

Best Experience
Marketing
Awards!

bema!

Профессиональная

**международная ежегодная премия в
области событийного маркетинга и
интегрированных коммуникаций**

ПОЛОЖЕНИЕ О ПРОВЕДЕНИИ ПРЕМИИ

Учредитель: ООО «БЕМА ПРОДАКШЕН»
(ИНН 7716789163)

Площадка проведения: bemafestival.ru

Редакция от «03» августа 2026 г.

Оглавление:

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	5
2. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕМИИ И УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ	5
2.1. Порядок проведения Премии	6
2.2. Условия участия в Премии	
2.3. Статус Спикера	6
3. СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ, СИСТЕМА ЛОЯЛЬНОСТИ	7
3.1.1. Регистрационный взнос	7
3.1.2. Размер регистрационного взноса и периоды лояльности	7
3.1.3. Дополнительные коды доступа для участия в Премии	8
3.1.4. Система скидок	9
3.1.5. Промокоды	10
3.1.6. Услуги по оформлению заявки («упаковка кейса»)	10
3.1.7. Порядок применения ставки НДС	10
4. НОМИНАЦИИ ПРЕМИИ	11
4.1. МАКРОКАТЕГОРИЯ 1. КЛИЕНТСКИЕ КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА B2C (Business to Customer)	11
4.2. МАКРОКАТЕГОРИЯ 2. БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА B2B (Business to Business)	12
4.3. МАКРОКАТЕГОРИЯ 3. КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ HR БРЕНДА	13
4.4. МАКРОКАТЕГОРИЯ 4. СОЦИАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ	15
4.5. МАКРОКАТЕГОРИЯ 5. КОММУНИКАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	16
4.6. МАКРОКАТЕГОРИЯ 6. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА ЧЕРЕЗ СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ И КОММУНИКАЦИИ	17
4.7. МАКРОКАТЕГОРИЯ 7. INTERNATIONAL. СПЕЦИАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ ДЛЯ ПРОЕКТОВ ИЗ ДРУГИХ СТРАН	18
4.8. МАКРОКАТЕГОРИЯ 8. КРЕАТИВ / ТЕХНОЛОГИИ / УСЛУГИ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ	20
4.9. МАКРОКАТЕГОРИЯ 9. ПЛОЩАДКИ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА*	21
4.10. ОСОБЫЕ НОМИНАЦИИ*	22
4.11. НОМИНАЦИИ ГРАН-ПРИ	22
5. ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕМИИ	22
5.1. Первый этап Премии (заочный)	22
5.1.1. Порядок подачи заявки	23
5.1.2. Заочный этап голосования (определение финалистов)	24
5.2. Второй этап Премии (очный)	24
5.2.1. Очный этап (открытая защита проектов финалистов Премии) в виде Фестиваля с деловой программой	24
5.2.2. Церемония награждения	26
5.2.3. Информационное сопровождение очного этапа Премии	26
6. МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ	27
6.6. Критерии оценки Экспертного совета Премии заочного и очного этапа голосования	27
7. ОРГАНЫ УПРАВЛЕНИЯ	28

7.2. Совет учредителей Премии	28
7.3. Консультационный Совет Премии	29
7.4. Экспертный совет Премии	29
7.5. Исполнительная дирекция Премии	30
8. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ	30
9. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ПРАВА	30
10. КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	31

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, а также коммуникации от ОИВ, АНО и государственных департаментов с целевой аудиторией граждан через услуги в сфере креативных индустрий.

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

1.4. Миссия и задачи Премии:

Миссия Премии – поддержка и развитие креативных индустрий через выявление лучших коммуникационных решений для развития крупного бизнеса на территории России и дружественных стран, а также демонстрация эффективных коммуникационных и событийных проектов от государственных организаций и департаментов. Проекты, которые участвуют в Премии, оказывают мощное воздействие на экономику и общество, измеримое положительное влияние на людей или среду и способствуют развитию креативной экономики и устойчивого будущего РФ.

1.5. Задачи Премии:

- развитие индустрии событийного маркетинга и коммуникаций России;
- выявление ключевых тенденций, определение наиболее прогрессивных и качественных практик в области событийного маркетинга и коммуникаций на Российском и международном уровнях;
- поощрение выдающихся участников индустрии событийного маркетинга и коммуникаций как со стороны команд из бизнеса, так и проектных инициаторов из государственных учреждений, а также поставщиков услуг;
- формирование площадки для объединения и укрепления профессионального сообщества путем обмена опытом, формирования общих принципов работы и единого понятия «качество»;
- повышение индекса узнаваемости Российского продукта от бизнеса, рейтинга регионов, а также бренда работодателя;
- организация взаимодействия заинтересованных компаний из бизнеса и государственных департаментов в области развития событийного маркетинга и коммуникаций;
- установление прямых коммуникаций с профессиональными объединениями и сообществами с целью информирования о Премии как можно большего количества участников сферы событийного маркетинга и коммуникаций и вовлечения их в реализацию проекта в качестве партнеров;
- развитие конгрессно-выставочного потенциала регионов и внутреннего туризма России, через демонстрацию лучших проектов и решений в сфере событийного маркетинга и коммуникаций;
- выявление ярких лидеров из креативных индустрий и укрепление профессионального сообщества с целью развития креативной экономики России.

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. Сезон премии bema! 2026-2027 г. проводится в период с 03 августа 2026 г. по 28 февраля 2027 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 3 августа 2026 г. по 3 февраля 2027 г.

Второй этап проводится с 4 февраля 2027 г. по 28 февраля 2027 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:

- российские и международные компании предоставляющие услуги в области событийного маркетинга и коммуникаций: Маркетинг, Реклама, Digital, PR, GR, Event, Медиа, Дизайн, Инновационные технологии, MICE, Travel;
- представители корпоративных заказчиков из крупного бизнеса;
- ивент-площадки, индустриальные площадки, отели;
- ведущие игроки конгрессно-выставочной деятельности;
- поставщики услуг для реализации и продвижения проектов в сфере событийного маркетинга и коммуникаций;
- профессиональные СМИ и блогеры;
- представители государственных заказчиков;
- НКО и благотворительные фонды.

2.2.2. К участию в Премии допускаются проекты, реализованные в период с 1 декабря 2025 г. по 31 декабря 2026 г., ранее не подававшиеся на соискание данной Премии.

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

- российскими компаниями;
- зарубежными 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 и условия участия.

2.2.5. Подача заявок на участие в Премии проходит с 3 августа 2026 г. по 25 декабря 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).

2.3. Статус Спикера

2.3.1. Спикером Премии признается физическое лицо, приглашенное для выступления в рамках деловой программы и/или панельных дискуссий, проводимых во второй день очного этапа Премии, по решению Совета учредителей Премии.

2.3.2. Спикеру предоставляется код доступа со статусом «Стандарт» на посещение мероприятий Премии в течение первых 2 (двух) дней ее проведения (открытые защиты проектов-финалистов и деловая программа Премии).

2.3.3. Код доступа на посещение торжественной церемонии награждения победителей Премии в рамках статуса Спикера не предоставляется. Такой код доступа может быть приобретен Спикером самостоятельно в порядке, предусмотренном п. 3.1.3.1 настоящего Положения, либо предоставлен Спикеру по отдельному решению

Совета учредителей Премии.

2.3.4. Доступ в VIP-зону мероприятий Премии Спикеру не предоставляется, за исключением случаев, когда такой доступ отдельно согласован решением Совета учредителей Премии.

2.3.5. Условия технического и бытового райдера Спикера (в т.ч. условия проезда, проживания, технического обеспечения выступления) согласовываются отдельно и не регулируются настоящим Положением.

2.3.6. Во всем ином, что не предусмотрено настоящим разделом, на Спикера распространяются права и обязанности, установленные настоящим Положением для Участника Премии.

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 10:00 до 17:00.

В стоимость регистрационного взноса входит:

- подача 1 (одной) заявки для участия проекта в одной номинации Премии;
- 1 (один) код доступа со статусом “Стандарт” для одного лица на посещение мероприятий Премии в течение первых 2 (двух) дней её проведения (открытые защиты проектов-финалистов и деловая программа Премии);
- 1 (один) код доступа со статусом “Стандарт” для одного лица на посещение торжественной церемонии награждения победителей Премии в 3-й день проведения Премии.

Совокупное количество кодов доступа, предоставляемых одному Участнику в рамках всех оплаченных им регистрационных взносов, не может превышать 10 (десяти) комплектов (10 кодов доступа на первые 2 дня Премии + 10 кодов доступа на 3-й день Премии), вне зависимости от фактического количества поданных и оплаченных заявок сверх 10 (десяти). Коды доступа сверх указанного количества, а также коды доступа для дополнительных лиц, приобретаются Заказчиком отдельно в порядке, предусмотренном п. 3.1.3.1 настоящего Положения.

