

Best  
Experience  
Marketing  
Awards!

# bema!

Профессиональная  
международная ежегодная  
премия в области событийного  
маркетинга и интегрированных  
коммуникаций

## ПОЛОЖЕНИЕ О ПРОВЕДЕНИИ ПРЕМИИ

Учредители премии: Горбачев Илья и Горбачева Елена  
и ООО «БЕМА ПРОДАКШЕН» (ИНН 7716789163)  
Площадка проведения: [bemafestival.ru](http://bemafestival.ru)

Редакция от «15» декабря 2025 г.

## Оглавление:

1.	ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ .....	4
2.	ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕМИИ И УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ .....	4
2.1.	Порядок проведения Премии .....	4
2.2.	Условия участия в Премии: .....	5
3.	СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ, СИСТЕМА ЛОЯЛЬНОСТИ.....	5
3.1.1.	Регистрационный взнос.....	5
3.1.2.	Размер регистрационного взноса и периоды лояльности.....	5
3.1.3.	Дополнительные коды доступа для участия в Премии .....	6
3.1.4.	Система скидок.....	6
3.1.5.	Промокоды.....	7
4.	НОМИНАЦИИ ПРЕМИИ .....	8
4.1.	МАКРОКАТЕГОРИЯ 1. КЛИЕНТСКИЕ КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА В2С (Business to Customer). .	8
4.2.	МАКРОКАТЕГОРИЯ 2. БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА В2В (Business to Business) .....	9
4.3.	МАКРОКАТЕГОРИЯ 3. КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ HR БРЕНДА.....	9
4.4.	МАКРОКАТЕГОРИЯ 4. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.....	10
4.5.	МАКРОКАТЕГОРИЯ 5. КОММУНИКАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ .....	10
4.6.	МАКРОКАТЕГОРИЯ 6. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА ЧЕРЕЗ СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ. ....	11
4.7.	МАКРОКАТЕГОРИЯ 7. ЭКСПО. ....	12
4.8.	МАКРОКАТЕГОРИЯ 8. INTERNATIONAL. СПЕЦИАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ ДЛЯ ПРОЕКТОВ ИЗ ДРУЖЕСТВЕННЫХ СТРАН.....	12
4.9.	МАКРОКАТЕГОРИЯ 9. КРЕАТИВ / ТЕХНОЛОГИИ / УСЛУГИ. ....	13
4.10.	МАКРОКАТЕГОРИЯ 10. ПЛОЩАДКИ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА*.....	14
4.11.	ОСОБЫЕ НОМИНАЦИИ* .....	15
4.12.	НОМИНАЦИИ ГРАН-ПРИ .....	15
5.	ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕМИИ .....	15
5.1.	Первый этап Премии (заочный).....	16
5.1.1.	Порядок подачи заявки .....	16
5.1.2.	Заочный этап голосования (определение финалистов) .....	16
5.2.	Второй этап Премии (очный) .....	17
5.2.1.	Очный этап (открытая защита проектов финалистов Премии) в виде Фестиваля с деловой программой .....	17
5.2.2.	Церемония награждения .....	18
6.	МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ .....	19
6.6.	Критерии оценки Экспертного совета Премии заочного и очного этапа голосования:.....	19
7.	ОРГАНЫ УПРАВЛЕНИЯ .....	19
7.2.	Совет учредителей Премии .....	19
7.3.	Консультационный Совет Премии .....	20
7.4.	Экспертный совет Премии .....	20

7.5.	Исполнительная дирекция Премии .....	21
8.	ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	21
9.	ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ПРАВА .....	21
10.	КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ.....	22
	Об учреждении дополнительных номинаций в рамках Профессиональной международной ежегодной премии в области событийного маркетинга и интегрированных коммуникаций bema! (Best Experience Marketing Awards!) .....	23

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Профессиональная международная ежегодная премия в области событийного маркетинга и интегрированных коммуникаций bema! (Best Experience Marketing Awards!) (далее – Премия) учреждена в 2017 г. как отраслевой конкурс проектов, в котором присуждается награда за достижения в области событийного маркетинга и интегрированных коммуникаций.

1.2. Под событийным маркетингом и интегрированными коммуникациями понимается деятельность участников рынка, связанная с организацией специальных событий и комплексных кампаний для решения бизнес-задач и продвижения продуктов и услуг на внешнюю и внутреннюю аудиторию.

1.3. Площадка подачи заявки на участие в Премии: <https://bemafestival.ru/>.

1.4. Миссия и задачи Премии:

Миссия Премии – подсветить проекты, которые развивают различные отрасли экономики, выявляя лучшие проекты и решения в сфере событийного маркетинга на рынках России, а также иных стран, в случае их участия в соответствии с решением Исполнительной дирекции. Проекты, которые участвуют в премии, не только оказывают мощное воздействие на экономику и общество, но и способствуют развитию устойчивого будущего РФ.

1.5. Задачи Премии:

- выявление ключевых тенденций, определение наиболее прогрессивных и качественных практик в области событийного маркетинга;
- поощрение выдающихся участников индустрии специальных событий;
- повышение качественного уровня индустрии, стимулирование ее развития;
- формирование площадки для объединения и укрепления профессионального сообщества путем обмена опытом, формирования общих принципов работы и единого понятия «качество»;
- организация взаимодействия заинтересованных лиц и компаний в области развития событийного маркетинга и коммуникаций;
- установление прямых коммуникаций с профессиональными объединениями с целью информирования о Премии как можно большего количества участников сферы событийного маркетинга и вовлечения их в реализацию проекта в качестве экспертов;
- развитие событийного маркетинга России;
- развитие внутреннего туризма России;
- выявление ярких лидеров креативных индустрий и укрепление профессионального сообщества с целью развития креативной экономики России;
- повышение индекса узнаваемости продукта бизнеса, рейтинга регионов, а также бренда работодателя.

1.6. Премия проводится на территории РФ. Премия не является стимулирующей лотереей, требования Федерального закона РФ № 138-ФЗ от 11.11.2003 г. «О лотереях» на нее не распространяются, направлять уведомление в уполномоченный государственный орган не требуется. Денежных призов в рамках участия в Премии не предусмотрено.

1.7. Участие в Премии платное, стоимость и порядок оплаты участия в Премии определяются данным Положением и публикуются на сайте Премии в открытом доступе.

## 2. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕМИИ И УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ

### 2.1. Порядок проведения Премии

2.1.1. Премия проводится ежегодно на основании решения Совета Учредителей Премии.

2.1.2. В 2025-2026 г. Премия проводится в период с 01 августа 2025 г. по 28 февраля 2026 г.

2.1.3. Премия проводится в 2 (два) этапа:

Первый этап – подача заявки, оплата регистрационного взноса, заочное онлайн-голосование Экспертного совета Премии и определение финалистов.

Второй этап – проведение очных открытых защит проектов и определение Экспертным советом Премии победителей и претендентов на Гран-при. Очные открытые защиты проектов проходят в рамках Фестиваля Премии (далее – Фестиваль). Даты и площадка проведения Фестиваля определяются дополнительно решением Исполнительной дирекции Премии. Информация о дате и площадке проведения Фестиваля размещается на сайте Премии не позднее 30 (тридцати) календарных дней до проведения Фестиваля.

2.1.4. Даты проведения этапов премии:

Первый этап проводится с 1 августа 2025 г. по 5 февраля 2026 г.

Второй этап проводится с 6 февраля 2026 г. по 28 февраля 2026 г.

Информация о дате и месте проведения очных открытых защит размещается на сайте Премии не позднее 30 (тридцати) календарных дней до даты проведения Фестиваля.

## **2.2. Условия участия в Премии:**

2.2.1. К участию в Премии приглашаются:

- лидеры международного рынка в области PR, Marketing, Рекламы, Event, MICE, Travel;
- представители корпоративных заказчиков;
- ивент-площадки, индустриальные площадки бизнес-миссий, отели;
- ведущие игроки конгрессно-выставочной деятельности и креативных индустрий;
- поставщики услуг для реализации и продвижения проектов;
- профессиональные СМИ и блогеры;
- представители государственных заказчиков.

2.2.2. К участию в Премии допускаются проекты, реализованные в период с 1 декабря 2024 г. по 1 января 2026 г., ранее не подававшиеся на соискание данной Премии.

2.2.3. Проекты, участвующие в Премии, могут быть реализованы:

- российскими компаниями;
- иностранными компаниями, зарегистрированными на территории других стран, согласованных к участию в Премии дополнительным решением Исполнительной дирекции Премии. Проектам, реализованным такими компаниями и заявленным к участию в Премии, присваивается статус INTERNATIONAL.

2.2.4. Решением Исполнительной дирекции Премии для проектов со статусом INTERNATIONAL определяются особые этапы, условия участия и оценки.

2.2.5. Подача заявок на участие в Премии проходит с 1 августа по 20 января 2026 г. включительно и осуществляется путем подачи заявки на обозначенной в п. 1.3. электронной площадке, а также оплаты компанией регистрационного взноса до окончания периода приема заявок.

2.2.6. Участие в Премии подразумевает ознакомление и полное согласие Участника с настоящим Положением и указанными в нем правилами и условиями участия.

2.2.7. После подачи заявки и оплаты регистрационного взноса компании присваивается статус Участника Премии (далее – Участник).

## **3. СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ, СИСТЕМА ЛОЯЛЬНОСТИ**

### **3.1.1. Регистрационный взнос**

Регистрационный взнос производится за каждую номинацию проекта в российских рублях единовременным платежом на расчетный счет, указанный в Оферте, размещенной по адресу в сети Интернет <https://bemafestival.ru/>. После получения всех реквизитов для оплаты счет формируется и выставляется в течение 1 рабочего дня с 9:00 до 17:00.

В стоимость регистрационного взноса входит:

- подача 1 (одной) заявки для участия проекта в одной номинации Премии;
- 1 (один) код доступа на открытые защиты проектов-финалистов;
- 1 (один) код доступа на посещение деловой программы Фестиваля;
- 1 (один) код доступа базовой категории на торжественную церемонию награждения победителей Премии.

Условия оплаты регистрационного взноса в иных валютах для участников со статусом INTERNATIONAL определяются решением Исполнительной дирекции Премии и определяются приложением к настоящему Положению.

### **3.1.2. Размер регистрационного взноса и периоды лояльности**

Размер регистрационного взноса вне периодов лояльности: 95 000 (девяносто пять тысяч) рублей 00 копеек, включая НДС 5%.

Определены следующие периоды лояльности:

Название периода лояльности	Даты периода лояльности	Размер регистрационного взноса в период лояльности
Первый период лояльности	с 1 августа по 31 августа 2025 г. включительно	59 000 (пятьдесят девять тысяч) рублей 00 копеек, включая НДС 5%
Второй период лояльности	с 1 сентября по 30 сентября 2025 г. включительно	68 000 (шестьдесят восемь тысяч) рублей 00 копеек, включая НДС 5%
Третий период лояльности	с 1 октября по 31 октября 2025 г. включительно	77 000 (семьдесят семь тысяч) рублей 00 копеек, включая НДС 5%
Четвертый период лояльности	с 1 ноября по 30 ноября 2025 г. включительно	86 000 (восемьдесят шесть тысяч) рублей 00 копеек, включая НДС 5%

Расходы по обеспечению участия представителя Участника в открытой защите и церемонии награждения (в т.ч. расходы на проезд, питание, проживание) не входят в регистрационный взнос и покрываются Участником Премии самостоятельно.

