

ПОЛОЖЕНИЕ О РЕЙТИНГЕ ИВЕНТ УСЛУГ.

(Event Services Rating- ESR)

РАМУ-REMA 2022

при поддержке АКАР

I. Определение Рейтинга

1. РЕЙТИНГ ИВЕНТ УСЛУГ (англ. Event Services Rating - ESR) – это порядковый показатель места заявленного бренда в списке участников по результатам оценки ивент услуг по ряду критериев и показателей. Чем выше оценка ивент услуг, тем выше порядковый показатель места в списке. Первое место Рейтинга означает наивысший уровень оценки организации по утвержденной процедуре подсчета ESR.
2. ESR создан, внедрен и ежегодно проводится Российской Ассоциацией Маркетинговых услуг (РАМУ) совместно с Российской Ассоциацией Событийного Маркетинга (Russian Event Marketing Association - REMA) при поддержке Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР).
3. ESR является уникальным и единственным Рейтингом ивент услуг в РФ. Процедура подсчета и оценки ESR прописана в данном Положении и открыта для всех участников. ESR является национальным и общепризнанным Рейтингом ивент услуг в РФ.
4. Рейтинг носит заявительный характер. ESR не учитывает организацию частных мероприятий.

II. Подсчет Рейтинга

- Подсчет Рейтинга осуществляет Исследовательский Центр Российской Ассоциации Маркетинговых Услуг, Ассоциации коммуникационных агентств России и Ассоциации развития интерактивной рекламы (ИЦ РАМУ/АКАР/АРИР) на основе ручного сбора необходимых данных и их автоматизированного анализа для каждого потенциального участника Рейтинга.
- По требованию организации, потенциального участника Рейтинга, в процессе подсчета может быть подписано Соглашение о нераспространении информации (NDA) с РАМУ, в котором указывается

конфиденциальная информация, которую предоставляет организация в рамках подсчета Рейтинга.

- Подсчет Рейтинга предполагает перечень данных, обязательных для публикации: количество оказываемых услуг, наличие справки об отсутствии задолженности по налогам и сборам, наличие справки об отсутствии судебных решений, наличие справки о чистых активах, время существования компании на рынке, участие в профильных индустриальных ассоциациях, наличие и количество сотрудников, входящих в экспертные/наблюдательные советы, жюри каких либо премий и конкурсов, и имеющих индустриальную должность (пост) в профильных ассоциациях за последний год или спикеров на отраслевых мероприятиях, количество предоставленных рекомендательных писем от клиентов, кейсы из списка утвержденных фестивалей.
- Подсчет Рейтинга предполагает перечень данных, опциональных для публикации: количество сотрудников в штате, оборот организации.
- Организации, подавшие заявку на участие в Рейтинге, автоматически соглашаются с Положением о ESR и форматом публикации данных Рейтинга в открытом доступе.
- Все данные ESR сводятся в таблицу, которая после завершения Рейтинга публикуется на сайтах РАМУ, REMA.
- ESR считается по брендам. Под одним брендом могут быть заявлены несколько организаций. В этом случае все документы для верификации должны предоставляться по всем этим юридическим лицам и ИП.
- Рейтинг считается по итогам предыдущего года. ESR 2022: с 01.01.2021 по 31.12.2021

III. Определение участника ESR и клиента

Участником ESR может быть организация любой организационно-правовой формы, в том числе ИП, которая предоставляет клиентам на территории РФ хотя бы одну ивент услугу из списка утвержденных ивент услуг, указанных в Приложении №1 к настоящему Положению.

Клиент (рекламодатель) – это субъект, не являющийся профессиональным участником рынка коммуникационных, в том числе ивент услуг, заказавший услугу или услуги из списка, указанных в Приложении №1 к настоящему Положению).

IV. Цель Рейтинга

Цель Рейтинга (ESR) - качественное развитие и продвижение рынка ивент услуг в РФ.