Коды доступа, включенные в стоимость регистрационного взноса в соответствии с настоящим пунктом, являются неотъемлемой частью услуг, оказываемых Участнику в рамках регистрационного взноса, не имеют самостоятельной (отдельной от регистрационного взноса) стоимости и не подлежат отдельному возврату, в том числе в случае неявки Участника на мероприятия Премии или на отдельные дни ее проведения, отказа Участника от посещения отдельных мероприятий Премии в рамках оплаченного регистрационного взноса или иных подобных обстоятельств. Возврат стоимости таких кодов доступа осуществляется исключительно в составе и на условиях возврата регистрационного взноса в целом, предусмотренных Офертой.

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: **98 000 (девяносто восемь тысяч) рублей 00 копеек**, включая НДС 5%.

Название периода лояльности	Даты периода лояльности	Размер регистрационного взноса в период лояльности
Первый период лояльности	с 3 августа по 31 августа 2026 г. включительно	59 000 (пятьдесят девять тысяч) рублей 00 копеек, включая НДС 5%
Второй период лояльности	с 1 сентября по 30 сентября 2026 г. включительно	68 000 (шестьдесят восемь тысяч) рублей 00 копеек, включая НДС 5%

Третий период лояльности	с 1 октября по 31 октября 2026 г. включительно	79 000 (семьдесят девять тысяч) рублей 00 копеек, включая НДС 5%
Четвертый период лояльности	с 1 ноября по 30 ноября 2026 г. включительно	89 000 (восемьдесят девять тысяч) рублей 00 копеек, включая НДС 5%

Определены следующие периоды лояльности:

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.

В случае, если оплата регистрационного взноса осуществляется после истечения срока приема заявок, установленного п. 5.1.1.1 настоящего Положения (в том числе продленного срока в соответствии с решением Исполнительной дирекции Премии), размер регистрационного взноса составляет 147 000 (сто сорок семь тысяч) рублей 00 копеек, включая НДС.

Прием заявок и оплата регистрационного взноса по истечении срока приема заявок допускается только по отдельному решению Исполнительной дирекции Премии, принимаемому в каждом случае индивидуально.

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	16 000 (шестнадцать 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.

3.1.3.1. Порядок предоставления и приобретения кодов доступа

Код доступа на Премию представляет собой уникальный код идентификации (электронный билет/QR-код), предоставляющий право прохода Участника на определенные дни проведения Премии: комплект «2 дня» — право доступа на деловую программу и открытые защиты проектов-финалистов; комплект «3-й день» — право доступа на торжественную церемонию награждения победителей Премии.

Организатор не осуществляет самостоятельную розничную реализацию дополнительных кодов доступа, предусмотренных п. 3.1.3 настоящего Положения. Распространение таких кодов доступа осуществляется через уполномоченных партнеров Организатора — операторов билетных систем и/или агрегаторов (далее — «Партнер по продаже кодов доступа»), действующих на основании отдельного соглашения с Организатором.

Оплата дополнительных кодов доступа производится непосредственно Партнеру по продаже кодов доступа на условиях, опубликованных на его платформе, включая выдачу кассового чека Партнером по продаже кодов доступа в соответствии с требованиями законодательства РФ. Организатор не является стороной договора купли-продажи дополнительного кода доступа между Участником и Партнером по продаже кодов доступа.

3.1.3.2. VIP-код доступа

Помимо кодов доступа, указанных в настоящем разделе, на мероприятиях Премии предусмотрена отдельная категория — VIP-код доступа, предоставляющий право прохода в VIP-зону мероприятий Премии.

Круг лиц, имеющих право на получение VIP-кода доступа, определяется решением Совета учредителей Премии. VIP-код доступа не подлежит самостоятельному приобретению Участниками ни у Организатора, ни через Партнера по продаже кодов доступа.

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 агентств-членов ассоциаций АКАР, РАМУ, REMA, Национального конгресс-бюро, АРИР, BTL». Скидка прекращает свое действие после 30 ноября 2026 г. Скидка не распространяется на покупку дополнительных кодов доступа.
При единовременной оплате 5-ти и более заявок	8%		Единовременная оплата пяти и более заявок в Первом этапе премии.	
При единовременной оплате 10-ти и более заявок	12%		Единовременная оплата десяти и более заявок в Первом этапе премии.	
Для агентств - членов ассоциаций АКАР, REMA, РАМУ, Национального конгресс-бюро, АРИР, BTL	10%	Участники, подающие свои проекты в первом этапе Премии	Скидка предоставляется членам ассоциаций REMA, АКАР, РАМУ, Национального конгресс-бюро, АРИР, BTL. Скидка предоставляется единовременно 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.	Скидка суммируется со скидками «При единовременной оплате 3-х и более заявок», «При единовременной оплате 5-ти и более заявок», «При единовременной оплате 10-ти и более заявок». Прекращает свое действие после 30 ноября 2026 г. Скидка распространяется в т.ч. на покупку дополнительных кодов доступа.
Для участников – нерезидентов РФ ¹	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 за единовременную оплату 3-х, 5-ти и 10-ти и более заявок, а также скидка для агентств-членов ассоциаций АКАР, РЕМА, РАМУ, Национального конгресс-бюро, АРИР применяются только при оплате регистрационного взноса в период с 3 августа по 30 ноября 2026 г. включительно и прекращают свое действие после указанной даты вне зависимости от каких-либо иных условий.

Индивидуальная скидка для участников — нерезидентов РФ регулируется отдельными условиями, установленными настоящим пунктом, и не ограничена периодом, указанным в настоящем абзаце.

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 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.

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

3.1.6. Услуги по оформлению заявки («упаковка кейса»)

По отдельному запросу Участника и за дополнительную плату Исполнитель (Организатор) может оказать услуги консультационной помощи в подготовке заявки на участие в Премии (подбор номинаций, структурирование материалов, помощь в формулировании текстовой части заявки, создание отчетных видеороликов для премии, подготовка спикеров к открытым защитам проектов финалистов).

Стоимость данных услуг определяется индивидуально и не включена в регистрационный взнос. Оказание данных услуг не гарантирует прохождение проекта в список финалистов, присуждение места или какой-либо иной результат участия в Премии — оценка проектов Экспертным советом Премии является независимой и осуществляется в соответствии с критериями настоящего Положения.

Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности, созданные Исполнителем в рамках оказания данных услуг (тексты, монтаж, дизайн презентационных материалов и т.п.), переходят к Заказчику в полном объеме с момента полной оплаты таких услуг и могут быть использованы Заказчиком по своему усмотрению, включая цели, не связанные с участием в Премии.

3.1.7. Порядок применения ставки НДС

Стоимость услуг, указанная в настоящем Положении (в том числе размер регистрационного взноса, стоимость дополнительных кодов доступа и стоимость иных услуг), приведена с учетом ставки НДС, действующей на дату публикации настоящей редакции Положения.

В случае изменения размера ставки НДС, установленной законодательством РФ, Организатор вправе в одностороннем порядке увеличить стоимость услуг пропорционально увеличению ставки НДС без

дополнительного согласования с Участником. Актуальная стоимость услуг с учетом ставки НДС, действующей на дату оказания услуг, публикуется на официальном сайте Премии.

Стоимость услуг может указываться в виде суммы без учета НДС с отдельным указанием ставки и суммы НДС, применяемой дополнительно к указанной сумме, по ставке, действующей на дату оказания услуг.

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 B2C (Business to Customer).

Онлайн- и офлайн- рекламные, маркетинговые проекты от коммерческих организаций, направленные на взаимодействие брендов с аудиторией конечных потребителей и покупателей, с целью повышения узнаваемости бренда и уровня лояльности покупателей. Включают рекламные кампании, промоакции, специальные проекты, мероприятия, программы лояльности, digital-активации, influencer marketing, работу в социальных сетях, клиентский сервис и другие инструменты, формирующие положительный потребительский опыт и стимулирующие продажи.

4.1.1. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ БРЕНДА»

Коммуникационные, креативные и интегрированные проекты, направленные на продвижение бренда через BTL-активации, тест-драйвы, спецпроекты, коллаборации, интеграции и событийные форматы. Включают оффлайн, digital и гибридные кампании, имиджевые проекты на производственных и бренд-площадках с креативными и нестандартными механиками взаимодействия с аудиторией. А также проекты, приуроченные к ключевым датам бренда, сезонным календарям и маркетинговым событиям, направленным на повышение индекса узнаваемости и формирование позитивного образа бренда.

4.1.2. «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, event-, BTL- и трейд-маркетинг наружной рекламы, CRM, e-mail- и SMS-коммуникаций.

4.1.3. «ЛУЧШИЙ PR БРЕНДА»

Пресс-мероприятия, специальные проекты, интегрированные коммуникационные кампании и PR-активации, направленные на продвижение бренда, продуктов или услуг среди конечных потребителей. В категорию входят проекты с использованием PR-инструментов, способствующих повышению узнаваемости бренда, укреплению репутации, формированию доверия и лояльности аудитории, а также достижению измеримых маркетинговых и бизнес-результатов. Оцениваются креативность идеи и эффективность стратегии.

