white square

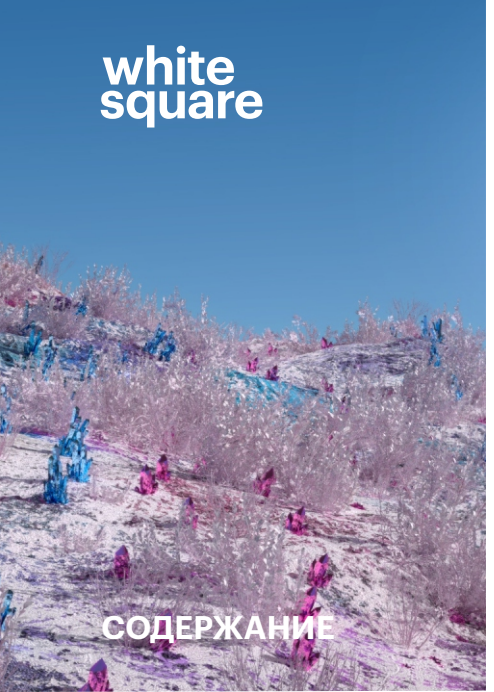
International Advertising and Marketing Festival

2022

ENTRY KIT

adfest.by

white square



СОДЕРЖАНИЕ

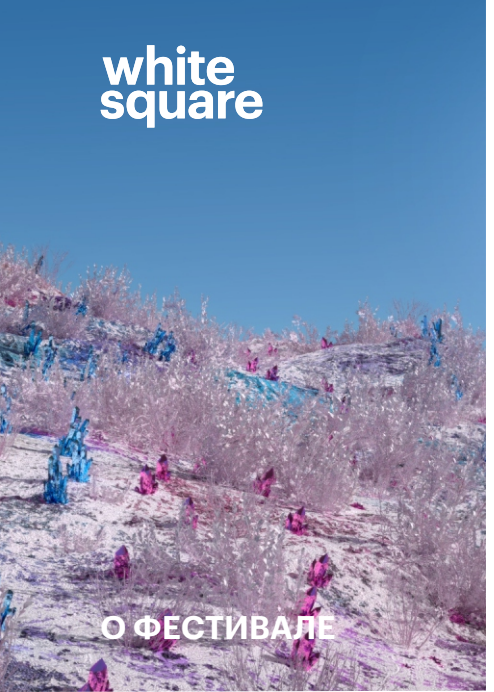
О ФЕСТИВАЛЕ....3
РЕЙТИНГИ....5
ЖЮРИ....7
ФОРМАТ СУДЕЙСТВА....8
КОНКУРСЫ:....9
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ CREATIVE....10
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ BRANDING....17
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ MARKETING SERVICES....19
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ MEDIA....25
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ DIGITAL....28
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ MASS MEDIA CONTEST....32
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ CRAFT....37
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ MARKETING EFFECTIVENESS....39
СТОИМОСТЬ....40
КРАТКИЙ ГАЙД ПО ЗАГРУЗКЕ КЕЙСОВ....41
PR ДЛЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ ФЕСТИВАЛЯ....42
КОНТАКТЫ....43

Международный Фестиваль маркетинга и рекламы White Square – один из крупнейших креативных фестивалей индустрии коммуникаций Европы.

Организатором фестиваля White Square является Ассоциация Коммуникационных и Маркетинговых Агентств Беларуси (АКМА)

ДЕДЛАЙН ПРИЕМА РАБОТ:
15 ноября 2022

white square

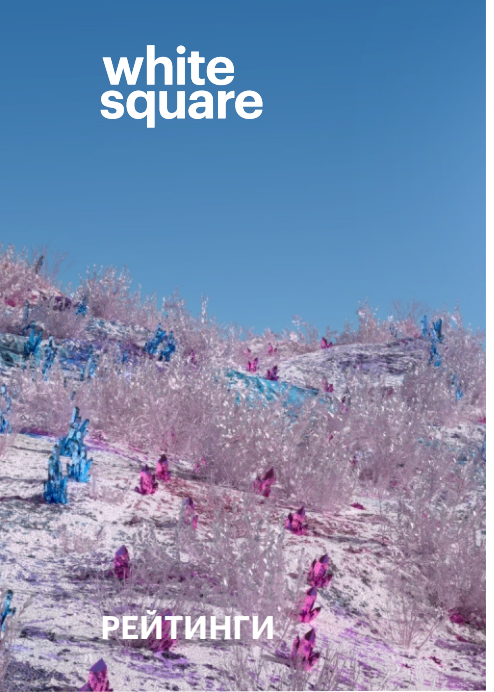


О ФЕСТИВАЛЕ

ЕЖЕГОДНО В WHITE SQUARE ПРИНИМАЮТ УЧАСТИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛИ ИЗ 30+ СТРАН:

White Square пройдет в 2022 году в 14-й раз. За эти годы Фестиваль получил признание среди участников рынка из 30+ стран мира за высокий уровень организации конкурса, профессионализм и экспертность составов жюри, деловой программы и особенную атмосферу Фестиваля

white square



РЕЙТИНГИ

Глобальный рейтинг креативности AdForum Business Creative Report

Глобальный рейтинг TopFice

Рейтинг креативности АКАР 2021 во всех сегментах: с коэффициентом 3 в национальном рейтинге креативности, с коэффициентом 3 в сегменте брендинг, 4 – в сегменте диджитал и 5 - в сегменте маркетинговых услуг

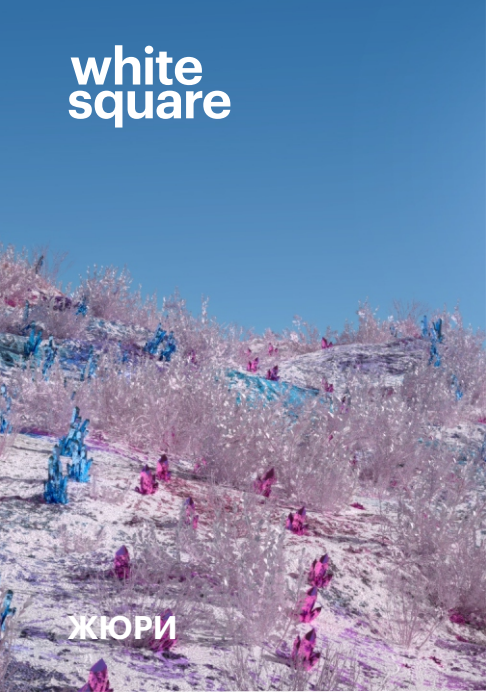
Рейтинги эффективности АКАР коммуникационных и медийных агентств, с коэффициентом в сегменте медийных агентств – 3 , в сегменте коммуникационных агентств – 2

Рейтинг креативности Эстонской Ассоциации Маркетинга

Рейтинг креативности стран Центральной Азии и Азербайджана

Рейтинг креативности АКМА

white square



ЖЮРИ

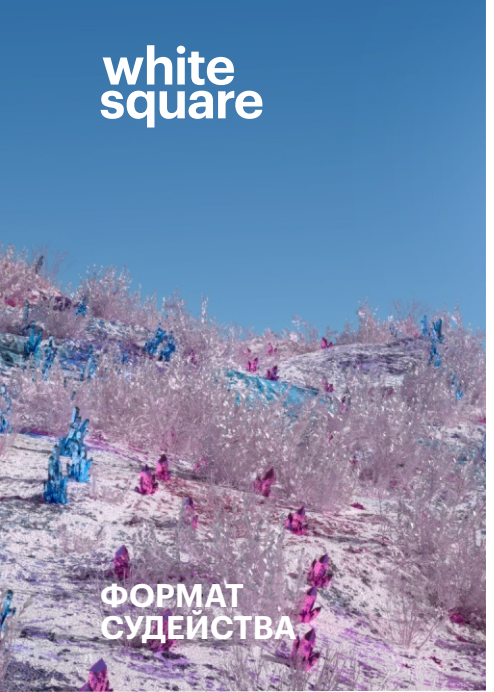
Оценивать конкурсные работы White Square 2022 будут 3 состава жюри, а также Высокое жюри, которое определит Гран-При Фестиваля:

Креативное жюри
Жюри маркетинга и digital
Жюри СМИ

Состав членов жюри White Square ежегодно представлен 70+ персонами с мировым признанием в индустрии благодаря профессиональным достижениям, компетенциям и наградам. Так, у членов жюри White Square 2021 суммарно 400+ Cannes Lions, опыт судейства многих самых престижных фестивалей мира.

Участие в Фестивале дает возможность быть оцененными профессионалами мирового уровня как для крупных сетевых агентств, так и для локальных

white square



ФОРМАТ СУДЕЙСТВА

Судейство на Фестивале регламентируется ПОЛОЖЕНИЕМ, в котором оговорены правила, процедура, критерии оценки, и определены баллы веса наград

До начала судейства, каждый из членов жюри подписывает **Соглашение о неразглашении**, согласно которому обязуется сохранить конфиденциальность полученной в ходе судейства коммерческой информации, не разглашать третьим лицам информацию о ходе и результатах судейства, не публиковать фото и видео конкурсных работ, а также протоколов оценки в своих социальных медиа и т.д.