### 3.1.3. Дополнительные коды доступа для участия в Премии

Определены следующие категории дополнительных кодов доступа к участию в Премии:

Наименование кода доступа	Стоимость	Условия применения кода доступа
Код доступа на открытые защиты проектов-финалистов Премии, включая возможность посещения деловой программы Премии	14 000 (четырнадцать тысяч) рублей 00 копеек, включая НДС 5%	Один код доступа для одного человека
Код доступа базовой категории для посещения торжественной церемонии награждения победителей Премии	18 000 (восемнадцать тысяч) рублей 00 копеек, включая НДС 5%.	Один код доступа для одного человека

Исполнительная дирекция Премии оставляет за собой право вводить дополнительные категории кодов доступа и определять их стоимость. Информация о введении дополнительных категорий кодов доступа, их наполнения и стоимости вносится дополнением к настоящему Положению, а также размещается на сайте Премии не позднее, чем через 5 (пять) рабочих дней после принятия соответствующего решения.

### 3.1.4. Система скидок

Название скидки	Размер скидки	Конечный получатель	Описание скидки	Прочие условия
При единовременной оплате 3-х и более заявок	5%	Участники, подающие свои проекты в первом этапе Премии	Единовременная оплата трех и более заявок в Первом этапе премии.	Скидка суммируется со скидкой «Для членов ассоциаций АКАР, РАМУ, РЕМА, НАОМ, Национального конгресс-бюро, АРИР». Скидка прекращает свое действие после 1 декабря 2025 г. Скидка не распространяется на покупку дополнительных кодов доступа.
При единовременной оплате 5-ти и более заявок	10%		Единовременная оплата пяти и более заявок в Первом этапе премии.	
При единовременной оплате 10-ти и более заявок	15%		Единовременная оплата десяти и более заявок в Первом этапе премии.	
Для членов ассоциаций РЕМА, АКАР, РАМУ, НАОМ,	10%	Участники, подающие свои проекты в первом	Скидка предоставляется членам ассоциаций РЕМА, АКАР, РАМУ, НАОМ, Национального	Скидка суммируется со скидками «При единовременной оплате 3-х и более заявок», «При

Название скидки	Размер скидки	Конечный получатель	Описание скидки	Прочие условия
Национального конгресс-бюро, АРИР		этапе Премии	конгресс-бюро, АРИР. Скидка предоставляется одновременно и не зависит от количества ассоциаций, членом которых является Участник. Участник гарантирует правдивость предоставленной информации о членстве в перечисленных ассоциациях и, по запросу Исполнительной дирекции Премии, готов подтвердить это соответствующим письмом от ассоциации.	единовременной оплате 5-ти и более заявок», «При единовременной оплате 10-ти и более заявок». Прекращает свое действие после 1 декабря 2025 г. Скидка распространяется в т.ч. на покупку дополнительных кодов доступа.
Для участников – нерезидентов РФ <sup>1</sup>	Устанавливается индивидуально	Участники – нерезиденты РФ, подающие свои проекты в первом этапе Премии	По решению Организатора премии отдельным участникам – нерезидентам РФ могут быть предоставлены индивидуальные скидки на уплату Регистрационного взноса.	Размер скидки устанавливается индивидуально и фиксируется в договоре, заключаемом с участником – нерезидентом РФ. Скидка действует бессрочно и может предоставляться в любой момент до даты проведения Премии.

Скидки применяются к стоимости регистрационного взноса только в случае оплаты регистрационного взноса в период с 1 августа по 30 ноября 2025 г. включительно.

### 3.1.5. Промокоды

Промокод – это специально созданный уникальный буквенный и/или цифровой код, который дает его обладателю право получить скидку от стоимости участия, указанной в п. 3.1.2. настоящего Положения.

Промокод предоставляется по решению Исполнительной дирекции Премии посредством электронной почты. Условия использования, ограничения и срок действия промокода устанавливаются Исполнительной дирекцией Премии.

Активация каждого Промокода может быть произведена только через представителя Исполнительной дирекции Премии и/или на электронной площадке Премии <https://bemafestival.ru/>. Один промокод может быть использован только один раз.

Держатель Промокода должен применять все усилия к сохранности Промокода. Промокод запрещается разглашать третьим лицам за исключением случаев, специально оговоренных Исполнительной дирекцией Премии. В случае выявления случая несанкционированной передачи Промокода, такой Промокод аннулируется и не подлежит активации.

Промокод не подлежит возврату, продаже или обмену, в т.ч. на денежный эквивалент.

Промокод действителен и может быть использован только в течение срока, указанного в условиях применения Промокода. По окончании указанного срока Промокод становится недействительным.

Промокоды не суммируются.

Исполнительная дирекция Премии оставляет за собой право в любое время изменять условия применения

<sup>1</sup> Статус нерезидента РФ понимается в соответствии с положениями Федерального закона от 10.12.2003 N 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле»

Промокода, в т.ч. срок его действия и/или размер скидки. Исполнительная дирекция Премии вправе досрочно прекратить действие Промокода, при этом Участник не имеет права требовать каких-либо компенсаций и возмещения убытков.

#### 4. НОМИНАЦИИ ПРЕМИИ

По предложению Экспертного совета и по решению Учредителей Премии могут быть введены дополнительные номинации и специальные награды. Номинации могут быть также упразднены либо объединены между собой без предварительного согласования с номинантами до момента публикации списка финалистов Премии.

##### **4.1. МАКРОКАТЕГОРИЯ 1. КЛИЕНТСКИЕ КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА В2С (Business to Customer).**

*Онлайн- и офлайн-проекты, направленные на взаимодействие брендов с аудиторией конечных потребителей и покупателей, с целью повышения узнаваемости бренда и уровня лояльности клиентов.*

4.1.1. Лучший проект по продвижению бренда – коммуникационные проекты, PR-кампании, ВТЛ, пресс-события, участие в экспо, креативные и нестандартные мероприятия/проекты для продвижения бренда в рамках событий, SMM и медиаактиваций, спецпроекты с блогерами, а также специальные имиджевые проекты на производственных площадках бренда.

4.1.2. Лучшая активация бренд-зоны – застройки, стенды, бренд-зоны, инсталляции и другие специализированные формы активации бренда, организованные в рамках массовых мероприятий или их серий, направленные на эффективное взаимодействие с аудиторией и усиление визуального присутствия бренда.

4.1.3. Лучшая рекламная кампания 360° – длительные маркетинговые кампании 360° для одного бренда или услуги с единым концептуальным посылом, реализуемые с использованием различных каналов коммуникации с целевой аудиторией: PR, событийный маркетинг, ТВ-перформанс, мобайл, ВТЛ, трейд-маркетинг и прочее.

4.1.4. Лучший лонч проект – запуск бренда, продукта, услуги или объекта, предусматривающий разнообразные форматы мероприятий, направленные на эффективное вовлечение и активное взаимодействие целевой аудитории.

4.1.5. Лучшая активация бренда регулируемого рынка – коммуникационные проекты, направленные на продвижение бренда, продукта или услуги в сферах с особыми законодательными ограничениями на рекламу и продвижение. К таким отраслям относятся, например, букмекерские конторы и фармацевтическая отрасль.

4.1.6. Лучший автомобильный проект – презентации новых автомобилей, тест-драйвы и специализированные проекты автомобильных брендов.

4.1.7. Лучший тематический фестиваль – собственные фестивали брендов или независимые тематические коммерческие фестивали, включая развлекательные фестивали с активацией креативных индустрий и технологий, гастрономические и этнические фестивали, а также фестивали сообществ по интересам.

4.1.8. Лучший музыкальный фестиваль – зрелищные масштабные фестивали, ориентированные на выступления различных музыкантов или демонстрацию вокального и инструментального мастерства, проводимые в рамках одного или нескольких музыкальных жанров.

4.1.9. Лучший проект для продвижения артистов – сольные концерты артистов, шоу звезд, презентации альбомов, туры исполнителей, коллаборации известных артистов в рамках концертов, промо-фестивали, экспериментальные релизы, оригинальные медиа-проекты, а также специальные проекты артистов или лейблов.

4.1.10. Лучший культурный/просветительский проект – выставки, творческие конкурсы, театральные постановки, биеннале, иммерсивные шоу, просветительские кампании, научно-популярные медиа-проекты, а также бренд-активации в сфере культуры и просвещения.

4.1.11. Лучший спортивный/ЗОЖ проект – организация и проведение соревнований, чемпионатов, марафонов, спортивных фестивалей, забегов, а также медиапроектов и специальных проектов, направленных на популяризацию спорта и формирование здорового образа жизни среди покупателей и потребителей.

4.1.12. Лучший киберспортивный проект – турниры, лиги, соревнования, стриминговые шоу и цифровые активации в сфере киберспорта.

4.1.13. Лучшее деловое мероприятие В2С – конференции, форумы и образовательные мероприятия – любые деловые проекты гибридного, онлайн или офлайн формата в рамках коммуникации бренда с внешней аудиторией покупателей и потребителей.

4.1.14. Лучшая коллаборация брендов В2С – проекты, направленные на достижение выдающихся результатов в рамках сотрудничества между брендами для реализации бизнес-целей при работе с покупателями в рамках мероприятий.

4.1.15. Лучшее торжественное мероприятие В2С – гала-ужины, торжественные открытия, церемонии награждения, презентации, кинопремьеры и светские мероприятия с участием звезд и блогеров, организованные для целевой аудитории потребителей и покупателей.

4.1.16. Лучшая мерч-активация В2С – креативные проекты и инициативы по созданию, производству и

продвижению сувенирной продукции и мерча в рамках мероприятий, направленные как на повышение узнаваемости компании, так и на коммерческую реализацию среди целевой аудитории прямых покупателей.

#### **4.2. МАКРОКАТЕГОРИЯ 2. БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА B2B (Business to Business)**

*Онлайн- и офлайн-проекты, нацеленные на достижение бизнес-целей среднего и крупного бизнеса посредством эффективных коммуникаций с аудиторией клиентов, партнеров и инвесторов.*

4.2.1. Лучшее деловое мероприятие для клиентов и партнеров – индустриальные форумы, промо-фестивали, отраслевые конференции, симпозиумы, саммиты, воркшопы, семинары и слеты, обеспечивающие возможность прямого взаимодействия представителей бизнеса с клиентами, партнерами, инвесторами и индустриальными ассоциациями с целью развития бизнеса и продвижения услуг непосредственно перед целевыми заказчиками.

4.2.2. Лучшее road show – системные деловые мероприятия, в рамках которых единая концепция последовательно реализуется в различных географических локациях. Целевая аудитория – клиенты, партнеры и инвесторы.

4.2.3. Лучший проект бизнес-сообщества – проекты, направленные на запуск или развитие деятельности бизнес-клубов, бизнес-сообществ и отраслевых ассоциаций. Мероприятия, специальные медийные проекты, тематические блоги, реализуемые в рамках деятельности организаций с целью повышения уровня лояльности и мотивации целевой аудитории – клиентов, партнеров и инвесторов.

4.2.4. Лучшая коммуникационная кампания B2B – PR-кампании, презентации и эксклюзивные пресс-туры для СМИ, направленные на эффективное информирование клиентов, партнеров и инвесторов о корпоративных новостях, новых продуктах или стратегических инициативах. Включают также креативные и нестандартные решения по продвижению бренда, продукта или услуги в рамках мероприятий.

4.2.5. Лучшая коллаборация брендов B2B – проекты, направленные на достижение значимых результатов в рамках сотрудничества между брендами для решения бизнес-задач посредством организации мероприятий, ориентированных на аудиторию инвесторов, клиентов и партнеров.