4.1.4. «ЛУЧШИЙ ЛОНЧ ПРОЕКТ»

Запуск бренда, продукта, услуги, проекта или объекта, предусматривающий разнообразные форматы мероприятий, направленные на эффективное вовлечение и активное взаимодействие целевой аудитории с продуктом/услугой бренда. Например: кинопремьеры, запуск новых продуктовых линеек бренда, презентация новых объектов, в сфере недвижимости, промышленности, медицины, образования, спорта, культуры и досуга, а также презентация новых коммуникационных стратегий бренда.

4.1.5. «ЛУЧШАЯ БРЕНД-ЗОНА B2C»

Застройки, бренд-зоны, инсталляции, организованные в рамках мероприятий (деловые и тематические мероприятия, фестивали, концерты, выставки, биеннале городские праздники), а также бренд-зоны в рамках девелоперских проектов, ритейл площадок, бизнес-центров, территорий культуры и отдыха, с целью эффективного взаимодействия бренда с аудиторией конечных покупателей/потребителей.

4.1.6. «ЛУЧШАЯ МЕРЧ-АКТИВАЦИЯ B2C»

Креативные проекты и инициативы по созданию, производству и продвижению сувенирной продукции и событийного мерча, направленные как на повышение индекса узнаваемости компании, так и на коммерческую реализацию среди целевой аудитории прямых покупателей. Например: разовые акции, сезонный мерч, тематический мерч, а также мерч отвечающий годовой стратегии развития бренда.

4.1.7. «ЛУЧШАЯ DIGITAL КОММУНИКАЦИЯ»

Цифровые проекты и коммуникационные кампании, реализованные с использованием современных технологий и

цифровых каналов взаимодействия с аудиторией. В категорию входят сайты, мобильные приложения, цифровые платформы, специальные проекты в социальных сетях, интерактивные сервисы, мультимедийные проекты (AR, VR, метавселенные), AI-проекты, digital-шоу. Проекты направлены на повышение вовлеченности целевой аудитории, развитие бренда, улучшение пользовательского опыта и достижение измеримых бизнес- и коммуникационных результатов.

4.1.8. «ЛУЧШАЯ КОЛЛАБОРАЦИЯ БРЕНДОВ B2C»

Проекты, направленные на достижение выдающихся результатов в рамках сотрудничества между брендами для реализации бизнес-целей при работе с покупателями в совместных проектах брендов.

4.1.9. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ В СФЕРЕ ВИДЕОИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ»

Презентации игр, релизы, запуски, проекты под календарные даты и выходы дополнений. Фестивали, форумы, выставки, спецпроекты, направленные на развитие видеоигровой индустрии. Мероприятия для развития комьюнити, коллаборации с брендами. Проекты для развития киберспортивных лиг, соревнования, стриминговые шоу, цифровые активации в сфере видеоигр и киберспорта, геймификация, брендированные игры, интеграции в игры.

4.1.10. «ЛУЧШАЯ АКТИВАЦИЯ БРЕНДА РЕГУЛИРУЕМОГО РЫНКА»

Коммуникационные онлайн и оффлайн B2C проекты, направленные на продвижение бренда, продукта или услуги в сферах с особыми законодательными ограничениями на рекламу и продвижение: дарк-маркет (алкоголь, табак), букмекеры, фарма.

4.1.11. «ЛУЧШАЯ КОММУНИКАЦИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ»

Маркетинговые, коммуникационные, событийные и специальные проекты в сфере жилой, коммерческой, загородной и многофункциональной недвижимости. Запуски и презентации объектов, открытия общественных пространств и инфраструктурных объектов, бренд-активации, шоу румы и бренд-зоны, фестивали территорий, цифровые проекты, программы лояльности, коллаборации и интегрированные кампании, направленные на продвижение объектов недвижимости и девелоперских брендов для привлечения внимания конечных покупателей и формирование лояльности аудитории.

4.1.12. «ЛУЧШЕЕ ДЕЛОВОЕ МЕРОПРИЯТИЕ B2C»

Конференции, форумы и образовательные мероприятия – любые деловые проекты гибридного, онлайн или офлайн формата в рамках коммуникации бренда с внешней аудиторией B2C.

4.1.13. «ЛУЧШЕЕ ТОРЖЕСТВЕННОЕ МЕРОПРИЯТИЕ B2C»

Гала-ужины, торжественные открытия, церемонии награждения, презентации, кинопремьеры и светские мероприятия, а также мероприятия с участием звезд и блогеров, организованные для целевой аудитории конечных покупателей продукта.

4.1.14. «ЛУЧШИЙ ФЕСТИВАЛЬ»

Собственные фестивали брендов или независимые тематические фестивали. Культурно-развлекательные фестивали в сфере креативных индустрий по направлениям: мода, кино, театр, исполнительское искусство, хореография, живопись, архитектура, дизайн, технологии, музеи, галереи, народные художественные промыслы, в том числе гастрономические, этнические фестивали и фестивали сообществ по интересам.

4.1.15. «ЛУЧШИЙ МУЗЫКАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ»

Коммерческие и некоммерческие музыкальные проекты, концерты, шоу-программы и конкурсы исполнительского искусства, направленные на демонстрацию вокального и инструментального мастерства. Проекты, объединяющие артистов и аудитории в рамках одного или нескольких музыкальных жанров, включающие живые выступления, сценические постановки и другие форматы музыкальных перформансов.

4.1.16. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ АРТИСТОВ»

Сольные концерты и шоу артистов, презентации альбомов, туры исполнителей, коллаборации артистов в рамках концертных программ, промо-фестивали и конкурсы, флешмобы, оригинальные медиапроекты, рекламные и цифровые кампании, а также специальные проекты артистов, музыкальных лейблов и продюсерских центров, направленные на повышение узнаваемости, продвижение творчества и развитие взаимодействия с аудиторией.

4.1.17. «ЛУЧШЕЕ ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА ЧЕРЕЗ АМБАССАДОРОВ, БЛОГЕРОВ И ИНФЛЮЕНСЕРОВ»

Проекты с участием амбассадоров брендов, селебрити, артистов, спортсменов, блогеров, лидеров мнений и инфлюенсеров. Рекламные и PR-кампании, цифровые активации, специальные проекты, коллаборации, запуски продуктов, контентные интеграции и мероприятия, в которых участие публичных персон способствовало продвижению бренда, повышению узнаваемости и вовлечению аудитории.

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

Онлайн- и офлайн-проекты, направленные на достижение стратегических и бизнес-целей среднего и крупного бизнеса посредством эффективных коммуникаций с клиентами, партнерами, инвесторами, профессиональными сообществами и отраслевыми аудиториями. В макрокатегорию входят проекты по продвижению брендов, продуктов и услуг, укреплению деловой репутации, развитию партнерских отношений, формированию доверия, повышению узнаваемости компании, выводу новых решений на рынок, а также инициативы, способствующие развитию бизнеса и достижению измеримых коммерческих и коммуникационных результатов.

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 ТОРЖЕСТВЕННОЕ МЕРОПРИЯТИЕ ДЛЯ КЛИЕНТОВ И ПАРТНЕРОВ»

Гала-ужины, торжественные открытия, премии, церемонии награждения, презентации, кинопремьеры, а также мероприятия с участием звезд и популярных блогеров, направленные на укрепление деловых связей и повышение лояльности клиентов, партнеров и инвесторов.

4.2.3. «ЛУЧШАЯ КОММУНИКАЦИОННАЯ ИВЕНТ-КАМПАНИЯ ДЛЯ КЛИЕНТОВ И ПАРТНЕРОВ»

Серия специализированных бизнес-проектов на небольшую целевую аудиторию до 150 участников разово. Среди форматов мероприятий могут быть: бизнес-завтраки, воркшопы, образовательно просветительские семинары, деловые и тематические проекты и мероприятия, направленные на укрепление бизнес коммуникации бренда со своими клиентами, партнерами и инвесторами.

4.2.4. «ЛУЧШЕЕ ROAD SHOW»

Системные деловые мероприятия, в рамках которых единая концепция последовательно реализуется в различных географических локациях. Целевая аудитория – клиенты, партнеры и инвесторы. В номинации приветствуются масштабные охватные проекты.

4.2.5. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ОТ БИЗНЕС-СООБЩЕСТВА»

Проекты, направленные на запуск или развитие деятельности бизнес- клубов, бизнес-сообществ и отраслевых ассоциаций. А также мероприятия, специальные медийные проекты, тематические блоги, реализуемые в рамках деятельности этих организаций с целью повышения уровня лояльности и мотивации целевой аудитории – клиентов, партнеров и инвесторов.

4.2.6. «ЛУЧШАЯ ЭКСПО ЗОНА B2B»

Застройки, экспо стенды, бренд-зоны, инсталляции организованные в рамках B2B проектов (выставки, деловые и тематические мероприятия, форумы, конференции, саммиты), направленные на эффективное взаимодействие бренда с аудиторией клиентов, партнеров и инвесторов. Например, инсталляции в рамках ПМЭФ, ВЭФ, ЦИПР и других масштабных индустриальных B2B проектах.