Предварительно проходит этап онлайн-преселекшен, где каждый член жюри оценивает работы и выставляет баллы

Онлайн-заседание жюри проходит с обсуждением конкурсных работ. В личном кабинете сначала выбираются шорт-листы, затем награды с открытым обсуждением членов жюри и голосованием

white square

ЖЮРИ

Регламент оценки конкурсных проектов составами жюри:

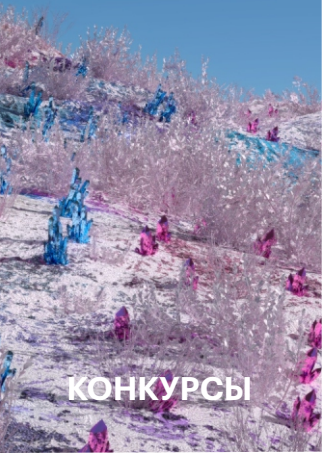
CREATIVE JURY
Креативное жюри судит работы в категориях CREATIVE и BRANDING: конкурсы film, print, radio & audio, outdoor, integrated, branded content & entertainment, creative use of media; film craft, print & outdoor craft, excellence in radio & audio, communication design, packaging design, digital & interactive design

MARKETING and DIGITAL JURY
Жюри маркетинга и digital судит работы в категориях MARKETING EFFECTIVENESS, MARKETING SERVICES, DIGITAL и MEDIA: конкурсы brand experience & activation, PR, direct, campaigns: sectors, innovations, digital, mobile, social & influencer, creative data, channels, excellence in media, media campaign

MASS MEDIA JURY
Жюри СМИ судит работы в категории MASS MEDIA CONTEST: communication, digital & mobile, reach, integrated campaigns, change for good. brands, change for good. non-profit, charity, government

GRAND JURY
Высокое жюри традиционно выберет Гран-при фестиваля

white square



КОНКУРСЫ

Конкурсная программа фестиваля 2022 включает 32 конкурса:

CREATIVE
Конкурс включает, как классические виды рекламных коммуникаций - film, print, audio, outdoor, так и branded content&entertainment, а также интегрированные рекламные кампании и креативное использование медиа-решений

BRANDING
Конкурс BRANDING фокусируется на креативных решениях в дизайне, брендинге, упаковке, digital и интерактивных коммуникациях.

MARKETING EFFECTIVENESS
Проекты, которые отражают вклад креатива в развитие бизнеса, демонстрируют высокие результаты и выполняют заданные KPI кампании

MARKETING SERVICES
Конкурс включает в себя коммуникации PR-коммуникации, вовлечение через Brand Experience & Activation, прямые коммуникации Direct, рекламные кампании с использованием различных каналов / медиа платформ в разрезе категорий товаров и услуг, а также любые виды новых решений в маркетинге и коммуникациях - Innovations

MEDIA
Конкурс MEDIA сфокусирован на стратегиях и идеях, которые демонстрируют использование медиаканалов в качестве основного инструмента

DIGITAL
Конкурс DIGITAL включает 40 номинаций, от создания digital-инструментов до продвижения брендов в digital-среде, и сфокусирован на коммуникациях, в которых технологии, данные и цифровые платформы являются неотъемлемой частью креативной идеи, а digital медиа – необходимой средой для ее воплощения

CRAFT
Проекты, демонстрирующие профессиональное мастерство и блестящее исполнение в рекламном видео, печатной и наружной рекламе, а также в реализации радио и аудиоконтента

MASS MEDIA CONTEST
В данную категорию входят конкурсы и номинации различных форм коммуникации бренда с потребителем, а также номинации социальной направленности

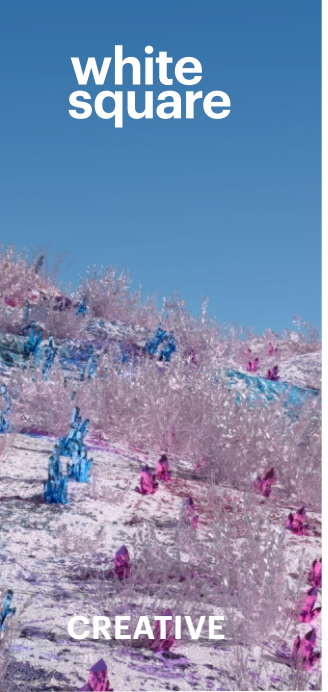
white square

конкурсы и номинации категории CREATIVE

FILM	Креатив в видеорекламе. Работы должны демонстрировать блестящее творческое решение, сторителлинг бренда в формате, предназначенном для трансляции на экранах (ТВ, кино, онлайн, наружная реклама). При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение
TV / Screens	Рекламные ролики, предназначенные для ротации на ТВ, в кинотеатрах, на других экранах, для показа на публичных и частных мероприятиях, включая спортивные события, фестивали, выставки, семинары, внутрикорпоративные презентации и др.
Online	Рекламные ролики, созданные для онлайн платформ – сайтов и социальных медиа, включая, но не ограничиваясь, рекламными пре-роллами, вирусными видео, микро-фильмами для социальных сетей
Innovation in Film	Инновационное использование видео для донесения месседжа бренда независимо от канала размещения
Film for Non-profit / Charity	Рекламные ролики, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)