4.2.6. Лучшее торжественное мероприятие для клиентов и партнеров – гала-ужины, торжественные открытия, премии, церемонии награждения, презентации, кинопремьеры, а также светские мероприятия с участием звезд и популярных блогеров, направленные на укрепление деловых связей и повышение лояльности клиентов и партнеров.

4.2.7. Лучший мотивационный проект для клиентов и партнеров – мультимедийные выездные мероприятия (MICE) в другой город, регион или страну, включающие деловые встречи, образовательную и развлекательную программы, а также разноплановые проекты по повышению мотивации клиентов и партнеров, промышленные туры на предприятия, направленные на мотивацию участников достижения бизнес-целей компании и повышение лояльности к бренду.

4.2.8. Лучшая мерч активация для клиентов и партнеров – разработка и реализация креативных мерч-проектов, а также создание сувенирной продукции для клиентов, инвесторов и партнеров в рамках мероприятий с целью эффективного продвижения бренда или услуги.

#### **4.3. МАКРОКАТЕГОРИЯ 3. КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ HR БРЕНДА.**

*Онлайн- и офлайн-проекты в сфере HR и внутренних коммуникаций, реализованные для всех категорий сотрудников.*

4.3.1. Лучший мотивационный проект для сотрудников – внедрение комплексных мероприятий, включающих запуск корпоративных сообществ, проведение конкурсов, командных сессий и онлайн-марафонов, а также реализацию инициатив, способствующих раскрытию творческого, интеллектуального и профессионального потенциала сотрудников. Особое внимание уделяется организованным тематическим тимбилдингам, направленным на укрепление командного духа и повышению мотивации персонала.

4.3.2. Лучшее корпоративное событие для сотрудников – корпоративные фестивали и культурно-развлекательные мероприятия, организуемые в рамках календарных и отраслевых событий, либо приуроченные к значимым поводам, направлены на повышение лояльности сотрудников к бренду работодателя.

4.3.3. Лучший проект по развитию корпоративного спорта и продвижению здорового образа жизни – проекты, направленные на формирование здоровой корпоративной среды, укрепление командного духа и повышение лояльности сотрудников: корпоративные спартакиады, марафоны, чемпионаты. Создание и развитие внутрикорпоративных спортивных клубов, проекты по развитию команд, а также интеграция корпоративных команд в масштабные спортивные мероприятия.

4.3.4. Лучшее деловое событие для сотрудников – масштабные офлайн- и гибридные конференции, форумы, стратегические сессии, роад-шоу для сотрудников и руководителей компании с максимально возможным участием работников со всех регионов присутствия бизнеса.

Количество участников офлайн-мероприятия – не менее 300 человек.

4.3.5. Лучший обучающий/просветительский проект для сотрудников – воркшопы, хакатоны, тренинги, бизнес-игры, фасилитации, семинары, конференции, онлайн-марафоны, образовательная деятельность в рамках корпоративных сообществ, а также проекты по развитию промышленного туризма, направленные на обучение, просвещение и развитие навыков сотрудников.

4.3.6. Лучший проект по повышению имиджа профессий – конкурсы профессионального мастерства, фестивали профессий и другие инициативы, направленные на повышение лояльности целевой аудитории к профессиям.

4.3.7. Лучший проект по профориентации – проекты, цель которых – мотивировать учащихся всех образовательных ступеней выбрать определенную профессию. Проекты, направленные на повышение узнаваемости бренда работодателя и улучшение имиджа профессии.

4.3.8. Лучший проект бренда работодателя – коммуникационные проекты и активации бренда работодателя во внешних и внутренних каналах, медиапроекты и спецпроекты, коллаборации между HR- и маркетинговыми подразделениями компании, а также специальные имиджевые инициативы на производственных площадках (например, концерты, шоу, биеннале).

4.3.9. Лучший выездной MICE-проект для сотрудников – мультимедийные выездные мероприятия для сотрудников в другой город, регион или страну, включающие деловые встречи, стратегические и командные активности, образовательную и развлекательную программы, а также поощрительные активации, организованные с целью мотивации сотрудников и руководителей к достижению бизнес-целей компании, командообразованию, а также формированию лояльности к ее бренду.

4.3.10. Лучшая церемония награждения сотрудников – торжественное мероприятие, особый прием или Гала-ужин, организованные с целью чествования достижений лучших сотрудников компании в рамках проведения конкурсов профессионального мастерства, памятных дат компании, особых поводов для компании или развития отрасли.

4.3.11. Лучшая корпоративная мерч-активация – создание корпоративного мерча и сувенирной продукции для сотрудников в рамках мероприятий, PR-кампаний, спецпроектов и особых поводов компании для повышения лояльности сотрудников к HR-бренду.

4.3.12. Лучший корпоративный малобюджетный проект – онлайн- и офлайн-проекты, реализованные для сотрудников и руководителей с бюджетом до 500 000 рублей.

4.3.13. Лучшее корпоративное видео – корпоративные сериалы и фильмы, обучающие ролики, подкасты, отчетные видео по итогам мероприятий, видеоблоги с участием сотрудников.

#### **4.4. МАКРОКАТЕГОРИЯ 4. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.**

*Проекты, направленные на продвижение корпоративной социальной ответственности компаний и некоммерческих организаций, учредителями которых являются коммерческие структуры.*

4.4.1. Лучший благотворительный проект – проекты, организованные с целью безвозмездного выполнения работ, предоставления услуг, оказания иной поддержки, сбора денежных средств или имущества для передачи гражданам или юридическим лицам безвозмездно или на льготных условиях.

4.4.2. Лучший социальный проект – акции, фестивали, концерты и иные мероприятия, направленные на повышение общественной осведомленности или решение конкретной социальной проблемы.

4.4.3. Лучший инклюзивный проект – проекты, способствующие развитию спортивных, творческих, образовательных и социальных инициатив для людей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

4.4.4. Лучший малобюджетный проект – офлайн- или онлайн-события любого формата, жанра и масштаба, которые эффективно решают задачи корпоративной социальной ответственности (КСО) бренда или некоммерческой организации. Общий бюджет проекта не должен превышать 500 000 рублей.

#### **4.5. МАКРОКАТЕГОРИЯ 5. КОММУНИКАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

*Онлайн- и офлайн-проекты, реализуемые государственными и муниципальными органами власти или подведомственными учреждениями, направлены на взаимодействие с гражданами, сообществами и отдельными категориями населения. Основной целью данных инициатив является развитие диалога, повышение прозрачности деятельности, укрепление доверия и вовлеченности, а также достижение приоритетных задач государственной коммуникации.*

4.5.1. Лучший коммуникационный проект федерального масштаба – общественно значимые проекты и инициативы, реализуемые органами власти и их подведомственными учреждениями, в т.ч. в рамках национальных проектов России. Пример категории участников – «Росмолодежь», Минэкономразвития, АНО «РСВ».

4.5.2. Лучший коммуникационный проект регионального масштаба (в номинации не могут участвовать проекты, реализованные в г. Москве) – проекты, реализуемые региональными органами власти либо их

подведомственными учреждениями, направленные на эффективное взаимодействие с населением и повышение информированности по актуальным вопросам региона. К категории участников относятся, например, Правительство Нижегородской области и ГБУ «Молодежный центр Республики Татарстан». В номинации не могут участвовать проекты, реализованные в г. Москве.

4.5.3. Лучшее муниципальное мероприятие – культурно-развлекательные, спортивные и образовательные мероприятия, направленные на широкую аудиторию граждан с целью повышения лояльности к органам исполнительной власти (ОИВ) и увеличения индекса регионального турпотока. Например, городские и районные праздники, фестивали.

4.5.4. Проект с лучшей экономической эффективностью – проекты с максимальным экономическим эффектом, достигнутым по итогам проведенного события. Результатом события может являться привлечение спонсоров, создание долгосрочного экономического эффекта, возвратные инвестиции в бюджет за счет увеличения туристического потока, развитие промышленного туризма, повышение инвестиционной привлекательности города и региона, развитие особых экономических зон, а также совершенствование инфраструктуры в городе и регионе.

4.5.5. Лучший социальный проект – проекты, направленные на решение важных социальных проблем и повышение качества жизни различных групп населения, включая: повышение индекса узнаваемости региона, города или страны; популяризацию имиджа профессий; поддержку МСП; реализацию инициатив с участием инклюзивных сообществ и волонтерских движений; развитие культурного наследия и сохранение исторической памяти; поддержание трудовых династий и укрепление семейных ценностей; воспитание уважения к национальным традициям и героям; популяризацию ЗОЖ; раскрытие творческого и интеллектуального потенциала граждан, а также формирование активной гражданской позиции молодежи через патриотизм.

4.5.6. Лучшая PR-кампания – креативные и нестандартные коммуникационные решения органов власти или государственных организаций, направленные на продвижение идеологии и стратегических приоритетов региона или страны, поддержку национальных проектов России, освещение общественно значимой повестки, формирование позитивного имиджа органов власти и лидеров территориального развития.

#### **4.6. МАКРОКАТЕГОРИЯ 6. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА ЧЕРЕЗ СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ.**

*Проекты, ориентированные на популяризацию имиджа города или региона и подчеркивающие их туристическую привлекательность для увеличения туристических потоков в город, регион или страну. Номинации 4.6.1, 4.6.2, 4.6.3 предназначены исключительно для региональных проектов. В этих номинациях не могут участвовать проекты, реализованные на территории Москвы и Московской области, за исключением проектов, отнесенных к данной категории по решению Исполнительной дирекции Премии.*

4.6.1. Лучший масштабный региональный фестиваль (более 10 000 участников) – зрелищные масштабные фестивали, направленные на улучшение имиджа региона с помощью креативных индустрий и технологий, мероприятия, раскрывающие культурно-историческое наследие, национальную и территориальную аутентичность, гастрономические и природные особенности региона. В том числе музыкальные фестивали, арт-фестивали, фестивали технологий и аудиовизуального искусства. Принимаются заявки от организаторов фестивалей с численностью участников более 10 000 человек.

4.6.2. Лучший тематический региональный фестиваль – фестивали и культурно-развлекательные мероприятия, отражающие уникальную аутентичность и ценности городов и поселений: гастрономические, этнические, ремесленные, индустриальные фестивали, а также мероприятия, объединяющие сообщества по интересам.

4.6.3. Лучший региональный ЗОЖ-проект – спортивные соревнования, марафоны, чемпионаты, забеги, заплывы, проводимые на территории регионов России, направленные на привлечение внимания к здоровому образу жизни и популяризацию различных видов спорта среди граждан. В т.ч. церемонии награждения спортсменов, открытия и закрытия соревнований, а также мотивационные и развлекательные мероприятия, основная тематика которых посвящена спортивной активности и укреплению здоровья.

4.6.4. Лучший проект на территории промышленного предприятия – проекты, площадками для которых выступают действующие промышленные предприятия и производственные площадки, нацеленные на удовлетворение познавательных, профессионально-деловых и туристических потребностей целевой аудитории. В т.ч.: концерты, шоу, биеннале искусства и другие культурные события, проводимые непосредственно на заводах и фабриках.

4.6.5. Лучший информационный проект – PR-кампании, пресс-события, видеопроекты, блогинг-шоу, спецпроекты для лидеров тревел-индустрии и региональных команд, направленные на повышение узнаваемости и цитируемости регионов в федеральной и региональной медиасреде, формирование положительного имиджа территории и укрепление её бренда.