4.2.7. «ЛУЧШАЯ МЕРЧ АКТИВАЦИЯ ДЛЯ КЛИЕНТОВ И ПАРТНЕРОВ»

Подарочная и сувенирная продукция, произведенная для клиентов, инвесторов и партнеров в рамках разовых акций, спецпроектов, особых поводов для компании, сезонный и тематический мерч, а также мерч в крупных тиражах, отвечающий годовой стратегии развития компании, с целью эффективного продвижения бренда.

4.2.8. «ЛУЧШИЙ PR-ПРОЕКТ В B2B КОММУНИКАЦИЯХ»

Презентации, медиамероприятия, комплексные коммуникационные кампании и пресс-туры, диджитал проекты, видеоролики, фильмы, а также совместные с клиентами рубрики, интервью, подкасты, эфиры, статьи, публикации, направленные на продвижение продуктов, услуг или стратегических инициатив в рамках клиентских коммуникаций. В категорию входят проекты по взаимодействию со СМИ, клиентами, партнерами, инвесторами и профессиональным сообществом, а также креативные решения, способствующие повышению узнаваемости бренда, укреплению деловой репутации, формированию доверия и достижению измеримых бизнес-результатов через медиа каналы.

4.2.9. «ЛУЧШАЯ КОЛЛАБОРАЦИЯ БРЕНДОВ B2B»

Проекты, направленные на достижение значимых результатов в рамках совместного сотрудничества организаций для решения бизнес-задач посредством организации совместного офлайн или диджитал проекта, ориентированного на общую аудиторию инвесторов, клиентов и партнеров.

4.2.10. «ЛУЧШИЙ МОТИВАЦИОННЫЙ MICE ПРОЕКТ ДЛЯ КЛИЕНТОВ И ПАРТНЕРОВ»

Мультиформатные выездные мероприятия в другой город, регион или страну, включающие деловые встречи, промышленные туры на предприятия, образовательные, развлекательные, культурные и спортивные мероприятия, направленные на мотивацию клиентов, партнеров и инвесторов для достижения бизнес-целей компании и повышение

лояльности к бренду.

4.3. МАКРОКАТЕГОРИЯ 3. КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ HR БРЕНДА.

Онлайн- и офлайн-проекты в сфере HR и внутренних коммуникаций, реализованные для всех категорий сотрудников, членов их семей и потенциальных кандидатов со стороны компании – работодателя. А также проекты, направленные на развитие имиджа профессий, индекса узнаваемости HR бренда компании, проекты по профориентации, поддержке и развитию сотрудников.

4.3.1. «ЛУЧШИЙ МОТИВАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ»

Офлайн, онлайн или гибридные проекты включающие: запуск корпоративных сообществ, проведение конкурсов среди сотрудников, командные стратегические сессии, проекты которые способствуют раскрытию творческого, интеллектуального и профессионального потенциала сотрудников, в том числе тематические тимбилдинги, направленные на укрепление командного духа и повышение мотивации персонала.

4.3.2. «ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ»

Корпоративные программы, направленные на развитие и благополучие сотрудников, поддержание комфортной и современной рабочей среды, благоустройство офиса, проекты по поддержке сотрудников и членов их семей, а также проекты, направленные на развитие личностного роста, финансовой грамотности, навыков использования искусственного интеллекта, wellbeing-инициатив и трансформация корпоративной культуры.

4.3.3. «ЛУЧШЕЕ КОРПОРАТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ»

Корпоративные мероприятия с максимальным вовлечением участников, направленные на развитие внутренней культуры компании и взаимодействие сотрудников. Включают праздники, юбилеи компаний, семейные дни, спортивные мероприятия, корпоративные фестивали, церемонии награждения.

4.3.4. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ПО РАЗВИТИЮ КОРПОРАТИВНОГО СПОРТА И ПРОДВИЖЕНИЮ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СРЕДИ СОТРУДНИКОВ»

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.

4.3.5. «ЛУЧШЕЕ ДЕЛОВОЕ МЕРОПРИЯТИЕ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ»

Конференции, форумы, стратегические сессии, роад-шоу для сотрудников и руководителей компании. Приветствуется масштабность проекта для компании и максимальная вовлеченность участников со всех регионов присутствия бизнеса или со всех бизнес юнитов в любом формате – оффлайн, онлайн или гибридные. Программа мероприятия может содержать привлечение внешних спикеров и звездных гостей.

4.3.6. «ЛУЧШИЙ ОБУЧАЮЩИЙ/ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ ПРОЕКТ С УЧАСТИЕМ СОТРУДНИКОВ»

Воркшопы, хакатоны, тренинги, бизнес-игры, фасилитации, семинары, онлайн-марафоны, образовательная деятельность в рамках корпоративных сообществ, а также, направленные на обучение, просвещение и развитие навыков сотрудников.

4.3.7. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ПО ПОВЫШЕНИЮ ИМИДЖА ПРОФЕССИЙ»

Конкурсы профессионального мастерства сотрудников, фестивали профессий и другие инициативы, направленные на повышение лояльности целевой аудитории к профессиям в разных секторах экономики.

4.3.8. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ПО ПРОФОРИЕНТАЦИИ»

Проекты, цель которых – мотивировать учащихся всех образовательных ступеней выбрать определенную профессию. Среди участников могут быть школьники, учащиеся ССУЗов и ВУЗов, а также работники другой сферы, нуждающиеся в переквалификации.

4.3.9. «ЛУЧШИЙ ВЫЕЗДНОЙ МІСЕ-ПРОЕКТ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ»

Мультиформатные выездные мероприятия для сотрудников в локацию outdoor: 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, а также формированию лояльности сотрудников.

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. «ЛУЧШИЙ КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ»

Медиапроекты и спецпроекты, PR-проекты, а также специальные имиджевые инициативы на производственных площадках (концерты, шоу, биеннале, промышленный туризм), направленные на повышение индекса узнаваемости бренда работодателя. В данной номинации возможны к рассмотрению проекты, реализованные в коллаборации HR/PR/GR/Маркетинговых подразделений компании.

4.3.12. «ЛУЧШИЙ МАЛОБЮДЖЕТНЫЙ HR ПРОЕКТ»

Онлайн- и офлайн- проекты, а также компании, реализованные для сотрудников и руководителей, направленные на развитие бренда работодателя, привлечение, вовлечение и удержание сотрудников. В категорию входят нестандартные идеи и решения рекрутинговых кампаний, программ адаптации, мотивации и корпоративной культуры. Оценивается оригинальность концепции, инновационный подход, вовлеченность целевой аудитории и влияние проекта на HR- и бизнес- показатели компании. Приветствуются креативные коммуникации от бренда работодателя во внутренних и внешних каналах с бюджетом на реализацию до 1 000 000 рублей

4.3.13. «ЛУЧШИЙ КОРПОРАТИВНЫЙ МЕРЧ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ»

Подарочная и сувенирная продукция, произведенная для сотрудников в рамках разовых акций, спецпроектов, особых поводов для компании, сезонный и тематический мерч, а также мерч в крупных тиражах, отвечающий годовой стратегии развития бренда работодателя.

4.3.14. «ЛУЧШЕЕ КОРПОРАТИВНОЕ ВИДЕО»

Корпоративные сериалы и фильмы, обучающие ролики, мультипликация, подкасты, отчетные видео по итогам мероприятий, а также видеоблоги с участием руководителей и сотрудников.

4.4. МАКРОКАТЕГОРИЯ 4. СОЦИАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ

Социально значимые проекты от коммерческих и некоммерческих организаций оказывающие измеримое положительное влияние по итогам деятельности на людей, общество, среду (проекты от бизнеса, благотворительных организаций, АНО, ОИВ и государственных департаментов). Проекты подсвечивающие государственные программы в развитии Национальных проектов России и ЭКГ-рейтинга по направлениям: Семья и демография, Молодёжь, Преемственность поколений, Здоровый образ жизни и спорт, Патриотизм и гражданственность, Экология и устойчивое развитие, Инклюзия и равенство возможностей, Историческая память и культурное наследие, Единство народов России.

4.4.1. «ЛУЧШИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ ОТ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ»

Проекты, организованные по инициативе некоммерческих организаций и направленные на решение социальных задач: повышение качества жизни населения, поддержку социально уязвимых групп, развитие образования, здравоохранения, коммуникация с молодежью, преемственность поколений, патриотизм и гражданственность, сферы общественного благополучия.

4.4.2. «ЛУЧШИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ ОТ БИЗНЕСА»

Проекты, организованные по инициативе коммерческих организаций и направленные на решение социальных задач: повышение качества жизни населения, поддержку социально уязвимых групп, развитие образования, здравоохранения, коммуникация с молодежью, преемственность поколений, патриотизм и гражданственность, сферы общественного благополучия, в том числе программы по развитию корпоративного волонтерства.

4.4.3. «ЛУЧШИЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ»

Проекты от коммерческих и некоммерческих организаций, организованные с целью безвозмездного выполнения работ, предоставления услуг, оказания иной поддержки, сбора денежных средств/имущества для передачи физическим/юридическим лицам безвозмездно или на льготных условиях.