PRINT	Креатив в печатной рекламе. Работы должны демонстрировать оригинальность и мастерство креативных идей, взывающих к потребителю с печатных страниц. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение
Print	Печатная реклама, включая, но не ограничиваясь, рекламными постерами, афишами, буклетами, каталогами и др.
Publications	Оригинальные печатные СМИ, включая журналы, обложки, книги, созданные в коммерческих или некоммерческих целях, а также digital публикации, включая ebooks, онлайн журналы и др.
Innovation in Print	Нетрадиционная и инновационная печатная реклама с использованием физически активных или интерактивных элементов, включая скачиваемые приложения, QR коды, AR и др, а также печатная реклама, которая использовала среду, в которой представлена, инновационным способом
Print for non-profit / charity	Креативное использование современных инструментов и возможностей печати, 3D-изображений, авторских иллюстраций, рекламной фотографии при создании полиграфической продукции

white square



CREATIVE

RADIO & AUDIO	Креатив в радиорекламе и аудиоконтенте. Работы должны демонстрировать идеи, предназначенные для успешной трансляции месседжа бренда посредством звукового воздействия, аудио инноваций и блестящего аудио сторителлинга. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение
Radio & Streaming	Рекламные аудиоролики, транслируемые на радиостанциях и онлайн-радио, оформление радио эфира, креативный рекламный аудиоконтент, транслируемый онлайн или с помощью мобильных устройств, включая подкасты и др.
Innovation in Radio & Audio	Инновационное использование радио как канала коммуникации, смелые решения в аудиорекламе, реализация которых непосредственно повлияла на привлечение внимания потребителей к бренду, включая, но не ограничиваясь, использованием приложений, мобильных и веб технологий, систем голосовой активации, нативной рекламы, нетрадиционным использованием брендированного аудиоконтента (стриминг, подкасты, спонсорство программ)

OUTDOOR	Креатив в наружной рекламе. Работы должны демонстрировать креативные идеи, воздействующие на потребителя непосредственно в точках размещения и / или креативное использование внешних локаций для успешной трансляции месседжа бренда и погружения потребителей в опыт бренда. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение
Billboards	Классические двухмерные рекламные щиты, размещенные в стандартных местах (обочины дорог, шоссе и т.д.)
Posters	Классические постеры для размещения в общественных местах, включая супермаркеты, торговые центры, аэропорты и др.
Digital screens	Цифровая наружная реклама на динамичных дисплеях, включая видео, анимацию, технологии взаимодействия и активного вовлечения потребителей, сенсорные экраны, технологии движения, социальные медиа, интеграцию посредством мобильных устройств, использование персонифицированных или данных в режиме реального времени, включая управляемую данными визуализацию, обновляемые / реагирующие изображения, ситуативный контент (погода и тд) и др.

white square

CREATIVE

Ambient	Нестандартная наружная реклама, за пределами привычных форматов, которая использует нетрадиционный подход к коммуникации с потребителем в общественных местах и локациях окружающей среды, новаторские проекты по использованию урбанистического и природного окружающего пространства
Innovation in Outdoor	Creative and innovative use of out of home medium to communicate a brand's message, search of new ways of consumer engagement via interaction with the content of outdoor advertising, including ads with the use of 3D, dynamic, interactive elements, holographic images, drones, augmented reality, algorithms, artificial intelligence etc
Outdoor for non-profit / charity	Все виды наружной рекламы, единственным заказчиком/рекламодателем в которой выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)

INTEGRATED	Рекламные кампании с использованием различных каналов / медиа платформ. Работы будут оцениваться на предмет того, насколько успешно были подобраны и интегрированы выбранные элементы или каналы в ходе всей кампании для эффективного донесения до потребителя креативных месседжей бренда посредством различных видов коммуникационных материалов, и должны демонстрировать, как различные медиа взаимодополняли друг друга и усиливали эффективность рекламного контента для достижения ощутимых результатов в бизнесе и являются неотъемлемой частью достижения целей бренда. Критериями оценки выступают: идея 30%, стратегия 20%, воплощение в жизнь 30%, результаты 20%
Omni-channel Campaign	Интегрированная рекламная кампания, реализованная на различных платформах, с креативным использованием нескольких каналов и инструментов коммуникаций, демонстрирующая, как выбранные медиа дополняют друг друга и способствуют наиболее эффективной трансляции оригинального контента