V. Задачи Рейтинга:

1. Выявление лучших практик для стимулирования здоровой конкуренции среди участников рынка ивент услуг;
2. Объективная оценка ивент услуг организаций – участников рынка ;
3. Формирование, внедрение и регулярное улучшение единой системы услуг на рынке ивент услуг;
4. Создание общепринятых стандартов и оценок качества ивент услуг;
5. Развитие внутренней индустриальной инфраструктуры, создание атмосферы творческого соревнования на рынке ивент услуг;
6. Повышение мотивации, направленной на создание современных, ярких, неординарных, инновационных, интерактивных, коммуникационных продуктов;
7. Создание единого индустриального ориентира при выборе партнеров на рынке ивент услуг;
8. Повышение позитивного знания, восприятия и положительного имиджа рынка ивент услуг;
9. Продвижение позитивной репутации всей российской ивент индустрии.

VI. Определение и состав Верификационной комиссии (ВК):

- Верификационная комиссия (ВК) – высший орган Рейтинга, принимающий решения по методологии ESR, а также по организации, проведению и оценке ESR.
- Официальным ежегодным началом работы ВК является письмо, подготовленное Исполнительной дирекцией (ИД) РАМУ и направленное участникам РАМУ, REMA, АКАР с предложением войти в состав ВК.

- ВК формируется из членов РАМУ, REMA, АКАР. В состав ВК также могут войти наблюдатели (не более трех) без права голоса.
- Все члены Комитета обладают профессиональной компетенцией и глубоким знанием рынка коммуникационных услуг в целом, в том числе ивент услуг.
- Состав ВК ежегодно утверждается председателем REMA и президентом РАМУ. ВК может обновляться. Члены комиссии имеют право покинуть ее по собственному желанию. В этом случае члены Комитета выбирают новых членов ВК, общее количество членов ВК должно быть не более 15-ти (пятнадцати человек).

VII. Функции ВК:

1. Проведение экспертной оценки и формирование рейтинга согласно утвержденной в Положении методике
2. Внесение изменений, корректировка Положения о ESR;
3. Верификация данных участников Рейтинга;
4. Оперативная онлайн коммуникация с ИД РАМУ-АКАР;
5. Проведение офлайн/онлайн заседаний и совещаний;
6. Определение суммы организационного взноса для участников Рейтинга - не членов Ассоциаций (РАМУ, REMA, АКАР) на следующий год;
7. Подготовка и официальное объявление результатов ESR;
8. Подготовка ежегодного итогового отчета о проведенном ESR и его презентация;
9. Организация и проведение ежегодного итогового мероприятия - награждение участников Рейтинга.

VIII. ВК имеет право:

1. Проверить данные, заявленные организацией, через системы СБИС, СПАРК, т.д.;
2. Запросить разбивку оборота согласно списку услуг, учитываемых в ESR в случае возникновения вопросов по обороту организации;
3. Запросить дополнительные документы и информацию: бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, налоговую декларацию по налогу на добавленную стоимость или отдельные

ее разделы, а также аналогичные отчетные документы, предусмотренные законодательством для организации в форме ИП, договоры с клиентами, ссылки на данные открытых тендеров;

4. Запросить информацию, подтверждающую связь юридического лица/лиц или ИП с заявленным в Рейтинге брендом.
5. В случае отказа или невозможности организации – потенциального участника Рейтинга предоставить запрошенные данные, ВК имеет право принять одно из трех решений:
 - обнулить показатель;
 - принять в заявленном размере\виде;
 - скорректировать до показателя, не вызывающего сомнений у экспертов.

IX. Методология Рейтинга

Методология Рейтинга состоит из:

- Системы показателей;
- Принципов сбора и обработки данных;

Система показателей

Система показателей разбита на два блока: «Бизнес» и «Экспертиза».