4.4.4. «ЛУЧШИЙ ИНКЛЮЗИВНЫЙ ПРОЕКТ»

Проекты, направленные на развитие спортивных, творческих, образовательных и социальных инициатив для людей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

4.4.5. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ В ПОДДЕРЖКУ ПРОГРАММЫ СЕМЬИ, МАТЕРИНСТВА И ДЕТСТВА»

Коммуникационные и общественно значимые проекты, направленные на поддержку семьи, повышение демографии, укрепление семейных ценностей и повышение качества жизни семей с детьми, а также проекты по созданию благоприятной среды для воспитания и развития детей, формирования положительного имиджа семей с детьми. В категорию входят образовательные, культурные, благотворительные, просветительские и информационные инициативы, как в рамках собственных проектов организации, так и интеграции в большие тематические фестивали и форумы.

4.4.6. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ В СФЕРЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ»

Проекты, коммуникационные кампании и общественные акции, направленные на сохранение окружающей среды, рациональное использование природных ресурсов и формирование экологической культуры. В категорию входят инициативы по защите природы, озеленению территорий, раздельному сбору и переработке отходов, экологическому просвещению, развитию устойчивых практик корпоративной экологической ответственности, а также инициативы со стороны государственных организаций, способствующие повышению экологической осознанности и вовлечению граждан в решение экологических задач.

4.4.7. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ПО РАЗВИТИЮ СПОРТА И ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ»

Проекты способствующие популяризации спорта и развитию здорового образа жизни среди граждан: соревнования, чемпионаты, турниры, первенства, марафоны, спортивные фестивали, забеги, гонки, спортивные сборы, а также медиапроекты с участием звезд спорта.

4.4.8. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ В ПОДДЕРЖКУ ТЕМЫ ГОДА ЕДИНСТВА НАРОДОВ РОССИИ»

Проекты, направленные на сохранение традиционных духовно-нравственных ценностей, развитие межнационального и межконфессионального диалога, уважения к культурному многообразию и историческому наследию страны. Например: фестивали, форумы, выставки, просветительские программы и молодежные инициативы, информационные кампании, проекты в сфере креативных индустрий, специальные и медиа проекты, способствующие популяризации культурного богатства и единства народов России.

4.4.9. «ЛУЧШИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ/ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ ПРОЕКТ»

Форумы, конференции, выставки, творческие конкурсы, биеннале, иммерсивные шоу, просветительские кампании, научно-популярные медиапроекты, а также бренд-активации на тематических мероприятиях, направленные на коммуникацию с аудиторией проекта в целях образования и просвещения в разных сферах.

4.4.10. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ПО РАЗВИТИЮ ПАТРИОТИЗМА И ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ»

Проекты, направленные на воспитание чувства гражданской идентичности, ответственности и любви к Родине, сохранение исторической памяти, поддержку ценностей служения обществу и стране. Например: акции и кампании к государственным и памятным датам, проекты по сохранению исторического наследия, волонтерские и добровольческие инициативы, программы наставничества и работы с молодежью, проекты в поддержку ветеранов и членов их семей, военно-патриотические игры и реконструкции, а также медиапроекты и специальные события, формирующие активную гражданскую позицию и чувство личной причастности к судьбе страны.

4.4.11. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ В ПОДДЕРЖКУ КУЛЬТУРНОГО КОДА СТРАНЫ»

Проекты направленные на возрождение, развитие и популяризацию истории и культурного наследия России в современном формате. Подсвечивание национальных традиций, через работы авторов из креативных индустрий (кино, музыка, театр, художественное искусство, литература, медиа проекты, тематические события и перформансы, аудиовизуальное и цифровое искусство).

4.5. МАКРОКАТЕГОРИЯ 5. КОММУНИКАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Онлайн- и офлайн- коммуникационные, информационные проекты или мероприятия, реализуемые по инициативе государственных и муниципальных органов власти или подведомственных учреждений, АНО, ОИВ, государственных бюджетных объединений, департаментов, направленных на взаимодействие с гражданами, сообществами и отдельными категориями населения. А также проекты международного уровня, целью которых является развитие диалога между дружественными странами, укрепление доверия, развитие инвестиционной привлекательности региона для достижения приоритетных задач. Заявки могут приниматься от исполнителей проектов по согласованию с заказчиками.

4.5.1. «ЛУЧШИЙ КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ МЕЖДУНАРОДНОГО МАСШТАБА»

Общественно значимые проекты, инициативы и мероприятия, инициируемые государственной организацией, реализованные на международном уровне и направленные на развитие гуманитарного, культурного, делового, общественного и экономического сотрудничества между странами. В категорию входят проекты, способствующие продвижению деловых, экономических, культурных, образовательных, туристических, спортивных и общественно значимых инициатив. Проекты способствующие укреплению международного партнерства, развитию межкультурного диалога и формированию позитивного имиджа государств, регионов и организаций на мировой арене. Проекты в форматах: международные форумы, фестивали, слеты, чемпионаты, премии, конкурсы, выставки, биеннале, деловые миссии и другие инициативы, объединяющие участников из двух и более стран.

4.5.2. «ЛУЧШИЙ КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ФЕДЕРАЛЬНОГО МАСШТАБА»

Общественно значимые проекты, инициативы и мероприятия, инициируемые органами власти и их подведомственными учреждениями, в т.ч. в рамках Национальных проектов России. Проекты, способствующие продвижению деловых, культурных, образовательных, туристических, спортивных, экономических и общественно

значимых инициатив на федеральном уровне в форматах: федеральные форумы, фестивали, слеты, чемпионаты, премии, конкурсы, выставки, биеннале, деловые миссии и другие инициативы, объединяющие участников из разных федеральных округов России.

4.5.3. «ЛУЧШИЙ КОММУНИКАЦИОННЫЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ»

(в номинации не могут участвовать проекты, реализованные в г. Москва от Московских департаментов)

Общественно значимые проекты, инициативы и мероприятия, инициируемые органами власти и их подведомственными учреждениями, направленные на эффективное взаимодействие с жителями, повышение качества жизни в регионе, повышение индекса туристической привлекательности, формирование позитивного имиджа региона или муниципального образования, а также вовлечение населения в общественную, культурную и социальную жизнь. В номинации рассматриваются коммуникационные, культурно-развлекательные, образовательные, спортивные, социальные и деловые проекты, включая дни города, фестивали, ярмарки, выставки, концерты, гастрономические события, шоу, биеннале и другие инициативы. Проекты ориентированы на широкую аудиторию и способствуют развитию локальной идентичности и вовлеченности региональных сообществ.

4.5.4. «ЛУЧШИЙ КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ДЕПАРТАМЕНТОВ МОСКВЫ»

Общественно значимые проекты, инициативы и мероприятия, инициируемые органами исполнительной власти города Москвы и подведомственными учреждениями, направленные на развитие городской среды и повышение качества жизни населения. В номинацию входят информационные, культурные, обучающие и просветительские проекты, городские сезонные акции, фестивали, ярмарки, выставки, гастрономические события, биеннале, культурно-развлекательные, спортивные, социальные и деловые проекты по продвижению общественно значимых инициатив. А также мероприятия, направленные на повышение вовлеченности граждан в социально активную жизнь города и формирование доверия к органам исполнительной власти. Проекты охватывают различные каналы коммуникации и ориентированы на широкую аудиторию жителей и гостей столицы.

4.5.5. «ЛУЧШАЯ PR-КАМПАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ И ДЕПАРТАМЕНТОВ»

Креативные и нестандартные коммуникационные решения, информационные кампании от органов власти или государственных организаций: специальные рубрики в СМИ, интервью, подкасты, эфиры, статьи, фильмы, публикации, направленные на продвижение идеологии и стратегических приоритетов региона или страны, на 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 И КОММУНИКАЦИИ

Событийные, коммуникационные, информационные проекты, ориентированные на популяризацию имиджа города или региона, подчеркивающие их туристическую привлекательность, а также конгрессно-выставочный потенциал для увеличения туристических потоков в город, регион или страну. Номинации 6.1, 6.2, 6.3, 6.4 предназначены исключительно для региональных проектов, не предусматривают подачу проектов, проведенных на территории Москвы и МО.

4.6.1. «ЛУЧШИЙ МАСШТАБНЫЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ»

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 ПРОЕКТ ПО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ТРАДИЦИЙ И КУЛЬТУРЫ РЕГИОНА»

Праздники и культурно-развлекательные мероприятия, отражающие уникальную аутентичность и ценности городов и регионов, а также тематические, индустриальные, этнические, ремесленные, гастрономические фестивали, объединяющие профессиональные и общественные сообщества по интересам.

4.6.3. «ЛУЧШИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ АРТ ПРОЕКТ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ»

В категорию входят выставки, биеннале, арт-инсталляции, модные показы, культурно-просветительские инициативы, архитектурные и дизайнерские проекты, паблик-арт, уличное искусство, мультимедийные и иммерсивные экспозиции, а также культурные события, объединяющие искусство, технологии и локальную идентичность. Проекты должны способствовать привлечению туристов, раскрывать культурный потенциал региона, развивать креативные индустрии.