white square

CREATIVE

Digital Campaign	Интегрированная кампания, реализованная преимущественно в digital среде, ядром которой является онлайн, содержащая несколько онлайн компонентов: баннеры, веб-сайты, партизанский маркетинг, электронную почту, интернет рекламу, мобильную рекламу и др
Social & Influencer Campaign	Интегрированная кампания, реализованная преимущественно в социальных медиа & кампания с активным привлечением инфлюенсеров (селебрити, общественных деятелей и тд), демонстрирующая, каким образом уровень охвата, вовлечения аудитории, оригинальность контента, креативное использование социальных сетей, бренд амбассадоров и лидеров мнений привело к успеху бренда
Brand Launch / Re-launch Campaign	Интегрированная кампания по выводу на рынок нового бренда / по перезапуску (ребрендингу) существующего бренда. Проекты должны демонстрировать проявления бренда в различных точках контакта с потребителем и медиа платформах, включая упаковку, печатную рекламу, digital контент, окружающую среду, видеорекламу и др
Brand Loyalty Campaign	Интегрированная рекламная кампания с целью поддержания имиджа бренда и лояльности потребителей
Breakthrough on a Budget	Стратегическое и креативное использование небольших бюджетов и / или ресурсов для достижения максимальной отдачи
Selfpromo	Кампания по селф-промоушену рекламных агентств, продакш-студий, СМИ и др
Creative Strategy	Проекты, демонстрирующие, как стратегическое планирование переопределяет бренд, перестраивает бизнес и влияет на потребителя, как благодаря исключительной интерпретации проблемы бизнеса / бренда, глубокому анализу и интерпретации данных, прорывному мышлению и трансформационному решению проблем появилась инновационная креативная стратегия бренда
Non-profit / charity campaign	Кампании независимо от каналов коммуникаций и бюджета, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации), а также креативная стратегия для них

white square

CREATIVE

BRANDED CONTENT & ENTERTAINMENT	Креативные коммуникации, транслирующие месседж бренда и вовлекающие аудиторию в бренд посредством развлекательного, информационного и др. контента. При оценке работ прежде всего учитывается оригинальность созданного контента и его креативное исполнение, учитывая качество сторителлинга и соответствие выбранному каналу коммуникации
Visual branded content	Брендированные видеоролики, художественные или научно-популярные мини-фильмы, клипы, изображения с использованием продакт-плейсмента, спонсорства и других способов интеграции бренда в визуальный контент, созданный для кино, телевидения, интернета
Audio branded content	Музыкальные композиции, песни, подкасты, стриминг, с использованием продакт-плейсмента, спонсорства и других способов интеграции бренда в аудио контент, созданный для радио и других аудио платформ
Interactive branded content	Брендированный контент, созданный для online среды с использованием интерактивных технологий (брендированные игры, мобильные приложения, AR / VR, online видео и др.)
Branded events	Брендированные мероприятия, ивенты, проводимые при спонсорстве бренда (спортивные соревнования, фестивали, презентации и др)
Brand experience	Другие виды брендированных коммуникаций и вовлечения в бренд посредством развлекательного, информационного и иного контента
Brand Integration & Sponsorships/ Partnerships	Интеграция бренда в существующие ивенты/контент, такие как оффлайн или онлайн- ивенты, ТВ-шоу, или другие проекты.
Non-profit / charity	Branded content всех видов, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)

white square

CREATIVE

CREATIVE USE OF MEDIA	Работы в данной категории должны демонстрировать креативное использование медиа-решений или медиа-каналов для решения задач бренда
TV & Other screens	Креативное использование такого медиа-канала, как ТВ и/или все виды экранов
Audio Platforms	Креативное использование всех типов аудио-платформ
Print/Outdoor	Креативное использование печатной и наружной рекламы
Ambient Media	Нестандартное использование Ambient медиа (реклама в городской, жилой или офисной среде с помощью нестандартных форматов, использование объектов окружающей инфраструктуры в качестве носителей маркетинговой информации для целевой аудитории)
Events	Нестандартное использование оффлайн или онлайн ивентов для продвижения бренда
Digital & Mobile Platforms	Креативное использование социальных сетей как медиа-канала
Social Platforms	Branded content всех видов, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)
Non-profit/Charity	Креативное использование всех видов медиа-каналов, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)

white square

CREATIVE

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАТЕГОРИИ CREATIVE:

В категориях FILM, PRINT, RADIO & AUDIO, OUTDOOR при оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение

В категории INTEGRATED критериями оценки выступают:
идея 30%, стратегия 20%, воплощение в жизнь 30%, результаты 20%

В категории BRANDED CONTENT & ENTERTAINMENT прежде всего учитывается оригинальность созданного контента и его креативное исполнение, учитывая качество сторителлинга и соответствие выбранному каналу коммуникации