4.6.6. Лучший туристический проект – мотивационные, познавательные и развлекательные туры для участников в рамках круизов, ралли, регат, автопробегов, туров караванеров, железнодорожных и авиационных туров на

территории регионов России; тематические променады и диджитал-экскурсии на территории городов, целью которых является повышение индекса туристической привлекательности городов и регионов России.

#### **4.7. МАКРОКАТЕГОРИЯ 7. ЭКСПО.**

*Экспонирование в рамках индустриальных конгрессно-выставочных мероприятий с целью демонстрации достижений бизнеса/региона/страны.*

4.7.1. Лучшее федеральное экспо-событие – выставочные мероприятия, направленные на эффективную коммуникацию с аудиторией моноиндустрии, с целью стимулирования развития бизнеса и укрепления экономики страны.

4.7.2. Лучшее региональное экспо-событие – региональные выставки с комплексной застройкой павильонов и активным взаимодействием с аудиторией, способствующие развитию бизнеса, туризма и экономики регионов. В номинации принимаются заявки от организаторов экспо-событий из регионов России, за исключением г. Москвы, Московской области и г. Санкт-Петербурга.

4.7.3. Лучшая креативная концепция выставочного стенда – концепция выставочного стенда, сочетающая инновационные технологические решения с интерактивным вовлечением участников через проведение разнообразных активностей, геймификаций и деловой программы в рамках экспо-событий.

#### **4.8. МАКРОКАТЕГОРИЯ 8. INTERNATIONAL. СПЕЦИАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ ДЛЯ ПРОЕКТОВ ИЗ ДРУЖЕСТВЕННЫХ СТРАН.**

*Мероприятия, проведенные на территории страны с участием местных жителей, туристов или бизнес-групп с активацией брендов локального рынка. Российские компании и кейсы к участию не допускаются. Данные номинации отмечаются знаком INTERNATIONAL. К участию в номинации допускаются проекты из стран СНГ, стран БРИКС, а также других стран по решению Исполнительной дирекции Премии.*

4.8.1. Лучшее деловое событие INTERNATIONAL – конференции, форумы, симпозиумы, саммиты, индустриальные проекты, конгрессно-выставочные мероприятия – любые деловые события, создающие эффективные коммуникационные площадки для контакта внешней и внутренней аудиторий бренда или органов власти, направленные на развитие экономики страны и решение стратегических коммуникационных задач, способствующие обмену опытом, установлению партнерств и реализации масштабных проектов.

4.8.2. Лучший тематический фестиваль INTERNATIONAL – государственные фестивали, тематические фестивали брендов, а также независимые коммерческие и некоммерческие проекты, включая мотивационные, развлекательные, культурные и образовательные фестивали, а также мероприятия с активациями компаний из креативных индустрий, гастрономические, этнические, ремесленные, индустриальные фестивали и события, объединяющие сообщества по интересам.

4.8.3. Лучший музыкальный проект INTERNATIONAL – сольные концерты артистов, шоу звезд, музыкальные фестивали, запуски альбомов, туры артистов, коллаборации звездных исполнителей в рамках концертов, промо-фестивали, экспериментальные релизы, оригинальные проекты в медиа, спецпроекты артистов или лейблов.

4.8.4. Лучший спортивный проект INTERNATIONAL – спортивные соревнования, марафоны, чемпионаты, забеги и заплывы, проведенные на территории страны, основная цель которых – привлечение внимания к здоровому образу жизни и популяризация различных видов спорта среди граждан, в т.ч. церемонии награждения спортсменов, открытия и закрытия спортивных соревнований, а также мотивационные и развлекательные мероприятия, тематика которых полностью посвящена спортивной активности.

4.8.5. Лучший социальный проект INTERNATIONAL – акции, фестивали, социальные и благотворительные проекты, направленные на решение или актуализацию конкретных социальных проблем.

4.8.6. Лучший проект бренда работодателя INTERNATIONAL – мотивационные и командообразующие мероприятия для сотрудников, деловые и торжественные события в рамках особых календарных дат компании, конкурсы профессионального мастерства, мотивационные туры, создание корпоративных сообществ, социальные и спортивные проекты, способствующие укреплению корпоративной культуры и повышению лояльности сотрудников.

4.8.7. Лучшая маркетинговая активация бренда INTERNATIONAL – лончи, презентации, роад-шоу, спонсорские активации бренда в рамках различных мероприятий: креативные выставочные стенды, активности, бренд-зоны, инсталляции. Проекты, организуемые на территории предприятий в рамках промышленного туризма. Спецпроекты и креативные активации, направленные на эффективное взаимодействие с клиентами и покупателями продукта, что способствует укреплению лояльности и повышению узнаваемости бренда.

4.8.8. Лучший проект по продвижению бренда регулируемого рынка INTERNATIONAL – коммуникационные проекты, нацеленные на продвижение продукта или услуги в сегментах с особыми законодательными ограничениями в области рекламы и маркетинга. Ключевыми сферами являются индустрии с повышенным вниманием к регуляции, такие как букмекерские конторы и фармацевтика.

4.8.9. Лучший автомобильный проект INTERNATIONAL – презентации новых моделей автомобилей, проведение тест-драйвов, а также эксклюзивные специализированные проекты, реализуемые автомобильными брендами.

4.8.10. Лучшее мотивационное событие для клиентов и партнеров INTERNATIONAL – MICE, мотивационные туры, профессиональные конкурсы, церемонии награждения, тематические объединяющие мероприятия, социокультурные события и торжественные открытия бренда – ключевые инструменты для укрепления долгосрочных отношений с клиентами, партнёрами и инвесторами.

4.8.11. Лучшая PR-компания INTERNATIONAL – PR-кампании, пресс-события, SMM/медиа-активации, спецпроекты с блогерами, а также креативные и нестандартные решения для продвижения бренда или организации, направленные на эффективное донесение ключевых сообщений до целевой аудитории проекта и повышение узнаваемости бренда.

4.8.12. Лучший проект по развитию туризма INTERNATIONAL – мотивационные, познавательные и развлекательные туры в рамках круизов, ралли, регат, автопробегов, туров караванеров, железнодорожных и авиапутешествий. Тематические променады и диджитал-экскурсии на территории городов и производственных объектов, направленные на повышение туристической привлекательности региона. PR-кампании и профессиональный видеоконтент, способствующий продвижению региона и формированию устойчивого туристического имиджа с целью увеличения туристических потоков.

4.8.13. Лучшая мерч-активация INTERNATIONAL – креативные проекты и идеи, направленные на создание, производство и продвижение сувенирной продукции и мерча в рамках мероприятий, в том числе решения, способствующие эффективному продвижению бренда, а также реализации продукции на коммерческой основе для целевой аудитории партнеров, покупателей и туристов.

4.8.14. Лучший отель для мероприятий INTERNATIONAL – объекты размещения (в т.ч. отели, кемпинги, глемпинги и пр.) и различные туристические площадки, обеспечивающие реализацию конгрессно-выставочных мероприятий, а также деловых и развлекательных проектов различного масштаба.

В описании проекта и на очных защитах рекомендовано уделить внимание комплексной инфраструктуре объекта размещения качеству и объему номерного фонда, разнообразию гастрономических предложений, современному состоянию инфраструктуры SPA, уникальности дизайна, природной и ландшафтной аутентичности, а также интеграции в курортный кластер.

4.8.15. Лучшая ивент-площадка INTERNATIONAL – специализированные площадки для проведения деловых и развлекательных проектов, имеющие комплексную инфраструктуру, которая обеспечивает комфорт и эффективность проведения мероприятий любого формата: многофункциональные залы, продуманный дизайн, удобство прилегающей территории, современное техническое оснащение, наличие стационарных активностей для участников, рекламные поверхности, а также транспортная доступность.

#### **4.9. МАКРОКАТЕГОРИЯ 9. КРЕАТИВ / ТЕХНОЛОГИИ / УСЛУГИ.**

*Креативные проекты, внедряющие инновационные решения в области событийного маркетинга и коммуникаций, включая проекты от разнообразных поставщиков услуг: творческих коллективов, режиссерско-постановочных групп, компаний, предоставляющих развлекательные и командообразующие решения, кейтеринговых предприятий, продакшн-компаний, декораторских служб, технических дирекций и поставщиков технологических сервисов для мероприятий.*

4.9.1. Лучшая креативная идея проекта – уникальное и нестандартное решение типовой задачи или общей проблемы в рамках мероприятия, которое оказало значительное положительное влияние на итоговый результат и повысило эффективность проекта в коммуникации с целевой аудиторией.

4.9.2. Лучшая режиссура и постановка мероприятия – сценарии, режиссерские ходы, сценография, уровень вовлечения участников, а также художественное воплощение режиссерской концепции в рамках концертной деятельности, шоу, спектаклей, мюзиклов, творческих бизнес-проектов, иммерсивных постановок и променадов.

4.9.3. Лучшие игровые/командообразующие решения для мероприятий – командообразующие программы и проекты с различной геймификацией, а также готовые серийные решения для командообразования, включающие развлекательные, интеллектуальные и спортивные форматы.

4.9.4. Лучший онлайн проект – онлайн-проекты и гибридные мероприятия, проводимые с использованием стриминговых платформ с возможностью или без возможности непосредственного взаимодействия гостей с участниками и спикерами. При описании проекта и очной защите следует уделить внимание уровню вовлеченности участников и охвату аудитории.

4.9.5. Лучший проект с применением искусственного интеллекта в коммуникациях – проекты, в рамках которых технологии искусственного интеллекта выступают в качестве ключевого инструмента для решения одной из основных задач или проблем в коммуникации с целевой аудиторией проекта.

4.9.6. Лучшее использование инновационных технологий в креативных активациях – арт-объекты, инсталляции и шоу-перформансы, в которых применяются технологии искусственного интеллекта, кинетические элементы,

контент с мэппингом на поверхности, графический цифровой и AI-контент, а также управляемые роботизированные устройства. Все перечисленные технологии должны быть специально разработаны для мероприятий, таких как выставки, биеннале, концерты, шоу и фестивали.

4.9.7. Лучшее технологическое сервисное решение для операционной эффективности проекта – инструменты, коммуникационные платформы и сервисы, а также технологические решения, направленные на повышение операционной эффективности проектов. Например, решения для регистрации участников, оптимизации логистики, аналитики в реальном времени и геймификации. Проекты-номинанты должны демонстрировать эффективное применение в рамках развлекательных, деловых или коммуникационных проектов с целью максимального вовлечения аудитории и эффективной передачи ключевых сообщений.

4.9.8. Лучшее техническое оснащение мероприятия – комплексные технические решения по созданию сценического и ивент-пространства с использованием инновационных технологий в рамках одного мероприятия, концерта, шоу или фестиваля. Учитывается использование звукового, видео-, кинетического, пиротехнического оборудования, направленного на реализацию художественных замыслов и достижение максимального эмоционального воздействия на зрителей.

4.9.9. Лучшее декорационное оформление проекта – художественные концепции, общий дизайн, архитектурные решения декораций и застроек, а также комплексные технические подходы к созданию оформления проекта или ивент-пространства, в т.ч. с применением современных технологий и инновационных материалов, а также новаторским флористическим решениям, направленным на реализацию художественного замысла и достижение максимального эмоционального воздействия на участников мероприятия.