- В блок «Бизнес» входят показатели: штат, услуги, оборот, дополнительные показатели финансовой устойчивости.
- В блок «Экспертиза» входят показатели: участие в профильных индустриальных ассоциациях, наличие и количество сотрудников, входящих в экспертные/ наблюдательные советы, жюри каких-либо премий и конкурсов, и имеющих индустриальную должность (пост) в профильных ассоциациях за последний год или спикеров на отраслевых мероприятиях, рекомендации клиентов, наличие побед в фестивалях.
- Каждый блок и каждый показатель имеет вес, выраженный в процентах.

Блок «Бизнес» (максимальный вес 56%):

Штат (9%). Организация, потенциальный участник ESR, предоставляет ИЦ РАМУ-АКАР данные о количестве сотрудников, с которыми существуют оформленные

трудовые отношения в соответствии с законодательством РФ и которые отвечают за оказание ивент услуг. Другие сотрудники не учитываются в рейтинге.

Данные предоставляются по форме КНД 1151111 (расчет по страховым взносам), к которой прилагается штатное расписание (без окладов) по всем юридическим лицам и ИП, заявленным под брендом.

Организация, потенциальный участник ESR, выделяет из общего списка штатных сотрудников отдельный список сотрудников, работающих / отвечающих за предоставление клиентам ивент услуг с указанием прямо в штатном расписании ключевого функционала. Сотрудники бэк-офиса включаются в этот список в количестве сотрудников, обслуживающих бизнес в части ивент услуг, учитываемых в рейтинге, или в разумном рыночном количественном соотношении сотрудников фронт-офиса и бэк-офиса.

Рейтинг учитывает штатных сотрудников, трудовые отношения с которыми установлены в соответствии с законодательством РФ, имеющих непосредственное отношение к рынку ивент услуг. Сотрудники, работающие по договорам гражданско-правового характера (ГПХ), не учитываются в Рейтинге.

Услуги (18%). Организация, потенциальный участник Рейтинга, предоставляет ИЦ РАМУ - АКАР подтвержденные данные об услугах, предоставляемых из списка ивент услуг, учитываемых в ESR, указанных в Приложении №1 к настоящему Положению).

Каждая выбранная организацией услуга должна быть подтверждена (на выбор):

- письмом от клиента;
- договором;
- совместной публичной презентацией кейса с клиентом;
- ссылкой на кейс в открытом доступе с лого компании;
- ссылкой с публичным упоминанием кейса.

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

Оборот (14%). Организация, потенциальный участник Рейтинга, предоставляет в заявительном порядке: совокупный оборот без НДС, за исключением внутригрупповых оборотов по каждому юридическому лицу и ИП, которое использует бренд, с подписью и печатью компании по форме №2 бухгалтерской отчетности или аналогичной отчетности, предусмотренной для ИП, и выделяет в нем долю оборота по ивент услугам согласно утвержденным услугам в Приложении №1 к настоящему Положению).

В совокупный оборот включается полная сумма в рублях РФ независимо от варианта договора: агентский договор, договор услуг и т.п.

Дополнительные показатели финансовой устойчивости (15%).

- Отсутствие задолженностей по налогам и сборам (до 100 000 руб.) по состоянию на текущую дату, но не ранее 01 июля 2022 (Справка по форме КНД 1160080) – **4%**.
- Отсутствие судебных решений, где организация является ответчиком, вступивших в силу на сумму более 10% от оборота по состоянию на текущую дату, но не ранее 01 июля 2022 (*Справка предоставляется в произвольной форме на официальном бланке организации с подписью руководителя и печатью*) – **3%**.
- Чистые активы: отрицательные/положительные по состоянию на 31.12.2021(Справка по форме №1 «Бухгалтерский баланс») – **4%**
- Время существования организации на рынке – до **4%**. Данный показатель рассчитывается от даты регистрации основного юридического лица, ИП бренда до 31.12.2021. В случае, подачи нескольких юридических лиц и/или ИП бренда, засчитывается время существования на рынке самого старого по времени юридического лица/ИП бренда на основе копий свидетельств ОГРН, ОГРИП и ИНН. Ниже приведены соотношения показателей времени существования организации на рынке и относительного веса балла Рейтинга:
 - 1-3 полных лет – 1%,
 - 4-7 лет – 2%,
 - 8-11 лет – 3%,
 - 12+ лет – 4%

Блок «Экспертиза» (максимальный вес – 44%)

Участие в профильных индустриальных ассоциациях (до 7%). Учитывается членство в следующих ассоциациях: Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг, Российская Ассоциация Событийного Маркетинга, Ассоциация Коммуникационных Агентств России, Национальная Ассоциация Организаторов Мероприятий.