В категории CREATIVE USE OF DATA именно креативное использование медиа-решений будет основным фактором при оценке работ

white square

конкурсы и номинации категории BRANDING

COMMUNICATION DESIGN	Креатив в дизайне и брендинге. Работы должны демонстрировать успешное использование дизайн-решений для позиционирования бренда и передачи его ключевых месседжей потребителю посредством уникальной визуальной айдентики. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение
Creation of New Brand Identity	Создание нового бренда, айдентики для товара, услуги, компании
Rebrand / Refresh of an Existing Brand	Ребрендинг / рефреш существующего фирменного стиля товара, услуги, компании
Promotional Printed Materials	Включая, но не ограничиваясь, календарями, открытками, приглашениями, промо-постерами, каталогами, годовыми отчетами, публикациями в СМИ, эксклюзивными изданиями, ограниченными сериями и др.
Promotional Item Design	Включая, но не ограничиваясь, корпоративными сувенирами и бизнес-подарками, промо-продукцией и аксессуарами, формой одежды и др.
Brand Environment & Experience Design	Indoor и Outdoor дизайн, включая, но не ограничиваясь, оформлением торговых и выставочных площадей, дизайном выставочных, рекламных, торговых стендов, цифровыми и физическими POS - материалами, дисплеями, сумками для покупок, упаковкой подарков, каталогами и др, которые ориентированы на личный опыт потребителя от восприятия истории / месседжа бренда, транслируемых в определенном пространстве и времени, с объяснением почему этот опыт является значимым и запоминающимся
Design-driven Effectiveness	Работа, которая принесла измеримые, ощутимые результаты в бизнесе. Проекты должны детализировать, как эффективность была измерена, оценена и демонстрировать, как проделанная работа способствовала культурным изменениям или стала неотъемлемой частью достижения целей бренда
Design Craft	Разработка оригинального логотипа, шрифта и типографики, элементов фирменного стиля, авторской иллюстрации, анимированных изображений, крафтового веб-дизайна, и др

white square

BRANDING

PACKAGING DESIGN	Креативные решения в дизайне упаковки. Работы должны демонстрировать успешное применение дизайна упаковки / этикетки для позиционирования бренда и привлечения внимания потребителей к продукту
Packaging of foodstuffs	Упаковка продуктов питания, безалкогольных и алкогольных напитков
Packaging of non-food products	Упаковка непродовольственных товаров (непродовольственные товары FMCG, товары длительного пользования)
Innovation in Packaging	Инновационная, нестандартная упаковка

DIGITAL & INTERACTIVE DESIGN	Креативные решения в дизайне digital и интерактивных коммуникаций. Работы должны демонстрировать успешное использование digital дизайн-решений для трансляции месседжа бренда в онлайн среде. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение
Website design	Дизайн веб-сайтов, микро-сайтов, лендинговых страниц и др.
App design	Дизайн мобильных приложений, игр, мобильных сайтов и др.
Social Media Design	Оформление страниц в социальных сетях, дизайн контента для социальных сетей и др.
Design of virtual promo-tools	Дизайн виртуальных промо-инструментов: баннеры, онлайн реклама, электронные письма, онлайн публикации, digital инсталляции, динамичный графический дизайн, графическая анимация, брендирование онлайн-страниц и др.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ:
Креативная идея и ее воплощение, успешное использование дизайн-решений для позиционирования бренда и передачи его ключевых месседжей потребителю посредством уникальной визуальной айдентики

white square

конкурсы и номинации категории MARKETING SERVICES

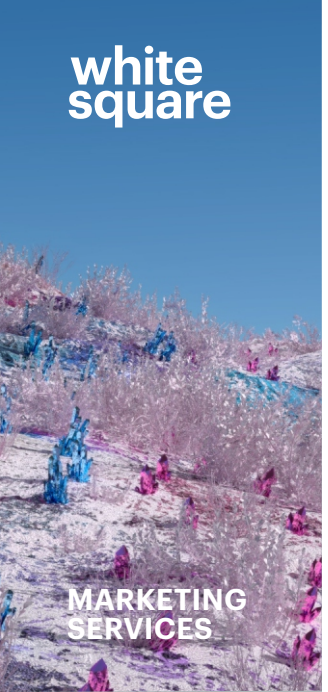
BRAND EXPERIENCE & ACTIVATION	Создание комплексной бренд-коммуникации посредством использования возможностей промо-активаций, погружения в бренд, розничной торговли, дизайн экспириенса и вовлечения потребителей на 360°. Работы должны демонстрировать, каким образом customer journey, бренд экспириенс и оптимизация точек контакта с потребителем привели к повышению привлекательности бренда и коммерческим результатам.
Channel / Medium	Работы в данной категории будут оцениваться на основании того, как была использована среда/локация для вовлечения потребителей в рамках бренд-активации
Use of Brand Experience	Работы в данной категории будут оцениваться на основании того, насколько тесную связь между брендом и потребителями создала бренд-активация, погрузив их в увлекательный и запоминающийся экспириенс
Technology & Touchpoints	Работы в данной категории будут оцениваться на основании того, насколько креативно и эффективно в ходе бренд-активации были использованы технологий и различные точки контакта с потребителем
Consumer Engagement	Работы в данной категории будут оцениваться на основании того, насколько бренд-активации обеспечили вовлечение потребителя, его контакт с брендом и его ценностями
Strategy	В данной категории оценивается стратегическое планирование и реализация бренд-активации
Campaign	В данной категории участвуют проекты, использующие несколько медиа платформ в рамках кампании, инициируемой, проводимой или управляемой на основе бренд-активации. Критерием оценки выступает то, насколько успешным было вовлечение потребителей и интеграция выбранных элементов и каналов на протяжении всей кампании
Customer Retail / In-store Experience	Активации в ритейле, включая вывод новых продуктов, дегустации, сэмплинги и другие активности, которые вовлекают покупателей и стимулируют приобретение товаров или услуг.Стратегическое и креативное использование небольших бюджетов и / или ресурсов для достижения максимальной отдачи