4.9.10. Лучшая креативная кейтеринг концепция – общая эстетическая концепция подачи, наименования и сервировки блюд в рамках конкретного мероприятия, декорационное оформление кейтеринг-станций и использование интерактивных элементов, способствующих вовлечению участников мероприятия, включая применение технологических решений в приготовлении и визуальном оформлении блюд, а также единому визуальному стилю посуды, мебели, текстиля и образов персонала.

#### **4.10. МАКРОКАТЕГОРИЯ 10. ПЛОЩАДКИ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА\***

*\*Проекты сразу проходят открытые защиты в статусе финалистов*

*Ивент-пространства, объекты размещения (включая отели, глемпинги и пр.), лофты, различные территории и центры, способствующие развитию креативных индустрий, технологические кластеры, технопарки и индустриальные парки и прочие площадки для проведения различных типов мероприятий.*

4.10.1. Лучшая территория для развития бизнеса – территории и центры, способствующие развитию креативных индустрий, ивент-пространства, расположенные на территории бизнес-центров, особые экономические зоны, технологические кластеры, технопарки, индустриальные парки, а также центры развития профессиональных навыков и компетенций.

4.10.2. Лучшая площадка для мероприятий (вместимостью до 500 гостей фуршетом) – специализированные площадки для проведения деловых и развлекательных проектов, имеющие комплексную инфраструктуру площадки, которая обеспечивает комфорт и эффективность проведения мероприятий любого формата: многофункциональность ивент-пространства, архитектурные особенности и дизайн, стационарная техническая оснащенность, качество и удобство прилегающей территории, возможности для проведения рекламных активаций, логистика и транспортная доступность, вместимость, а также наличие и уровень предоставляемых кейтеринг-услуг. Площадка должна вмещать не более 500 гостей фуршетом.

4.10.3. Лучшая площадка для мероприятий (вместимость от 500 до 1000 гостей фуршетом) – специализированные площадки для проведения деловых и развлекательных проектов, имеющие комплексную инфраструктуру площадки, которая обеспечивает комфорт и эффективность проведения мероприятий любого формата: многофункциональность ивент-пространства, архитектурные особенности и дизайн, стационарная техническая оснащенность, качество и удобство прилегающей территории, возможности для проведения рекламных активаций, логистика и транспортная доступность, вместимость, а также наличие и уровень предоставляемых кейтеринг-услуг. Площадка должна вмещать от 500 до 1000 гостей фуршетом.

4.10.4. Лучшая площадка для мероприятий (вместимость более 1000 гостей фуршетом) – специализированные площадки для проведения деловых и развлекательных проектов, имеющие комплексную инфраструктуру площадки, которая обеспечивает комфорт и эффективность проведения мероприятий любого формата: многофункциональность ивент-пространства, архитектурные особенности и дизайн, стационарная техническая оснащенность, качество и удобство прилегающей территории, возможности для проведения рекламных активаций, логистика и транспортная доступность, вместимость, а также наличие и уровень предоставляемых кейтеринг-услуг. Площадка должна вмещать более 1000 гостей фуршетом.

4.10.5. Лучший конгресс-отель – отели, обеспечивающие реализацию конгрессно-выставочных мероприятий, а также деловых и развлекательных проектов различного масштаба. В описании проекта и на очных защитах рекомендовано уделить внимание многофункциональной инфраструктуре отеля, обеспечивающую реализацию

различных проектов, а также статусных мероприятий в рамках приёма государственных и иностранных делегаций с целью эффективного решения бизнес-задач брендов и обеспечения высокого уровня коммуникаций на государственном уровне.

4.10.6. Лучшая креативная концепция отеля – отели с ярко выраженными отличительными особенностями ландшафта, инфраструктуры, дизайна, концепций номерного фонда и гастрономической аутентичности, которые подчёркивают их уникальность в рамках территориального присутствия и делают их по-настоящему неповторимыми.

4.10.7. Лучший отель на территории курортного кластера – отели, расположенные в курортном кластере, которые выделяются уникальной концепцией, гармонично интегрированной в природную среду и предлагающие современную оздоровительную/SPA-зону, развитую инфраструктуру для проведения мероприятий, а также собственную культурно-развлекательную программу, создающую комфортную и запоминающуюся атмосферу для посетителей.

4.10.8. Лучшая отельная сеть – проекты сетевых отелей, выделяющиеся уникальной и единой концепцией бренда, реализованной через продуманный дизайн ландшафта, развитую инфраструктуру, конгресс-возможности, оптимальный номерной фонд, разнообразное гастрономическое предложение, эффективную ивент-стратегию и высококлассную систему клиентского сервиса.

#### **4.11. ОСОБЫЕ НОМИНАЦИИ\***

*\*Особые номинации присуждаются либо не присуждаются по решению Экспертного совета Премии.*

4.11.1. Награда «Премия beta! рекомендует» – партнеры, отраслевые ассоциации или спонсоры по результатам сотрудничества с премией beta!

4.11.2. Награда «За вклад в развитие индустрии» – физическое лицо, компания или ассоциация, чья деятельность или реализованный проект внесли значительный вклад в развитие индустрии событийного маркетинга и коммуникаций в России.

#### **4.12. НОМИНАЦИИ ГРАН-ПРИ**

##### *4.12.1. ГРАН-ПРИ «Лучший проект в рамках поддержки Национальных проектов России»*

Лучшие проекты, набравшие наибольшее количество баллов по итогам экспертного голосования и внесшие значительный вклад в поддержку следующих Национальных проектов России: Молодежь и дети, Семья, Кадры, Продолжительная и активная жизнь, Инфраструктура для жизни, Экологическое благополучие, Туризм и гостеприимство, Эффективная и конкурентная экономика, Международная кооперация и экспорт, Экономика данных и цифровая трансформация государства, Эффективная транспортная система, Новые технологии сбережения здоровья, Беспилотные авиационные системы, Новые атомные и энергетические технологии, Новые материалы и химия, Промышленное обеспечение транспортной мобильности, Средства производства и автоматизации, Технологическое обеспечение продовольственной безопасности, Технологическое обеспечение биоэкономики, Развитие космической деятельности.

##### *4.12.2. ГРАН-ПРИ «Лучшая команда по развитию бренда работодателя»*

Команда внутренних коммуникаций, продвигающая бренд работодателя, чьи проекты заняли призовые места в наибольшем количестве номинаций макрокатегории корпоративных коммуникаций HR-бренда, набрав при этом максимальное суммарное количество баллов по результатам очного голосования Экспертного совета.

##### *4.12.3. ГРАН-ПРИ «Лучшее продвижение бренда»*

Маркетинговая или PR-команда компании-заказчика, которая продвигает бренд компании и чьи проекты заняли призовые места в наибольшем числе номинаций премии beta!, набрав при этом максимальное суммарное количество баллов по результатам очного голосования Экспертного совета.

##### *4.12.4. ГРАН-ПРИ «Лучший проект» Best Experience Marketing Awards*

Главная награда вручается проекту из числа участников премии, признанному наиболее актуальным, качественным и эффективным с позиции бизнеса. Победитель определяется по максимальному количеству баллов, набранных в ходе открытых презентаций и защит проектов-финалистов премии beta!

## **5. ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕМИИ**

Премия проводится в 2 (два) этапа.

График проведения этапов Премии может меняться по решению Исполнительной дирекции Премии.

Изменения графика проведения (тайминга) этапов Премии публикуются на официальном сайте Премии, а также в официальных социальных сетях Премии.

## **5.1. Первый этап Премии (заочный)**

Первый этап проводится с 1 августа 2025 г. по 5 февраля 2026 г. и включает в себя:

- С 1 августа по 20 января 2026 г. – прием заявок и регистрационных взносов;
- С 21 по 22 января 2026 г. – внутренний аудит заявок Исполнительной дирекцией Премии;
- С 22 по 1 февраля 2026 г. – заочный (онлайн) этап голосования Экспертного совета Премии;
- 5 февраля 2026 г. – публикация списка финалистов Премии.

### **5.1.1. Порядок подачи заявки**

5.1.1.1. Прием заявок Премии осуществляется в период с 1 августа по 20 января 2026 г. включительно.

5.1.1.2. Подача заявки осуществляется на официальном сайте <https://bemafestival.ru/> в личном кабинете Участника (далее – Личный кабинет) путем заполнения заявителем всех полей электронной формы и дальнейшей оплаты каждой подданной заявки.

В случае, если на момент подачи заявки и/или оплаты проект еще не реализован, либо у заявителя отсутствуют материалы, необходимые для подачи заявки (например, видеоролик, фотоотчет и др.) допускается предоставление данных материалов в срок до 20 января 2026 г. при условии оплаты регистрационного взноса.

5.1.1.3. По факту подачи анкеты и оплаты регистрационного взноса Участник получает электронное уведомление на указанный при регистрации в Личном кабинете адрес электронной почты о присвоении статуса Номинанта Премии (далее – «Номинант»).

5.1.1.4. Количество заявок от одного Участника не ограничено.

5.1.1.5. Заявки, по которым не поступила оплата до 20 января 2026 г., не включаются в Заочное голосование Экспертного совета и аннулируются.

5.1.1.6. После регистрации в Личном кабинете, Участник должен заполнить все поля заявки согласно предложенной анкете: в т.ч. выбрать из предложенного списка макрокатегорию и номинацию, предоставить информацию о заказчике и исполнителе проекта, описание проекта, фото и видеоматериалы о проекте, а также прочие запрашиваемые материалы Исполнительной дирекцией Премии.

Участник вправе менять информацию в анкете (включая макрокатегорию и номинацию) до 23:59 20 января 2026 г.

5.1.1.7. Участник, предоставляя информацию о конкурсном проекте, подтверждает тем самым наличие у себя прав на передачу Исполнительной дирекции Премии фото, видео и информационных материалов для размещения на официальном сайте <https://bemafestival.ru/>, в материалах СМИ и в других каналах продвижения на усмотрение Исполнительной дирекции Премии.

5.1.1.8. В случае, если заявку подает не заказчик проекта, то участник обязан самостоятельно утвердить данные заявки с заказчиком проекта и получить его письменное согласие об участии в Премии. В случае, если в ходе участия в Премии выяснится, что заказчик проекта не дал согласие на участие в Премии и не видел данные, предоставленные в заявке, проект подлежит дисквалификации. Регистрационный взнос Участника в таком случае возмещению не подлежит.

5.1.1.9. Заявитель берет на себя полную ответственность за выбор макрокатегории и номинации в заявке к участию в Премии. При этом в случае обнаружения на первом этапе Премии Исполнительной дирекцией Премии или Экспертным советом Премии несоответствия проекта заявленной номинации Участнику Премии может быть предложено один раз изменить номинацию участия без дополнительной оплаты.

### **5.1.2. Заочный этап голосования (определение финалистов)**

5.1.2.1. После получения заявки и оплаты регистрационного взноса заявителем Исполнительная дирекция Премии рассматривает поданные заявки на предмет соответствия номинациям и предоставления необходимой информации о проекте. В случае, если поданная заявка не соответствует описанию и критериям выбранной номинации, Исполнительная дирекция Премии вправе предложить заявителю разместить проект в другой, более соответствующей, номинации Премии без дополнительного регистрационного взноса. В случае несогласия заявителя о переносе Исполнительная дирекция Премии вправе отклонить заявку на участие в Премии. Регистрационный взнос заявителя в таком случае возмещению не подлежит.

5.1.2.2. После предварительной проверки заявки передаются для заочной оценки Экспертному совету Премии. Номинации делятся между членами Экспертного совета Премии пропорционально в соответствии с зонами компетенции и сферой деятельности эксперта. До старта предварительного этапа голосования Исполнительный комитет Премии может на свое усмотрение, а также по решению Экспертного совета Премии добавлять проект в дополнительные номинации без увеличения регистрационного взноса.