Ниже приведены соотношения показателей участия в организациях:

- 1 организация – 3 %,
- 2х и более – 7 %,

Наличие и количество сотрудников, входящих в экспертные / наблюдательные советы, жюри каких-либо премий и конкурсов, и имеющих индустриальную должность (пост) / в профильных ассоциациях за последний год или спикеры на отраслевых мероприятиях (до 6%). Учитывается список сотрудников, работающих в штате. Данные по сотрудникам предоставляются за период 01.01.2021- 31.12.2021 в виде ссылок на официальные источники или в виде официальных писем от фестивалей/ассоциаций/конференций/конкурсов/отраслевых мероприятий.

Рекомендации клиентов (до 14%). Организация, потенциальный участник Рейтинга, предоставляет рекомендательные или благодарственные письма от рекламодателей за последний год (с 01.01.2021 по 01.07.2022) по итогу реализации кейсов ивент услуг за 2021 год согласно списку утвержденных ивент услуг ESR (см. Приложение №1). Максимальное количество предоставляемых рекомендательных писем – 10 шт.

- Предоставление рекомендательных писем от ТОП-100 рекламодателей – 1,4% за каждое письмо.
- Предоставление рекомендательных писем от остальных рекламодателей – 0,5% за каждое письмо.
- Письма от филиалов учитываются как письмо от Топ-100 (Пример: Сбербанк Урал);
- Письма от дочерних компаний (Пример: ОККО, принадлежит Сбербанку) учитывается как «письмо от остальных рекламодателей» (не от Топ-100);

Принимаются официальные рекомендательные письма с подписью и указанием ФИО подписанта от клиента. Не принимаются письма, полученные по электронной почте.

Учитывается рейтинг рекламодателей на основе данных мониторинга компании Mediascope по совокупным рекламным затратам (на телевидении, радио, интернете, прессе, т.д. за 2021 год).

Наличие побед в фестивалях за 2021 (17%). Организация, потенциальный участник рейтинга, присылает ссылки на собственные кейсы, которые заняли призовые места, либо попали в шорт-лист фестивалей, либо попали в специальные номинации.

Список фестивалей и их веса утверждены ВК на текущий год:

Red Apple	3%
Silver Mercury	3%
BE!MA	3%
Perspectum Awards	2%
Событие года	4%
Effie Russia	2%

Далее кейсы распределяются по трем категориям и им присваиваются баллы:

- Шорт-лист - присваивается 1 балл;
- Основные награды (Гран-при, Золото, Серебро, Бронза) – умножается на 2;
- Допнаграды / Спецпризы - делится на 2.

Список номинаций, учитываемых в Рейтинге, смотрите в Приложении 3

Х. Принципы и система сбора членских взносов ESR

Рекламная организация, принимающая участие в ESR и не являющаяся действительным членом ассоциаций АКАР, РАМУ, РЕМА, вносит организационный взнос для технического сопровождения и обслуживания Рейтинга.

Рекламная организация, принимающая участие в Рейтинге и состоящая в АКАР, РАМУ, РЕМА, принимает участие в рейтинге бесплатно.

Сумма взноса одинакова для всех потенциальных участников ESR – не членов Ассоциаций и не влияет на результаты Рейтинга. Сумма ежегодно подтверждается ВК и перечисляется в РАМУ одним платежом вместе с заявкой на участие в Рейтинге. В ESR 2022 года сумма организационного взноса составляет 10 000 (десять тысяч) рублей. Сумма взноса также является подтверждением серьезности намерений потенциального участника ESR. В случае отказа рекламной организации от участия в Рейтинге, сумма организационного взноса для технического сопровождения и обслуживания Рейтинга не возвращается. В случае вступления участника Рейтинга в одну из Ассоциаций (АКАР, РАМУ, РЕМА) участие в ESR и других Рейтингах РАМУ-АКАР становится бесплатным.