white square

MARKETING SERVICES

Retail Promotions & Competitions	Онлайн или оффлайн рекламные игры или конкурсы, используемые для вовлечение покупателей, включая, но не ограничиваясь, розыгрыши в социальных сетях, офлайн-игры, in-store промо-активации
Sponsorship & Brand Partnership	Работы в этой номинации будут оцениваться в разрезе насколько эффективным было спонсорство/партнерство того или иного мероприятия для бренда
Breakthrough on a Budget	Стратегическое и креативное использование небольших бюджетов и / или ресурсов для достижения максимальной отдачи
Non-profit / charity	Brand experience & activation проекты, единственным заказчиком / рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)

PR	Работы, демонстрирующие, каким образом оригинальное мышление, проницательный инсайт, стратегия и мастерство коммуникаций повлияли на мнение общественности и стимулировали бизнес, социальные и / или культурные изменения, в том числе проекты со сторителлингом в своей основе, сформировавшие или упрочившие репутацию / бизнес компании / бренда. Критериями оценки выступают: идея 20%, стратегия 30%, воплощение в жизнь 20%, результаты 30%
PR Practices & Technics	В данной категории работы будут оцениваться на основе используемой PR-практики & техники (лоббирование, кризисные коммуникации, связи с общественностью, внутрикорпоративные коммуникации, спонсорство и партнерство и др)
Digital & Social	В данной категории работы будут оцениваться на предмет того, насколько успешно в ходе проведения PR кампании использовались digital площадки и социальные платформы, применялись инструменты digital коммуникаций, осуществлялось построение сообществ в соц.сетях, использовались техники вовлечения аудитории, генерировался пользовательский контент и др.
Influencer	В данной категории работы будут оцениваться на предмет того, насколько эффективно сработало привлечение к PR кампании инфлюенсеров / лидеров мнений (селебрити, блогеров, общественных деятелей и др)



Use of Events & Stunts	Работы, в которых используются ивенты, конкурсы, рекламные игры, стрит-арт, партизанский маркетинг, корпоративные мероприятия, вечеринки по случаю запуска, прямые трансляции событий, фестивали и т. д., чтобы повысить ценность и репутацию бренда или коммуникационного проекта как часть PR-стратегии
Data & Strategy	Работы в данной категории должны демонстрировать целесообразность и эффективность использования инсайтов, основанных на исследовании и анализе данных или практических примеров, в разработке PR стратегии, оказавшей реальное влияние на решение широкого круга проблем репутации и других задач, которые ставят перед собой PR коммуникации
Campaign	В данной категории участвуют проекты, использующие несколько медиа платформ в рамках кампании, инициируемой, проводимой или управляемой на основе PR. Критерием оценки выступает то, насколько успешно были интегрированы выбранные элементы или каналы на протяжении всей кампании, и насколько хорошо они взаимодополняли друг друга в целях трансляции месседжа бренда и / или формирования мнения потребителей
Internal Communications	Проекты по вовлечению во внутрикорпоративные коммуникации и активности, предназначенные для установления более тесной связи между сотрудниками и ценностями компании. Работы будут оцениваться на предмет того, насколько успешно предпринятые действия привели к ожидаемым и измеримым результатам, росту лояльности сотрудников и повышению эффективности бизнеса
Sponsorship & Brand Parnership	Работы, в которых использовались спонсорские и/или партнерские программы для достижения определенной бизнес-цели или осведомленности о бренде, а также для улучшения имиджа бренда или компании
Real-time Response	PR-активность бренда или компании в реальном времени в ответ на актуальные события, ивенты, проблемные ситуации, мировые и локальные новости
Breakthrough on a Budget	Стратегическое и креативное использование небольших бюджетов и / или ресурсов для достижения максимальной отдачи с помощью PR.
Non-profit / charity	PR-проекты, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)