5.1.2.3. Каждый член Экспертного совета Премии обязуется согласовать с Исполнительной дирекцией Премии

конкретный день или несколько дней голосования в январе 2026 г. из дат, предложенных в Личном кабинете.

5.1.2.4. В назначенный день каждый член Экспертного совета Премии обязуется провести в рамках согласованного дня оценку не более 30 проектов в назначенных ему номинациях по каждому заявленному критерию по шкале от 1 до 10, где 1 является самой низкой оценкой, а 10 – самой высокой. В процессе голосования член Экспертного совета обязан оставить развернутый комментарий проекта, который в дальнейшем по решению Исполнительной дирекции Премии может быть передан Номинанту.

5.1.2.5. По итогам голосования всех членов Экспертного совета у каждого заявленного проекта формируется среднее арифметическое по каждому критерию, а также среднее арифметическое проекта. Финалисты выбираются из числа набравших наибольшее количество баллов. Количество финалистов в каждой номинации определяется Исполнительной дирекцией Премии в соответствии с количеством поданных заявок в каждую номинацию.

5.1.2.6. Исполнительная дирекция Премии вправе привлечь независимого аудитора для подтверждения объективности результатов голосования.

5.1.2.7. Независимый аудитор Премии вправе проверить решение Экспертного совета Премии на предмет следования заявленной методике оценки при определении финалистов.

5.1.2.8. Оценка отдельного эксперта и/или Экспертного совета Премии может быть пересмотрена по решению независимого аудитора в случае выявления аудитором нарушения методики голосования, какого-либо из пунктов настоящего Положения, а также нарушения Кодекса эксперта Премии одним или несколькими участниками Экспертного совета Премии.

5.1.2.9. Итогом первого этапа Премии является определение Экспертным советом Премии списка финалистов Премии, публикация данного списка Исполнительной дирекцией Премии на официальном сайте Премии и приглашение финалистов Премии к участию в открытой защите проектов.

## **5.2. *Второй этап Премии (очный)***

Второй этап проводится с 6 по 28 февраля 2026 г. и включает в себя:

- С 17 по 19 февраля 2026 г. – очный этап (открытая защита финалистов Премии) в виде Фестиваля с деловой программой;
- 19 февраля 2026 г. – торжественная церемония награждения победителей Премии.

### **5.2.1. *Очный этап (открытая защита проектов финалистов Премии) в виде Фестиваля с деловой программой***

5.2.1.1. Даты проведения Фестиваля определяются и публикуются Исполнительной дирекцией Премии на официальном сайте Премии не позднее, чем за 30 (тридцать) календарных дней до начала Фестиваля.

5.2.1.2. На очном этапе Премии проходит публичная (открытая) защита проектов финалистов Премии перед членами Экспертного совета Премии и участниками Премии.

5.2.1.3. Члены Экспертного совета Премии делятся Исполнительной дирекцией Премии на рабочие группы для оценки проектов, соответствующих компетенции и сфере деятельности экспертов. При этом Исполнительная дирекция Премии оставляет за собой право самостоятельно распределять номинации среди членов Экспертного совета Премии в соответствии с собственным суждением о сфере деятельности эксперта.

5.2.1.4. К публичной защите проектов допускаются Номинанты из списка финалистов. В защите проекта имеет право принимать участие рабочая группа до 3 (трех) спикеров, непосредственно принимавших участие в реализации презентуемого проекта. Каждому заявителю в рамках регистрационного взноса предоставляется 1 (один) код доступа для одного человека на открытую защиту. В случае необходимости присутствия большего числа членов рабочей группы, коды доступа для остальных спикеров участник документа самостоятельно.

5.2.1.5. На защиту каждого проекта отводится не более 7 (семи) минут:

- 5 (пять) минут дается Участнику Премии на защиту проекта (личная защита с демонстрацией видео или слайдов в видео формате),
- 2 (две) минуты – на вопросы Экспертного совета Премии и голосования.

5.2.1.6. Для очных защит проектов запрещено привлечение несовершеннолетних и/или животных.

5.2.1.7. Для демонстрации своего проекта Номинант должен предоставить видеоролик в формате изображения 16:9 и размером не более 2 ГБ. Видеоролик может состоять из презентации или видеоряда, формат файла: MP4, MOV, AVI. Допустимый формат заявки только видеоролики – презентации в любых форматах НЕ принимаются. Видео должно быть передано в Исполнительную дирекцию Премии не позднее чем за 10 (десять) рабочих дней до даты проведения открытых защит финалистов. Видеоролики принимаются только на российских хостингах.

5.2.1.8. Номинант обязуется не удалять предоставленные им материалы до 31 марта 2026 г.

5.2.1.9. Настоящим Номинант гарантирует, заверяет и ручается в нижеследующем:

- передача и использование результатов интеллектуальной деятельности Экспертным советом и Исполнительной дирекцией Премии не нарушают права и интересы третьих лиц;
- им получены аналогичные и действительные согласия, разрешения, гарантии, предоставленные Экспертному совету и Исполнительной дирекции Премии для подачи заявки и участия в очной защите, у всех авторов результатов интеллектуальной деятельности (далее – РИД), исполнителей и иных лиц, принявших участие в создании РИД, правообладателей;
- он является надлежащим обладателем прав на РИД для передачи прав на РИД Экспертному совету и Исполнительной дирекции Премии на условиях и в объемах, предусмотренных настоящим Положением;
- РИД, а также способы их создания не нарушают права и интересы третьих лиц и требования законодательства РФ, общепринятые нормы и ценности морали, этики и нравственности;
- к Экспертному совету и Исполнительной дирекции Премии не могут быть предъявлены никакие законные требования третьих лиц о выплате вознаграждения (иных аналогичных платежей) за использование РИД в рамках Премии.

В случае нарушения Номинантом или выявления Исполнительной дирекцией Премии недостоверности любых согласий, разрешений, гарантий, предоставленных Номинантом Исполнительной дирекции Премии, Номинант обязан за собственный счет оградить Исполнительную дирекцию Премии от связанных с данным нарушением (недостоверностью) претензий, ответственности и возместить Исполнительной дирекции Премии суммы всех требований, расходов, убытков, возникших в результате нарушения Номинантом обязательств, гарантий, заверений и ручательств, упомянутых в настоящем пункте.

В случае предъявления Исполнительной дирекцией Премии претензий или исков по поводу использования РИД, нарушения авторских, смежных и/или иных прав третьих лиц в связи с использованием РИД, или их части, а также иных претензий третьих лиц в отношении РИД Номинанта или их содержания по настоящему Договору, Номинант обязуется урегулировать такие претензии или предпринять иные необходимые действия, исключая возникновение расходов и убытков у Исполнительной дирекции Премии, а также будет выступать единственным ответчиком по таким спорам, а Исполнительной дирекции Премии должна быть освобождена от какой бы то ни было ответственности.

5.2.1.10. Время защиты каждого проекта назначается Исполнительной дирекцией Премии заранее. Выбор времени защиты Номинантом невозможен. В случае опоздания/пропуска Номинантом времени своей защиты, она не может быть перенесена на другое время. Также, в случае неявки Номинанта на защиту, предоставленный ранее видеоролик (а также иной презентационный материал в указанном формате) демонстрируется без участия Номинанта и оценивается членами Экспертного совета Премии в соответствии с общими критериями оценки на основании заполненной на первом этапе Премии заявки.

5.2.1.11. Каждый член Экспертного совета Премии оценивает проект в закрытом голосовании в мобильном приложении.

5.2.1.12. В каждой из номинаций путем арифметического подсчета баллов, выставленных независимым Экспертным советом Премии, формируется третье, второе и первое место. Каждое место может быть присвоено только одному проекту, за исключением проектов, которые набрали одинаковое количество баллов, включая десятые и сотые доли баллов. В случае если проектов с одинаковым количеством баллов несколько, данным проектам присуждается одинаковое место и награды вручаются по количеству победителей.

5.2.1.13. Состав Экспертного совета Премии очного этапа Премии утверждается учредителями Премии и оглашается не позднее даты старта заочного голосования. Финальный списочный состав вывешивается на официальном сайте Премии, не позднее чем за 5 (пяти) календарных дней до даты старта заочного голосования.

5.2.1.14. Дресс-код во время очных защит проектов-финалистов – business casual (неофициальный деловой стиль, который предполагает элементы деловой одежды в сочетании с повседневной одеждой).

5.2.1.15. В случае несоблюдения обладателем кода доступа на Фестиваль заявленного дресс-кода, Исполнительная дирекция Премии вправе не допустить такого человека на Премию. Денежные средства в таком случае не возвращаются.

## **5.2.2. Церемония награждения**

5.2.2.1. Объявление победителей Премии происходит на церемонии награждения победителей в феврале 2026 г.

5.2.2.2. Вручение наград происходит исключительно в рамках торжественной церемонии награждения Премии.

5.2.2.3. Внешний вид статуэток может отличаться от их изображения в рекламных материалах.

5.2.2.4. Награды не выдаются при несоблюдении участниками настоящего Положения.

5.2.2.5. Дресс-код церемонии награждения: creative black tie (строгий вечерний дресс-код, который предполагает официальный, но не самый формальный стиль одежды).

5.2.2.6. В случае несоблюдения обладателем кода доступа на церемонию награждения Премии заявленного дресс-кода, Исполнительная дирекция Премии вправе не допустить такого человека на церемонию награждения. Денежные средства в таком случае не возвращаются.

## 6. МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

6.1. На заочном этапе Премии каждый член Экспертного совета Премии в индивидуальном личном кабинете ставит баллы от 1 до 10 по каждому из критериев оценки. По итогам голосования всех членов Экспертного совета у каждого заявленного проекта формируется среднее арифметическое по каждому критерию, а также среднее арифметическое проекта. Финалисты выбираются из числа набравших наибольшее количество баллов. Количество финалистов в каждой номинации определяется Исполнительной дирекцией Премии в соответствии с количеством поданных заявок в каждую номинацию. Финалисты определяются по рейтингу совокупной оценки всех критериев (общий балл).

6.2. В списке финалистов Премии может быть представлено не более 12 проектов в каждой номинации.

6.3. На очном этапе каждый участник Экспертного совета Премии может поставить 1 дополнительный балл за качество защиты Номинантом и поставить специальную отметку для номинирования проекта на награду «Гран-При».

6.4. На очном этапе в каждой из номинаций путем арифметического подсчета баллов, выставленных независимым Экспертным советом Премии, формируется третье, второе и первое место. Каждое место может быть присвоено только одному проекту, за исключением проектов, которые набрали одинаковое количество баллов, включая десятые и сотые доли баллов. В случае если проектов с одинаковым количеством баллов несколько, данным проектам присуждается одинаковое место и награды вручаются по количеству победителей.

6.5. В случае невозможности провести объективную оценку проекта или в случае нехватки предоставленной участником информации или сомнений в ее достоверности Экспертный совет Премии вправе запросить у исполнительской дирекции Премии следующую информацию:

- независимые отзывы участников события из открытых источников;
- комментарии заказчиков/инициаторов события;
- комментарии/отзывы подрядных организаций, задействованных в организации события.