XI. Ориентировочный тайминг Рейтинга:

01.08.22 – 15.09.22 – сбор заявок от организаций на участие в Рейтинге и загрузка подтверждающих документов по каждому критерию Рейтинга на Яндекс. Диск;

Организация – потенциальный участник ESR, в свободной форме присылает заявку на участие в Рейтинге на почту esrakar2022@yandex.ru

В подтверждение получения заявки организации – потенциальному участнику Рейтинга высылаются: личная ссылка на Яндекс.Диск, где организация по каждому показателю Рейтинга загружает подтверждающие документы.

Документы, загруженные потенциальным участником, служат для верификации / подтверждения данных, указанных в анкете. Доступ к документам потенциального участника Рейтинга имеют только сам потенциальный участник Рейтинга и ИЦ РАМУ/АКАР/АРИР.

16.09.22 - 31.10.22 – верификация данных и подсчет результатов Рейтинга (подробно см. раздел «Подсчет результатов» данного Положения).

XII. Прочие условия

Организации, подавшие заявку на участие в Рейтинге, автоматически соглашаются с Положением о ESR и форматом публикации данных Рейтинга в открытом доступе. Настоящее Положение ежегодно корректируется и утверждается ВК.

Список ивент услуг, учитываемых в Рейтинге ивент услуг.

List of event services of ESR.

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 те) 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-поездок 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

Приложение №2 к Положению о ESR.

Пример рекомендательного письма для рейтинга



Рекомендательное письмо

Компания Philips с 2017 года и по сегодняшний день успешно сотрудничает с Агентством Isobar Moscow. За время работы Агентство продемонстрировало себя как профессиональный партнер по разработке креативных идей и производству разного уровня сложности. Наша совместная работа сфокусирована в области социальных медиа: команда Isobar Moscow осуществляет производство контента разных типов, а также отвечает за его продвижение и инфлюенсид маркетинг.

Мы выражаем благодарность и готовы рекомендовать Isobar Moscow как надежного партнера в соответствии с высокими профессиональными стандартами.

1 октября 2019 г.



С уважением,
Ольга Линькова

Digital and Media Lead, Russia and Central Asia
Philips | Brand, Communication and Digital

СПИСОК КОНКУРСОВ И НОМИНАЦИЙ, УЧИТЫВАЕМЫХ В EVENT SERVICES RATING

ВАЖНО: Призовой кейс должен быть профильным и соответствовать списку ивент услуг из Приложения 1 к Положению о ESR.

Effie Russia <https://effie.ru/award/nominations/>

ВСЕ НОМИНАЦИИ

СОБЫТИЕ ГОДА <https://eventawardsrussia.com/about/>

ВСЕ НОМИНАЦИИ

BE!MA <https://bemafestival.ru/ru/#about>

ВСЕ НОМИНАЦИИ

Red Apple

<https://festival.ru/red-apple-marketing/category/>

ACTIVATION:

- Best Event Marketing
- Best Integrated Campaign
- Best Brand Loyalty Campaign
- Best Non-profit Campaign

MARKETING DISCIPLINES:

- Best Use of Event

CREATIVE EFFECTIVENESS:

- Creative Effectiveness

Perspectum <https://perspectum.ru/category/>

- Best Integrated Campaign
- Best Use of Sport Integration
- Best Innovation & Technology Activation
- Best B2B Campaign
- Best Event Integration
- Best B2C Event
- Best B2B Event
- Best Social Campaign for non-profit/public service/NGO
- Best Sponsorship Campaign
- Best Social Responsibility Campaign for Commercial Purpose
- Best Collaboration Campaign

SilverMercury:

<https://silvermercury.ru/nominations#Блок%20E>

БЛОК С. BEST CREATIVE CAMPAIGN:

C01. BEST INNOVATIVE CAMPAIGN

C02. BREAKTHROUGH ON A BUDGET / ПРОРЫВ МАЛОБЮДЖЕТНОГО ПРОЕКТА
C06. BEST MARKETING CAMPAIGN OF BRANDED CONTENT & ENTERTAINMENT /
ЛУЧШЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БРЕНДИРОВАННОГО КОНТЕНТА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ
C07. BEST CREATIVE CAMPAIGN FOR NON-PROFIT / ЛУЧШАЯ КРЕАТИВНАЯ
КАМПАНИЯ ДЛЯ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ИЛИ ГОСУДАРСТВЕННОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ
C10. CREATIVE INDUSTRIES. VISUAL / КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ. ВИЗУАЛ

БЛОК D. BEST DIGITAL CAMPAIGN:

D03. BEST PERFORMANCE CAMPAIGN / ЛУЧШАЯ КАМПАНИЯ ПО ДОСТИЖЕНИЮ
КОНКРЕТНЫХ, ФИНАНСОВО ИЗМЕРИМЫХ БИЗНЕС-РЕЗУЛЬТАТОВ
D04. BEST CUSTOMER EXPERIENCE / ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ
D07. BEST INFLUENCERS CAMPAIGN / ЛУЧШАЯ КАМПАНИЯ, СОЗДАННАЯ
СОВМЕСТНО С ЛИДЕРАМИ МНЕНИЙ
D08. BEST SOCIAL MEDIA CAMPAIGN / ЛУЧШАЯ КАМПАНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА
D09. BEST DIGITAL CAMPAIGN FOR NON-PROFIT / ЛУЧШАЯ DIGITAL-КАМПАНИЯ ДЛЯ
НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ИЛИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

ВЕСЬ БЛОК E. BEST PR & EVENT CAMPAIGN

БЛОК F. BEST MARKETING CAMPAIGN:

F01 BEST INTEGRATED MARKETING CAMPAIGN / ЛУЧШАЯ ИНТЕГРИРОВАННАЯ
МАРКЕТИНГОВАЯ КАМПАНИЯ
F02 BEST BRAND LOYALTY CAMPAIGN / ЛУЧШАЯ КАМПАНИЯ ПОСТРОЕНИЯ
ЛОЯЛЬНОСТИ БРЕНДУ
F03 BEST PRODUCT LAUNCH OR RE-LAUNCH CAMPAIGN / ЛУЧШАЯ КАМПАНИЯ ПО
ЗАПУСКУ/ ПЕРЕЗАПУСКУ ПРОДУКТА
F04 BEST B2B MARKETING CAMPAIGN / ЛУЧШАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ
КАМПАНИИ B2B
F06 BEST EXPERIENTIAL MARKETING CAMPAIGN / ЛУЧШАЯ КАМПАНИЯ С
ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БРЕНДИРОВАННОГО ОПЫТА
F12 BEST USE OF SOCIAL MEDIA / ЛУЧШЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА
F13 BEST USE OF INFLUENCERS / ЛУЧШАЯ ИНТЕГРАЦИЯ ЛИДЕРОВ МНЕНИЙ
F14. BEST INTEGRATED CAMPAIGN FOR NON-PROFIT / ЛУЧШАЯ ИНТЕГРИРОВАННАЯ
СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ КАМПАНИЯ ДЛЯ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ ИЛИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
F15 BEST CAUSE MARKETING CAMPAIGN / ЛУЧШАЯ СОЦИАЛЬНО
ОРИЕНТИРОВАННАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ КАМПАНИЯ
F16 BEST COLLABORATION / ЛУЧШАЯ КОЛЛАБОРАЦИЯ
F17 BEST SPONSORSHIP CAMPAIGN / ЛУЧШАЯ СПОНСОРСКАЯ КАМПАНИЯ
F18 CREATIVE INDUSTRIES. ACTION & IT / КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ. ACTION & IT