4.6.4. «ЛУЧШИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ ПО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ СПОРТА И ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ»

Спортивные соревнования, марафоны, эстафеты, чемпионаты, забеги, заплывы, заезды, 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.

4.6.5. «ЛУЧШИЙ ЭКСПО СТЕНД РЕГИОНА»

Выставочные и презентационные проекты от городов и регионов, направленные на представление экономического, культурного, туристического и инвестиционного потенциала на российских и международных выставках и форумах. Включают концепцию и дизайн экспозиции, интерактивные и мультимедийные решения, деловую и событийную программу в рамках застройки, а также коммуникационные активности, направленные на продвижение города/региона среди инвесторов, партнеров и туристов.

4.6.6. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ НА ТЕРРИТОРИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»

Проекты, площадками для которых выступают действующие промышленные предприятия и производственные комплексы, нацеленные на удовлетворение развлекательных, познавательных, профессионально-деловых и туристических потребностей целевой аудитории. Например: концерты, шоу, биеннале искусств, фестивали и другие культурные события, проводимые непосредственно на заводах и фабриках.

4.6.7. «ЛУЧШИЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ 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.

4.6.8. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ПО БРЕНДИНГУ ТЕРРИТОРИЙ»

Проекты, направленные на формирование, развитие и продвижение бренда региона, города или иной территории. В номинации рассматриваются дизайнерские проекты по созданию территориальной айдентики, визуального образа региона/объекта; коммуникационные стратегии по развитию туристического бренда региона/сувенирной продукции/навигации. А также событийные и маркетинговые кампании, способствующие повышению индекса узнаваемости территории, укреплению её репутации, привлечению туристов, инвесторов и развитию локальной идентичности.

4.6.9. «ЛУЧШИЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ МАРШРУТ»

Туристические маршруты и тематические путешествия, направленные на развитие внутреннего туризма, продвижение территорий. Мотивационные, познавательные и развлекательные туры для участников в форматах: круизы, автомобильные и железнодорожные туры, авиационные маршруты, регаты, ралли, туры для караванеров, пешеходные и экологические тропы, экскурсионные и культурно-познавательные программы, а также авторские маршруты, объединяющие природные, исторические, культурные и гастрономические объекты.

4.6.10. «ЛУЧШЕЕ ПРОДВИЖЕНИЕ РЕГИОНА»

Коммуникационные и событийные проекты с участием профессионалов из туристической и MICE отрасли на территории региона. А также социально значимые мероприятия, медиа проекты, PR-кампании в сфере развития территорий и кластеров, направленные на повышение индекса туристической привлекательности города и региона.

4.6.11. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ПО РАЗВИТИЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МОСКВЫ»

Проекты по созданию и продвижению туристических маршрутов, культурного, исторического и событийного потенциала столицы, развитию городской инфраструктуры. Массовые мероприятия, информационные кампании, событийные и медиа проекты, направленные на развитие городской экономики впечатлений и увеличение потока российских и международных туристов.

4.7. МАКРОКАТЕГОРИЯ 7. INTERNATIONAL. СПЕЦИАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ ДЛЯ ПРОЕКТОВ ИЗ ДРУГИХ СТРАН

Мероприятия и проекты, 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.

4.7.1. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ПО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ТРАДИЦИЙ И КУЛЬТУРЫ РЕГИОНА INTERNATIONAL»

Государственные фестивали, форумы и выставки; тематические фестивали брендов, а также независимые коммерческие и некоммерческие проекты, включая мотивационные, развлекательные, культурные и образовательные проекты; мероприятия с активациями компаний из креативных индустрий; гастрономические, этнические, ремесленные, индустриальные фестивали и события, объединяющие сообщества по интересам.

4.7.2. «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, повышения индекса инвестиционной привлекательности региона, решение стратегических коммуникационных задач и способствующие обмену опытом, установлению партнерств и реализации масштабных проектов.

4.7.3. «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 и лейблов.

4.7.4. «ЛУЧШИЙ СПОРТИВНЫЙ ПРОЕКТ INTERNATIONAL»

Спортивные соревнования, марафоны, чемпионаты, забеги и заплывы, гонки и ралли 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.

4.7.5. «ЛУЧШИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ INTERNATIONAL»

Социально значимые проекты оказывающие измеримое положительное влияние по итогам деятельности на людей, общество, среду. Акции, фестивали, социальные и благотворительные проекты, направленные на решение или актуализацию конкретных социальных проблем.

4.7.6. «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.

4.7.7. «ЛУЧШЕЕ МАРКЕТИНГОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА INTERNATIONAL»

Лончи, презентации, road-шоу, спецпроекты, спонсорские активации бренда в рамках различных мероприятий, продвижение бренда через креативные выставочные стенды, бренд-зоны, инсталляции. Проекты, организуемые на территории предприятий в рамках промышленного туризма. Спецпроекты и креативные акции, направленные на эффективное взаимодействие с клиентами и покупателями продукта, способствующие повышению лояльности и узнаваемости бренда.

4.7.8. «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, партнерами и инвесторами.

4.7.9. «ЛУЧШАЯ PR-КАМПАНИЯ INTERNATIONAL»

PR-кампании, пресс-события, SMM/медиа-активации, спецпроекты с блогерами, фильмы, подкасты, спец рубрики в СМИ, 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.

4.7.10. «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, информационные проекты в СМИ, способствующие продвижению региона и формированию устойчивого туристического имиджа с целью увеличения туристических потоков.

4.7.11. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ INTERNATIONAL»

Проекты способствующие развитию креативных индустрий страны. Биеннале искусств, художественные выставки, дизайнерские и архитектурные проекты, конкурсы исполнительского искусства, фестивали кино, музыки, театра и других творческих жанров, создание тематических арт-объектов, инсталляций и технологичных шоу, модные показы и перформансы. А также деятельность творческих сообществ и креативных кластеров, способствующая развитию и продвижению профессионалов из сфер креативных индустрий.

4.7.12. «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.

4.7.13. «ЛУЧШАЯ ПЛОЩАДКА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ INTERNATIONAL»

Отели, курортные комплексы, конгресс-центры, специализированные и многофункциональные площадки, а также другие объекты размещения и туристической инфраструктуры, обеспечивающие проведение деловых, конгрессно-выставочных, корпоративных, культурных и развлекательных мероприятий. Оцениваются комплексная инфраструктура, качество номерного фонда (для объектов размещения), многофункциональность пространств, техническое оснащение, гастрономическая составляющая, транспортная доступность, дизайн, природное окружение, уровень сервиса, наличие дополнительных сервисов и уникальные преимущества площадки, обеспечивающие высокий уровень организации мероприятий любого формата.

4.8. МАКРОКАТЕГОРИЯ 8. КРЕАТИВ / ТЕХНОЛОГИИ / УСЛУГИ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

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.

4.8.1. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ПО РАЗВИТИЮ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ РОССИИ»

Проекты и инициативы, направленные на развитие креативных индустрий, поддержку творческих предпринимателей и формирование устойчивой экосистемы в сфере дизайна, медиа, рекламы, искусства, моды, кино, музыки, архитектуры и цифровых креативных практик. В номинацию входят деловые, образовательные, инфраструктурные и коммуникационные проекты, программы поддержки и акселерации, фестивали, выставки, премии и индустриальные коллаборации, способствующие развитию креативной экономики, продвижению локальных брендов и повышению конкурентоспособности отрасли на национальном и международном уровнях.

4.8.2. «ЛУЧШАЯ КРЕАТИВНАЯ ИДЕЯ ПРОЕКТА»

Уникальное и нестандартное решение типовой задачи или общей проблемы в рамках коммуникационного проекта от коммерческой или некоммерческой организации, которое оказало значительное положительное влияние на итоговый результат и повысило эффективность проекта в коммуникации с целевой аудиторией.

4.8.3. «ЛУЧШАЯ РЕЖИССУРА И ПОСТАНОВКА МЕРОПРИЯТИЯ»

В рамках номинации оценивается комплексный подход режиссерско-постановочной группы к созданию проекта: сценарии, режиссерские ходы, сценография, а также художественное воплощение режиссерской концепции в рамках концертной деятельности, шоу, спектаклей, мюзиклов, творческих бизнес-проектов, иммерсивных постановок и променадов.

4.8.4. «ЛУЧШИЕ ИГРОВЫЕ/КОМАНДООБРАЗУЮЩИЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ»

Командообразующие программы и проекты с различной геймификацией, а также готовые серийные решения для командообразования участников, включающие развлекательные, интеллектуальные и спортивные форматы.

4.8.5. «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 на очной защите следует уделить внимание уровню вовлеченности участников и охвату аудитории.

4.8.6. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В КОММУНИКАЦИЯХ»

Проекты, в которых технологии искусственного интеллекта используются как ключевой инструмент для создания, управления или развития коммуникации с целевой аудиторией. В номинации рассматриваются решения с применением генеративного ИИ, интеллектуальных ассистентов, чат-ботов, виртуальных персонажей, технологий персонализации, анализа данных и других AI-инструментов, направленных на повышение эффективности коммуникаций, вовлеченности аудитории и качества пользовательского опыта.