6.6. **Критерии оценки Экспертного совета Премии заочного и очного этапа голосования:**

6.6.1. *Критерии оценки номинаций всех макрокатегорий, за исключением макрокатегории «Специальные номинации»:*

- основная идея проекта – какую проблематику решает проект; какие смыслы были заложены командой для достижения задач; какая Big Idea лежала в основе проекта;
- креативность – сценарные ходы, креативные решения, повлиявшие на достижение WOW-эффекта. Метрики, по которым оценивался данный критерий;
- эффективность – как данный проект повлиял на развитие бизнеса, мотивацию целевой аудитории, каких экономических и/или социальных результатов удалось достичь с помощью проекта-номинанта, в т.ч. количество охватов, интерактивное вовлечение участников в проект, возвратные инвестиции, индекс удовлетворенности участников;
- технологичность – эффективность применения новых цифровых технологий, дополненной или виртуальной реальности, применение цифровых сервисов, цифровых платформ. Их влияние на достижение результата.

6.7. *Дополнительные критерии оценки проектов на очном этапе голосования*

6.7.1. Члены Экспертного совета Премии дополнительно оценивают качество проведенной защиты. В случае, если, по мнению эксперта, защита проекта была высокого качества, то он по собственному желанию может присвоить дополнительный балл в рамках данного критерия. В данном критерии оценивается, как Номинанты демонстрируют свою экспертизу и навыки публичного выступления. В выступлении приветствуется демонстрация эстетики и креативного подхода.

6.8. Члены Экспертного совета Премии вправе выдвинуть проект Номинанта на получение награды «Гран-При».

## 7. ОРГАНЫ УПРАВЛЕНИЯ

7.1. Учредителями Премии являются Горбачев Илья Анатольевич, Горбачева Елена Александровна и ООО «БЕМА ПРОДАКШЕН» (ИНН 7716789163).

7.2. **Совет учредителей Премии**

7.2.1. Совет учредителей Премии является Высшим постоянно действующим органом управления Премии. Совет учредителей Премии осуществляет свою деятельность в соответствии с настоящим Положением. Заседания Совета учредителей Премии проводятся по мере необходимости и могут проходить заочно (с использованием факсимильной связи, электронной почты, интерактивного голосования).

7.2.2. Деятельностью Совета учредителей Премии руководит Генеральный продюсер Премии, избираемый из членов Совета учредителей.

7.2.3. К исключительной компетенции Совета учредителей Премии относятся:

- внесение изменений в настоящее Положение;
- определение приоритетных направлений развития Премии;
- формирование и утверждение состава Исполнительной дирекции Премии, определение ее полномочий, утверждение исполнительного директора Премии;
- утверждение Генерального продюсера Премии, определение его полномочий и компетенции;
- утверждение состава Экспертного совета Премии и Председателя Экспертного совета Премии;
- утверждение Консультационного совета Премии, определение его полномочий и компетенций;
- учреждение региональных этапов Премии и контроль за их реализацией, в т.ч. утверждение Экспертных советов региональных этапов Премии и Председателя Экспертного совета региональных этапов Премии;
- утверждение аудитора Премии;
- определение размера регистрационного взноса за участие в Премии;
- определение и изменение этапов проведения Премии, условий участия, макрокатегорий и номинаций Премии.

### 7.3. *Консультационный Совет Премии*

7.3.1. Консультационный Совет Премии является постоянно действующим консультативным органом управления Премии, сформированным из числа представителей профильных ассоциаций и представителей компаний, разделяющих идеи и цели Премии. Он действует в интересах качественного проведения мероприятий Премии, развития Премии и повышения ее популярности в профессиональной сфере.

7.3.2. Состав Консультационного совета формируется Генеральным продюсером и утверждается решением Совета учредителей Премии.

7.3.3. Работу Консультационного совета координирует Генеральный продюсер Премии.

7.3.4. Заседания Консультационного Совета Премии проходят по мере необходимости, но не реже 2-х раз в год. Созыв заседания осуществляет Генеральный продюсер Премии.

7.3.5. Заседание Консультационного Совета Премии может проходить заочно (с использованием видеоконференцсвязи, электронной почты, интерактивного голосования и других технологических решений).

7.3.6. К исключительной компетенции Консультационного Совета Премии относятся:

- определение принципов взаимодействия и сотрудничества с профессиональным сообществом;
- контроль за выполнением процедуры и принципов проведения Премии, изложенных в настоящем Положении;
- формирование рекомендаций по составу Экспертного совета Премии, перечню макрокатегорий и номинаций, критериям отбора финалистов и победителей.

7.3.7. Члены Консультационного Совета Премии вправе становиться участниками Премии на общих основаниях.

### 7.4. *Экспертный совет Премии*

7.4.1. Экспертный совет Премии формируется в целях обеспечения объективного отбора конкурсных проектов, их последующей оценки и определения победителей по каждой номинации.

7.4.2. Экспертный совет Премии формируется из числа:

- действующих руководителей компаний;
- представителей органов исполнительной власти;
- руководителей Ассоциаций;
- лидеров мнений индустрии событийного маркетинга.

7.4.3. Работой Экспертного совета Премии руководит его Председатель, утверждаемый общим решением Совета учредителей Премии.

7.4.4. В обязанности Председателя Экспертного совета входит:

- присутствовать на всех встречах Экспертного совета премии;
- быть амбассадором Премии;

- лидировать мероприятие по выбору «Гран-При» среди членов Экспертного совета Премии;
- лично принимать участие в мероприятиях Премии.

7.4.5. В своей деятельности Экспертный совет Премии руководствуется нормами и правилами, установленными текущим положением, а также Кодексом экспертов премии bema! (Best Experience Marketing Awards).

7.4.6. Члены Экспертного совета имеют право становиться участниками Премии и подавать на Премию проекты, реализованные компаниями, в которых они занимают руководящую должность или являются сотрудниками компании.

7.4.7. Членам Экспертного совета премии строго запрещено голосовать за проекты, реализованные компаниями, в которых они работают или с которыми аффилированы.

7.4.8. В случае наличия среди конкурсных работ проекта, аффилированного к одному или нескольким участникам Экспертного совета Премии (проекты, в которых в любом качестве принимал участие член Экспертного Совета), член Экспертного Совета обязан проинформировать Исполнительную дирекцию Премии об аффилированности. Аффилированные проекты исключаются из оценочного листа аффилированного члена Экспертного Совета. В случае нарушения данного пункта настоящего положения Участник и член Экспертного совета Премии дисквалифицируются от участия в Премии сроком на 2 (два) календарных года.

## 7.5. *Исполнительная дирекция Премии*

7.5.1. Исполнительная дирекция Премии является постоянно действующим органом оперативного управления Премии.

7.5.2. Деятельностью Исполнительной дирекции Премии руководит Генеральный продюсер Премии.

7.5.3. Исполнительная дирекция Премии содействует принятию эффективных мер по решению задач подготовки и проведения Премии, содействует обеспечению согласованности действий организаторов, партнеров, экспертов, участников.

7.5.4. Исполнительная дирекция Премии несет ответственность за выполнение всех стратегических решений Совета учредителей Премии, за обеспечение коммуникации с членами Экспертного совета Премии, Участниками Премии и представителями Участников Премии, партнерами Премии. Несет ответственность за рекламно-информационную кампанию в период подготовки и проведения Премии.

## 8. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

8.1. Решения Совета учредителей Премии по всем вопросам, связанным с проведением Премии, являются окончательными и не подлежащими пересмотру.

8.2. Совет учредителей Премии оставляет за собой право размещать дополнительную информацию о Премии в СМИ и социальных сетях, в т.ч. и о Номинантах Премии и проектах.

8.3. Все органы управления Премией оставляют за собой право не вступать в письменные переговоры, либо иные контакты с Номинантами Премии, их представителями и любыми другими лицами.

8.4. Если по какой-либо причине любой аспект проведения Премии не может проходить так, как это запланировано (включая причины, вызванные заражением компьютерными вирусами, неполадками в интернете, дефектами, манипуляциями, несанкционированным вмешательством, фальсификацией, техническими неполадками или любой причиной, неконтролируемой организатором, которая искажает или затрагивает исполнение, безопасность, честность, целостность или надлежащее проведение голосования Экспертного совета Премии), Организатор Премии может на свое единоличное усмотрение аннулировать, прекратить, изменить или временно прекратить проведение голосования.

8.5. Все спорные вопросы, касающиеся проведения Премии, регулируются на основе действующего законодательства РФ.

## 9. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ПРАВА

9.1. Имена членов Экспертного совета Премии, участников и победителей Премии, описания их проектов, фотографии, блиц-опрос и прямая речь могут быть размещены на сайте Премии и использоваться в промо и рекламных материалах Премии без выплаты дополнительного вознаграждения.

9.2. Организаторы Премии имеют право использовать описание проекта и ссылки на его авторов, заказчиков и содержание в целях продвижения Премии на сайте Премии, в материалах СМИ и в других каналах на усмотрение Исполнительной дирекции Премии без выплаты дополнительного вознаграждения.

9.3. Участники и члены Экспертного совета Премии подтверждают свое согласие в личных кабинетах на обработку и хранение их персональных данных в базе данных Организатора в целях проведения Премии. В случае неподтверждения данной информации участие Номинанта и члена Экспертного совета Премии аннулируется.

9.4. Конкурсные материалы могут подлежать хранению в электронном виде в течение 3 (трех) лет у организатора Премии. Конкурсный кейс может быть размещен на сайте <https://bemafestival.ru/> и в других социальных сетях Премии в течение 3 (трех) лет, а также может быть использован в рамках образовательного контента.

9.5. Подавая свою работу, Участник Премии соглашается с тем, что элементы из его заявки могут демонстрироваться на различных профильных мероприятиях, где участники Оргкомитета Премии выступают в качестве спикеров или являются медиа-партнером и др. (в формате фото- или видео-презентации) с указанием, что работа участвует в Премии, без дополнительного согласования и без выплаты дополнительного вознаграждения.

## **10. КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**

**ООО «БЕМА ПРОДАКШЕН»**

**Юр. адрес:** 129128, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Ростокино, ул. Ростокинская, д.8, помещ. 1/1

**ИНН** 7716789163

**КПП** 771601001

**ОГРН** 5147746312995

**E-mail:** [info@bemafestival.ru](mailto:info@bemafestival.ru)

**Об учреждении дополнительных номинаций в рамках Профессиональной международной ежегодной премии в области событийного маркетинга и интегрированных коммуникаций bema! (Best Experience Marketing Awards!)**

**1. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

1.1. В рамках проведения Профессиональной международной ежегодной премии в области событийного маркетинга и интегрированных коммуникаций bema! (Best Experience Marketing Awards!) (далее – Премия) в соответствии с пунктом 4 «Положения о проведении премии в области событийного маркетинга и интегрированных коммуникаций bema! (Best Experience Marketing Awards!) от 15 декабря 2025г.» по решению Учредителей Премии Исполнительная дирекция Премии объявляет об учреждении дополнительных номинаций.

1.2. Дополнительные номинации Премии «Выбор Дзен» созданы при поддержке крупнейшей российской информационной платформы Дзен (юридическое лицо – ООО «ВК», далее - Дзен), где миллионы людей ежедневно узнают о ключевых событиях в стране и мире.

**2. НОМИНАЦИИ «ВЫБОР ДЗЕН»**

2.1. Лучший проект СМИ и новых медиа – выдающиеся проекты, реализованные СМИ и новыми медиа, которые по-новому выстраивают диалог с аудиторией и вносят вклад в развитие медиарынка.

