10. Спортивные мероприятия

Организация и проведение специализированных мероприятий в области спорта в виде забегов, чемпионатов, спартакиад, турниров, соревнований, дружеских матчей, автопробегов, ралли, т.д. для продвижения товаров клиента (продуктов, брендов, услуг), включая интеграции в существующие спортивные мероприятия. Включая офлайн и онлайн спортивные мероприятия.

Например: корпоративная спартакиада нефтехимической компании, интеграции бренда в Московский полумарафон.

11. Благотворительные и социальные мероприятия

Организация и проведение благотворительных и социальных мероприятий с целью информирования и продвижения социально-значимых целей, а также сбора средств на социально значимые цели.

Мероприятия, организованные с целью бескорыстного выполнения работ, предоставления услуг, сбора денежных средств или имущества, для бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам, оказания иной поддержки. Проекты, имеющие общественное значение: в целях благотворительности, для решения проблем общества, здравоохранения, окружающей среды, культуры и др.

Например, благотворительный турнир по мини-футболу для детей-сирот.