4.8.7. «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ В СФЕРЕ ИСКУССТВА И ТЕХНОЛОГИЙ»

Шоу-перформансы, арт-объекты, инсталляции в которых применяются совмещение дизайна, аудио визуального контента с высокими технологическими решениями. Например: контент с мэппингом на поверхности, графический цифровой и AI-контент, кинетические элементы, а также управляемые роботизированные устройства. Все перечисленные технологии должны быть специально разработаны для мероприятия, выставки, биеннале, концерта, шоу или фестиваля.

4.8.8. «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.

4.8.9. «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.

4.8.10. «ЛУЧШАЯ КРЕАТИВНАЯ КЕЙТЕРИНГ КОНЦЕПЦИЯ НА МЕРОПРИЯТИИ»

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.

4.8.11. «ЛУЧШИЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ДРЕСС-КОД НА МЕРОПРИЯТИИ»

Креативная концепция тематического дресс-кода, разработанная специально для мероприятия. В категорию входят авторские решения в области дизайна костюмов, стилизации участников, в том числе, ведущих, артистов, волонтеров и персонала. Оцениваются оригинальность идеи, соответствие тематике, качество реализации, вовлеченность участников и вклад дресс-кода в создание уникальной атмосферы и визуальной идентичности события.

4.8.12. «ЛУЧШИЙ ДИЗАЙН И БРЕНДИНГ ПРОЕКТА»

Проекты, в которых дизайн, брендинг и визуальная айдентика являются ключевыми элементами коммуникации бренда со своей целевой аудиторией. В номинации рассматриваются проекты по разработке фирменного стиля, визуальной коммуникаций, упаковки. А также digital и событийного дизайна, в том числе брендинг мерча, сувенирной продукции и других дизайнерских решений, способствующих созданию целостного пользовательского опыта и усилению эмоциональной связи с аудиторией.

4.9. МАКРОКАТЕГОРИЯ 9. ПЛОЩАДКИ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА*

**Проекты сразу проходят на открытые защиты минуя 1й этап голосования*

Ивент-пространства, объекты размещения (включая отели, глэмпинги 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. Макрокатегория имеет ограничение не более 10 заявок в каждую номинацию. В случае достижения лимита прием заявок закрывается с пометкой sold out.

4.9.1. «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.

4.9.2. «ЛУЧШАЯ ПЛОЩАДКА ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ ВМЕСТИМОСТЬЮ ДО 500 ГОСТЕЙ»

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 до 500 гостей фуршетом.

4.9.3. «ЛУЧШАЯ ПЛОЩАДКА ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ ВМЕСТИМОСТЬЮ ДО 1000 ГОСТЕЙ»

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.

4.9.4. «ЛУЧШАЯ ПЛОЩАДКА ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ ВМЕСТИМОСТЬЮ БОЛЕЕ 1000 ГОСТЕЙ»

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.

4.9.5. «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.

4.9.6. «ЛУЧШАЯ КРЕАТИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ ОТЕЛЯ»

Отели с ярко выраженными отличительными особенностями ландшафта, инфраструктуры, дизайна, концепций номерного фонда и гастрономической аутентичности, которые подчеркивают их уникальность в рамках территориального присутствия и делают их по-настоящему неповторимыми.

4.9.7. «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.

4.9.8. «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 высококласную систему клиентского сервиса.

4.10. ОСОБЫЕ НОМИНАЦИИ*

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

4.10.1. Награда «Премия beta! рекомендует»

Вручается партнерам, отраслевым ассоциациям или спонсорам по результатам сотрудничества с премией beta!

4.10.2. Награда «За вклад в развитие индустрии»

Вручается физическому лицу, компании или ассоциации, чья деятельность или реализованный проект внесли значительный вклад в развитие индустрии событийного маркетинга и коммуникаций в России.

4.10.3. Награда «ICONIC EVENT»

Наивысшая награда Премии присуждается проекту, который задаёт ориентиры для индустрии и является примером, на который стоит равняться организациям в развитии событийных и коммуникационных практик. Награда вручается либо не вручается по решению Экспертного совета по итогам сезона.

4.11. НОМИНАЦИИ ГРАН-ПРИ

4.11.1. ГРАН-ПРИ «Лучший проект в сфере социального влияния»

4.11.2. ГРАН-ПРИ «Лучшая команда по развитию бренда работодателя»

4.11.3. ГРАН-ПРИ «Лучшее продвижение бренда»

4.11.4. ГРАН-ПРИ «Лучший проект» Best Experience Marketing Awards

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 3 августа 2026 г. по 4 февраля 2027 г. и включает в себя:

- С 3 августа по 25 декабря 2026 г. – прием заявок и регистрационных взносов;
- С 11 января по 20 января 2027 г. – внутренний аудит заявок Исполнительной дирекцией Премии;
- С 21 января по 1 февраля 2027 г. – заочный (онлайн) этап голосования Экспертного совета Премии;
- 4 февраля 2027 г. – публикация списка финалистов Премии.

5.1.1. *Порядок подачи заявки*

5.1.1.1. Прием заявок Премии осуществляется в период с 3 августа 2026 г. по 25 декабря 2026 г. включительно. Исполнительная дирекция Премии вправе продлить срок приема заявок, установленный настоящим пунктом, по своему усмотрению. Информация о продлении срока приема заявок размещается на официальном сайте Премии не позднее дня, следующего за датой принятия соответствующего решения.

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 15 января 2027 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 25 декабря 2026 г., не включаются в Заочное голосование Экспертного совета и аннулируются, за исключением случаев, когда Исполнительная дирекция Премии приняла решение о продлении срока приема заявок в соответствии с п. 5.1.1.1 настоящего Положения либо допустила прием заявки и оплату регистрационного взноса по истечении срока приема заявок в соответствии с п. 3.1.2 настоящего Положения.

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 часов 25 декабря 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 на любом этапе Премии, включая период после объявления результатов. Регистрационный взнос Участника в таком случае возмещению не подлежит. Настоящий пункт не применяется в случае, если Участник, подающий заявку, одновременно является Заказчиком проекта (инициатором проекта). В таком случае факт подачи заявки Участником признается достаточным подтверждением согласия на участие проекта в Премии, и получение дополнительного согласия от иных лиц внутри организации-Заказчика не требуется.

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.

5.1.1.10. Видеоролик, предоставляемый в составе заявки, должен соответствовать следующим требованиям:

- наименование файла формируется по структуре: «[номер макрокатегории]_[номер номинации]_[Название проекта]_[дата актуальности ролика в формате ДД.ММ.ГГГГ]» (например: «1_1.1_Отраслевой Форум “Лига Первых”_12.12.2026»);
- формат изображения 16:9, продолжительность от 1,5 (полутора) до 3 (трех) минут, размер файла не более 2 Гб, формат файла: MP4, MOV, AVI, DXV3;

- Видеоролик, предоставляемый в составе заявки на первом этапе Премии, и видеоролик, демонстрируемый в ходе очной защиты на втором этапе Премии, являются одним и тем же видеоматериалом. Несоблюдение установленной продолжительности видеоролика не продлевает время, отведенное Номинанту на защиту проекта в соответствии с настоящим Положением.

- видеоролик должен быть размещен на одном из следующих хостингов: Яндекс.Диск, Mail.ru Диск — для резидентов РФ; Google Диск — для нерезидентов РФ.

Указанные требования применяются ко всем видеоматериалам, предоставляемым Участником в составе заявки, независимо от того, вошел ли впоследствии проект в число финалистов Премии.

5.1.1.11. В случае, если один и тот же проект заявлен на участие в Премии одновременно от имени Заказчика и Исполнителя (агентства) либо иных заинтересованных лиц, право на участие в рамках такой заявки сохраняется за тем заявителем, кто первым осуществил регистрацию проекта и оплату соответствующего регистрационного взноса.

Исполнительная дирекция Премии вправе отказать в приеме повторной заявки на проект, уже зарегистрированный в Личном кабинете иным Участником.

Регистрационный взнос Участника, чья заявка была отклонена в соответствии с настоящим пунктом, возвращается такому Участнику за вычетом расходов Исполнителя в порядке, предусмотренном разделом 6 Оферты.

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 2027 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 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 о проекте, 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, но не более 10 финалистов в одной номинации.

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 в любую из дат в период с 4 по 28 февраля 2027 г.

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. Даты проведения Фестиваля могут быть изменены, информация публикуется 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 докупает самостоятельно.

5.2.1.5. На защиту каждого проекта отводится не более 8 (восьми) минут:

- 5 (пять) минут дается Участнику Премии на защиту проекта, включая демонстрацию видеоролика продолжительностью от 1,5 (полтора) до 3 (трех) минут (в соответствии с требованиями к видеоролику, установленными п. 5.1.1.10 настоящего Положения), и последующую личную защиту проекта в оставшееся время такого пятиминутного интервала (устное выступление, творческая презентация, костюмирование, сценическое действие и иные форматы по усмотрению Номинанта),

- 2 (две) минуты – на вопросы Экспертного совета Премии,

- 1 (одна) минута – на голосование Экспертного совета Премии.