Данная категория разделяется на следующие номинации:

2.1.1. Лучшее креативное решение – креативные проекты, реализованные СМИ и новыми медиа. В номинации оцениваются проекты, направленные на переосмысление форматов взаимодействия с аудиторией, создание нового пользовательского опыта, инновационные способы подачи контента, а также решения, способствующие росту вовлеченности и лояльности аудитории.

2.1.2. Лучший информационный проект – информационные проекты, реализованные СМИ и новыми медиа. Принимаются журналистские и редакционные проекты, затрагивающие общественно-политическую и бизнес тематику, социальную сферу и/или направленные на решение проблем/повышение осведомленности аудитории.

2.1.3. Лучший проект по поддержке и развитию регионов – информационные проекты, реализованные в региональных СМИ и новых медиа, направленные на развитие регионов, общественных инициатив, поддержание региональной и муниципальной социальной политики, развитие туризма, экономики, привлечение кадров.

2.2. По решению Учредителей Премии номинация 4.12.1 ГРАН-ПРИ «Лучший проект в рамках поддержки Национальных проектов России» также проводится при поддержке Дзен.

**3. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ**

**3.1. В КАТЕГОРИИ «Лучший проект СМИ и новых медиа»:**

3.1.1. К участию приглашаются:

3.1.1.1. СМИ (средства массовой информации) — организационно-технические комплексы, осуществляющие публичную, периодическую передачу информации (текстовой, аудио-, видео- или мультимедийной) широкой аудитории посредством печатных изданий, теле- и радиовещания, а также сетевых ресурсов, зарегистрированных в качестве СМИ в соответствии с законодательством РФ.

3.1.1.2. Новые медиа — цифровые платформы и каналы распространения контента, использующие интерактивные форматы, мультимедийные технологии и механизмы пользовательского вовлечения. Отличаются от традиционных СМИ гибкостью, персонализацией и возможностью двусторонней коммуникации.

Ключевые признаки новых медиа:

- цифровая природа (веб-сайты, соцсети, мессенджеры, подкасты, блоги, приложения);
- интерактивность (комментарии, опросы, геймификация);
- возможность пользовательского контента (UGC);

Примеры: Telegram-каналы, сообщества в ВК и ОК, онлайн-издания без регистрации в реестре СМИ.

3.1.2. К участию в Категории допускаются проекты, реализованные в период с 1 января по 31 декабря 2025 года, ранее не подававшиеся на соискание данной Премии.

3.1.3. Проекты, участвующие в Премии, могут быть реализованы:

- российскими компаниями;

- иностранными компаниями, зарегистрированными на территории других стран, согласованных к участию в Премии дополнительным решением Исполнительной дирекции Премии. Проектам, реализованным такими компаниями и заявленным к участию в Премии, присваивается статус INTERNATIONAL.

3.1.4. В рамках данной категории под терминами понимается следующее:

3.1.4.1. Информационный проект — целенаправленная деятельность по созданию и распространению контента, ориентированного на информирование аудитории о событиях, явлениях или проблемах. Может включать журналистские расследования, аналитические материалы, спецпроекты, инфографику, документальные серии.

Ключевые признаки:

- фокус на фактах и верифицированных данных;
- структурированность подачи (хронология, причинно-следственные связи);
- общественно значимая тематика (политика, экономика, социальная сфера, экология и т.д.);
- долгосрочность или серийность (не единичный материал, а комплекс публикаций).

Примеры: серия репортажей о проблемах ЖКХ, интерактивный спецпроект о климатических изменениях, расследование о коррупции в регионе.

3.1.4.2. Креативный проект — нестандартные, оригинальные подходы к созданию и распространению медиаконтента, направленные на переосмысление форматов взаимодействия с аудиторией, генерацию эмоционального отклика, повышение вовлечённости через инновационные механики, синтез медиатехнологий и художественных приёмов.

Ключевые признаки:

- уникальность концепции (отсутствие прямых аналогов);
- использование нетипичных для тематики инструментов (VR/AR, чат-боты, перформансы);
- акцент на эстетике и нарративе;
- измеримый эффект от нестандартного подхода (рост вовлечённости, вирусность).

Примеры: интерактивный квест по истории города в Telegram, аудиоспектакль-подписка о местных легендах, AR-маршрут по памятным местам региона.

3.2. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В КАТЕГОРИИ «Лучший проект в рамках поддержки Национальных проектов России» соответствуют условиям, изложенным в Положении о проведении премии в области событийного маркетинга и интегрированных коммуникаций bema! (Best Experience Marketing Awards!) от 01 сентября 2025г.

## 4. СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ

Проекты к участию в дополнительных номинациях принимаются на безвозмездной основе.

## 5. ПОРЯДОК ПРИЕМА ДЛЯ УЧАСТИЯ В ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ НОМИНАЦИЯХ

5.1. В категории «Лучший проект СМИ и новых медиа» проекты для участия в очном этапе Премии отбираются из общего числа ранее поданных проектов к участию в Премии, а также из числа проектов, поданных путем направления заполненной заявки на сайте Премии.

5.2. В номинации «Лучший проект в рамках поддержки Национальных проектов России» проекты для участия в очном этапе Премии отбираются из общего числа ранее поданных проектов к участию в Премии.

## 6. МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

### 6.1. В категории «Лучший проект СМИ и новых медиа»:

6.1.1. На заочном этапе Премии проекты отбираются Исполнительной дирекцией Премии и утверждаются Специальным комитетом Дзен.

До очного этапа Премии допускаются не более 20 проектов.

6.1.2. На очном этапе Премии проекты оцениваются Экспертным советом Дзен по следующим критериям оценки по шкале от 1 до 10, где 1 соответствует самой низкой оценке, а 10 – самой высокой:

- основная идея проекта – какую проблематику решает проект; какие смыслы были заложены командой для достижения задач; какая Big Idea лежала в основе проекта;
- креативность – креативные решения, повлиявшие на достижение WOW-эффекта. Метрики, по которым оценивался данный критерий;
- эффективность – как данный проект повлиял на аудиторию (охваты, возвратные инвестиции, вовлечение, общественный резонанс или влияние на решение социальных проблем);
- охват проекта – процент целевой аудитории, увидевшей проект хотя бы один раз за определённый период.

Члены Экспертного совета Дзен дополнительно оценивают качество проведенной защиты. В случае, если, по мнению эксперта, защита проекта была высокого качества, то он по собственному желанию может присвоить дополнительный балл в рамках данного критерия. В данном критерии оценивается, как Номинанты демонстрируют свою экспертизу и навыки публичного выступления.

Формула подсчета баллов:

$$\text{Ср. балл по критерию} = \frac{(\text{Оценка эксперта1 по критерию1}) + \dots + (\text{Оценка экспертаN по критериюN})}{\text{Количество проголосовавших экспертов}}$$

$$\text{Ср. балл проекта} = \sum \text{Ср. баллов по всем критериям} + \text{балл по доп. критерию}$$

6.1.3. По результатам подсчёта баллов, полученных участниками в очном этапе Премии, определяются 3 (три) победителя.

## **6.2. В номинации «Лучший проект в рамках поддержки Национальных проектов России»:**

6.2.1. На заочном этапе каждый Эксперт Премии при оценке проекта самостоятельно определяет достоин ли данный проект номинации «Лучший проект в рамках поддержки Национальных проектов России». Если Эксперт считает проект достойным для прохождения на очный этап Премии, то он отмечает соответствующую галку в блоке голосования: «Данный проект достоин номинации «Лучший проект в рамках поддержки Национальных проектов России».

По решению Исполнительного комитета Премии вес голоса ряда экспертов может быть увеличен.

Финалисты выбираются из числа набравших наибольшее количество баллов. Финалисты определяются по среднему баллу проекта по следующей формуле:

$$\text{Ср. балл} = \frac{(\text{Оценка эксперта1} * \text{Вес эксперта1}) + \dots + (\text{Оценка экспертаN} * \text{Вес экспертаN})}{\text{Количество проголосовавших экспертов}}$$

До очного этапа Премии допускаются не более 20 проектов.

6.2.2. На очном этапе Премии проекты оцениваются Экспертным советом Дзен по следующим критериям оценки по шкале от 1 до 10, где 1 соответствует самой низкой оценке, а 10 – самой высокой:

- основная идея проекта – какую проблематику решает проект; какие смыслы были заложены командой для достижения задач; какая Big Idea лежала в основе проекта;
- креативность – сценарные ходы, креативные решения, повлиявшие на достижение WOW-эффекта. Метрики, по которым оценивался данный критерий;
- эффективность – как данный проект повлиял на развитие бизнеса, мотивацию целевой аудитории, каких экономических и/или социальных результатов удалось достичь с помощью проекта-номинанта, в т.ч. количество охватов, интерактивное вовлечение участников в проект, возвратные инвестиции, индекс удовлетворенности участников;
- технологичность – эффективность применения новых цифровых технологий, дополненной или виртуальной реальности, применение цифровых сервисов, цифровых платформ. Их влияние на достижение результата.

Члены Экспертного совета Дзен дополнительно оценивают качество проведенной защиты. В случае, если, по мнению эксперта, защита проекта была высокого качества, то он по собственному желанию может присвоить дополнительный балл в рамках данного критерия. В данном критерии оценивается, как Номинанты демонстрируют свою экспертизу и навыки публичного выступления.

Формула подсчета баллов:

$$\text{Ср. балл по критерию} = \frac{(\text{Оценка эксперта1 по критерию1}) + \dots + (\text{Оценка экспертаN по критериюN})}{\text{Количество проголосовавших экспертов}}$$

$$\text{Ср. балл проекта} = \sum \text{Ср. баллов по всем критериям} + \text{балл по доп. критерию}$$

6.2.3. По результатам подсчёта средних баллов отбираются до 3 (трёх) лучших проектов, набравших наивысшие средние баллы. Один из указанных проектов, имеющий наивысший средний балл, признаётся обладателем Гран-при.

## **7. ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ ДЗЕН**

7.1. Экспертный совет Дзен формируется в целях обеспечения объективного отбора конкурсных проектов, их последующей оценки и определения победителей по каждой номинации.

7.2. Экспертный совет Дзен формируется из числа:

- действующих членов Экспертного совета Премии;
- сотрудников Дзен;
- специально приглашенных профильных экспертов в области медиакоммуникаций.

7.3. В своей деятельности Экспертный совет Премии руководствуется нормами и правилами, установленными текущим положением, а также Кодексом экспертов премии bema! (Best Experience Marketing Awards).

7.4. Члены Экспертного совета имеют право становиться участниками Премии и подавать на Премию проекты, реализованные компаниями, в которых они занимают руководящую должность или являются сотрудниками компании.

7.5. Членам Экспертного совета премии строго запрещено голосовать за проекты, реализованные компаниями, в которых они работают или с которыми аффилированы.

7.6. В случае наличия среди конкурсных работ проекта, аффилированного к одному или нескольким участникам Экспертного совета Премии (проекты, в которых в любом качестве принимал участие член Экспертного Совета), член Экспертного Совета обязан проинформировать Исполнительную дирекцию Премии об аффилированности. Аффилированные проекты исключаются из оценочного листа аффилированного члена Экспертного Совета. В случае нарушения данного пункта настоящего положения Участник и член Экспертного совета Премии дисквалифицируются от участия в Премии сроком на 2 (два) календарных года.

## **8. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

8.1. В прочих, не упомянутых в настоящем Приложении пунктах, следует руководствоваться актуальным Положением о проведении премии в области событийного маркетинга и интегрированных коммуникаций bema! (Best Experience Marketing Awards!), размещенным на сайте Премии.