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, DXV3. Допустимый формат заявки только видеоролики – презентации в любых форматах НЕ принимаются. Требования к наименованию видеоролика и допустимым хостингам для его размещения указаны в п. 5.1.1.10 настоящего Положения. Видеоролики принимаются только на российских хостингах.

5.2.1.7.1. В течение 10 (десяти) календарных дней до истечения срока приёма видеороликов, установленного п. 5.1.1.2 настоящего Положения, представитель Исполнительной дирекции Премии вправе связаться с Номинантом в случае обнаружения несоответствия предоставленных материалов требованиям настоящего Положения (формат файла, наименование, используемый хостинг и т. д.) и запросить их замену. Номинант обязан предоставить исправленные материалы в течение 3 (трёх) рабочих дней с момента получения такого запроса. Непредоставление исправленных материалов в указанный срок влечет последствия, предусмотренные п. 5.2.1.7 настоящего Положения.

5.2.1.8. Номинант обязуется не удалять предоставленные им материалы с хостингов до 31 марта 2027 г.

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 дирекции 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 так же иных претензий третьих лиц в отношении РИД Номинанта или их содержания по настоящему Договору, Номинант обязуется урегулировать такие претензии или предпринять иные необходимые действия, исключающие 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.

5.2.1.9. 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.

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

5.2.1.11. 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.

5.2.1.12. Состав Экспертного совета Премии очного этапа Премии утверждается учредителями Премии и оглашается не позднее даты старта заочного голосования. В состав Экспертного совета входит преимущественно директора и руководители со стороны крупного бизнеса являющиеся заказчиками из департаментов маркетинга, рекламы, HR, PR коммуникаций, а также руководители со стороны закупок и государственных департаментов. Финальный списочный состав вывешивается на официальном сайте Премии, не позднее чем за 5 (пяти) календарных дней до даты старта заочного голосования.

5.2.1.13. Дресс-код во время очных защит проектов-финалистов – business casual (неофициальный деловой стиль, который предполагает элементы деловой одежды в сочетании с повседневной одеждой), а также для команд проектов финалистов разрешен тематический мерч, костюмирование с соблюдением этических норм или национальные образы, подчеркивающие идентичность проекта.

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

5.2.1.15. Участники, их представители, спикеры, партнеры и иные лица, находящиеся на территории проведения мероприятий Премии, обязаны соблюдать правила техники безопасности, требования площадки проведения мероприятия и указания технической дирекции, в том числе не приближаться и не производить самостоятельных действий с техническим, сценическим, звуковым, световым и иным оборудованием без соответствующего разрешения уполномоченных представителей Исполнителя (Организатора) или площадки.

Организатор Премии не несет ответственности за вред жизни, здоровью или имуществу лиц, указанных в настоящем пункте, возникший вследствие нарушения ими правил, предусмотренных настоящим пунктом, а также вследствие иных самостоятельных действий таких лиц, не согласованных с Исполнителем (Организатором) или представителями площадки.

5.2.2. Церемония награждения

5.2.2.1. Объявление победителей Премии происходит на церемонии награждения победителей в феврале 2027 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 владельцем 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.

5.2.2.7. Помимо видеоролика, предусмотренного требованиями к очной защите (п. 5.1.1.10, 5.2.1.5 настоящего Положения), Номинант, чей проект стал победителем в номинации, обязан предоставить дополнительный

видеоролик продолжительностью не более 30 (тридцати) секунд для демонстрации на торжественной церемонии награждения победителей Премии. Требования к формату и хостингу такого видеоролика аналогичны требованиям, установленным настоящим Положением для видеоматериалов заявки, за исключением требования к продолжительности.

5.2.3. Информационное сопровождение очного этапа Премии

На период проведения очного этапа Премии (3 дня) Организатор обеспечивает работу официального чата в мессенджере Telegram, предназначенного для оперативного информационного и организационного сопровождения Участников, членов Экспертного совета, спикеров и иных лиц, вовлеченных в проведение Премии (далее — «Чат Премии»).

Ссылка на Чат Премии направляется Участникам через Личный кабинет и/или по электронной почте не позднее чем за 5 (пять) календарных дней до начала очного этапа Премии.

Использование Чата Премии не является обязательным условием участия в Премии и не заменяет иные официальные каналы связи, предусмотренные настоящим Положением и Офертой.

6. МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

6.1. На заочном и очном 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 10 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» и «Спецпроекты», а также номинаций связанными с лучшими отелями и ивент-площадками:

- «Основная идея проекта» – смысловой стержень, который объясняет, почему именно эта идея взята в основу кампании или проекта. Как эта основная идея влияет на решение затронутой проблематики в проекте.
- «Креативность» – оригинальность решений внутри проекта, необычное продвижение и освещение проекта, нестандартность механик, отход от шаблонов в коммуникации с участниками при реализации проекта, новаторский подход в разработке креативных решений, сценариев, режиссуры и постановки проектов.
- «Технологичность» – применение в проекте новых цифровых технологий, искусственного интеллекта, дополненной или виртуальной реальности, применение цифровых сервисов и платформ, digital-коммуникаций. Степень их влияния на достижение результата.
- «Эффективность» – насколько результат проекта соразмерен и адекватен поставленной задаче, каких

результатов удалось достичь:

- экономических (рост продаж, лидов, ROI/ROMI, узнаваемость бренда, повышение индекса привлекательности).
 - репутационных (медиа-резонанс, цитируемость, глубина взаимодействия, повторное участие, пользовательский контент, индекс удовлетворенности участников).
 - социальных (влияние на восприятие темы в обществе, эффект для сообщества, индустрии и территории).
- Указать метрики, по которым оценивалась эффективность

6.7. Дополнительные критерии оценки проектов на очном этапе голосования

6.7.1. Дополнительный критерий «Social Impact» (применяется только на открытых защитах проектов финалистов Премии)

На очном этапе голосования члены Экспертного совета Премии дополнительно оценивают проект по критерию «Social Impact», отражающему вклад проекта в устойчивое развитие и благоприятное изменение социальной среды. Данный критерий не применяется на заочном этапе голосования и не учитывается при формировании списка финалистов.

Член Экспертного совета Премии вправе отметить проект к одному, двум или трем из следующих направлений социального импакта:

- «Семья и демография»;
- «Молодёжь»;
- «Преемственность поколений»;
- «Здоровый образ жизни и спорт»;
- «Патриотизм и гражданственность»;
- «Экология и устойчивое развитие»;
- «Инклюзия и равенство возможностей»;
- «Развитие внутреннего туризма»;
- «Историческая память и культурное наследие»;
- «Единство народов России».

За каждое отмеченное направление проекту присваивается 0,1 (ноль целых одна десятая) балла (максимум 0,3 балла суммарно если отмечены три направления).

Если, по мнению члена Экспертного совета Премии, проект соответствует более чем трем из указанных направлений, проекту присваивается 0,5 (ноль целых пять десятых) балла по данному критерию вместо суммирования баллов за отдельные направления.

Итоговый балл по критерию «Social Impact» прибавляется к итоговой оценке проекта, сформированной по результатам оценки по иным критериям, предусмотренным настоящим Положением.

6.7.2. 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. Дополнительно, за яркую и эмоционально выразительную защиту проекта, член Экспертного совета Премии вправе присвоить проекту еще 0,1 (ноль целых одна десятая) балла.

6.8. Члены Экспертного совета Премии вправе выдвинуть проект Номинанта на получение награды «Гран-При». В каждую категорию «Гран-При» выдвигаются не более 3 проектов претендентов. Голосование экспертного Совета за выбор победителей в категории «Гран-При» происходит после окончания открытых защит проектов финалистов в тот же день.

7. ОРГАНЫ УПРАВЛЕНИЯ

7.1. Учредителями Премии являются: Генеральный продюсер — 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 круга лиц, имеющих право на получение VIP-кода доступа на мероприятия 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-заказчиков крупного бизнеса из департаментов: Маркетинга, PR, GR, HR, внутренних и внешних коммуникаций, а также бренд и ивент директора внутренних команд заказчика.
- представителей органов исполнительной власти;

- лидеров мнений индустрии событийного маркетинга и коммуникаций;
- приглашенные звездные гости с компетенциями оценки рынка коммуникаций, рекламы и маркетинговых услуг.

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.

9.2.1. Организаторы Премии, члены Экспертного совета Премии и Совета учредителей Премии имеют право просматривать, демонстрировать и иным образом использовать предоставленные Участником фото- и видеоматериалы, а также иные материалы заявки, в целях проведения заочного и очного этапов голосования и оценки проектов в соответствии с настоящим Положением, без выплаты Участнику дополнительного вознаграждения.

9.3. Участники и члены Экспертного совета Премии подтверждают свое согласие в личном кабинете 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