white square

DIRECT	Таргетированные, нацеленные на получение обратной связи креативные коммуникации. Работы должны демонстрировать использование инсайта и / или данных как части стратегии по вовлечению конкретных целевых групп, развитию взаимоотношений с потребителями, побуждению их к действию, приносящему измеримые результаты. Критериями оценки выступают: идея 30%, стратегия 20%, воплощение в жизнь 20%, результаты 30%
Channels	Работы в данной категории будут оцениваться на основании того, насколько хорошо был использован тот или иной медиа канал как часть директ коммуникации бренда
Data	Работы в данной категории должны демонстрировать, как директ кампания была усилена или стимулирована за счет креативного использования данных, что улучшило качество работы с клиентами и привело к измеримым результатам
Digital & Social	Работы в данной категории будут оцениваться на основании того, насколько хорошо digital и социальная среда и технологии использовались как часть директ коммуникации бренда
Strategy	Работы в данной категории будут оцениваться на основании того, насколько значительный отклик у потребителей вызвала реализация директ стратегии
Campaign	В данной категории участвуют проекты, использующие несколько медиа платформ в рамках кампании, инициируемой, проводимой или управляемой на основе директ маркетинга. Критерием оценки выступает то, насколько успешно были интегрированы выбранные элементы или каналы на протяжении всей кампании
Breakthrough on a Budget	Стратегическое и креативное использование небольших бюджетов и / или ресурсов для достижения максимальной отдачи с помощью direct-коммуникаций
Non-profit / charity	Direct-проекты, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)

white square

MARKETING SERVICES

INNOVATIONS	Все виды инновационных, нестандартных, выходящих за рамки классических форматов, бренд-коммуникаций
Innovations	Новаторские и креативные решения в маркетинге и рекламе. Использование новых технологий для решения задач бренда. Инновационные креативные кампании, digital инструменты, коммуникационные модели и платформы и любые другие виды рекламы, реализованные посредством любых других каналов коммуникаций

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАТЕГОРИИ MARKETING SERVICES:

Идея 30%, стратегия 20%, воплощение в жизнь 20%, результаты 30%.

Результат может быть представлен в виде конкретных коммерческих данных (может быть в процентных данных) или описания достижения задач проекта (публикации в СМИ, рост узнаваемости бренда и пр.)

В номинации Innovations критерием выступает новизна идеи и ее реализации, использование новых технологий и решений

white square

MARKETING SERVICES

CAMPAIGNS: SECTORS	Рекламные кампании с использованием различных каналов / медиа платформ в разрезе категорий товаров и услуг. Работы будут оцениваться на предмет того, насколько успешно были подобраны и интегрированы выбранные элементы или каналы в ходе всей кампании с учетом специфики рекламируемого товара/услуги.
Food & Drink	Все виды продовольственных товаров и напитков, в том числе, алкогольные и слабоалкогольные напитки.
Other FMCG	Красота, чистящие средства, корм для животных, прочие товары для дома и офиса, другие товары FMCG.
Consumer Durables	Товары для дома, мебель и освещение, игрушки, мода, бытовая техника, другие товары длительного пользования
Automotive	Автомобили, заправки, сервис авто, продажи автомобилей
Healthcare	Лекарственные средства, фарма, велнесс и др.
Retail, e-commerce	Розничная торговля, eCommerce, рестораны, фаст-фуд
Consumer Service & B2B	Все коммерческие услуги, юридические, финансовые, услуги для B2B, консультации и профессиональные услуги, другие бизнес-услуги, внутренние и корпоративные коммуникации
Travel / Leisure	Путешествия, туризм, транспорт, ивенты, музеи и галереи, азартные игры, спорт, игры и другие виды отдыха.
Media / Entertainment	Музыка, кино, телевидение, публикации и СМИ, книги, новости, цифровые платформы, другие медиа
Non-profit/Charity	Кампании независимо от каналов коммуникаций и бюджета, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)

white square

конкурсы и номинации категории MEDIA

CHANNELS	Лучший контекст / среда для креативных коммуникаций. Работы должны демонстрировать инновационную реализацию идей, усиленную выбранной медиа стратегией и медиа-миксом, которые позволили добиться высокой эффективности в продвижении бренда и коммуникации с аудиторией
TV & Other Screens	Использование ТВ и других экранов в качестве основного канала медиа кампании (включая кино, телевидение, бортовые экраны, шоу-румы, выставки, уличные экраны и др.)
Audio Platforms	Использование аудио платформ (радио, подкасты и другие аудио технологии) в качестве основного канала медиа кампании
Print / Outdoor	Использование прессы/наружной рекламы в качестве основного канала медиа кампании
Ambient Media	Использование Ambient медиа (реклама в городской, жилой или офисной среде с помощью нестандартных форматов, использование объектов окружающей инфраструктуры в качестве носителей маркетинговой информации для целевой аудитории) в качестве основного канала медиа кампании
Events	Использование ивентов (фестивалей, концертов, спортивных мероприятий, масштабных и маломасштабных перфоманс-мероприятий) в качестве основного канала медиа кампании
Digital Platforms	Работы в этой категории должны быть основаны на использовании Онлайн платформ (веб-сайты, микросайты, игры, промо-страницы, приложения)
Mobile	Использование мобильных технологий (смартфоны, планшеты, Bluetooth, SMS, MMS, WAP, GPS, мобильные игры и приложения, QR-коды и др.) в качестве ключевого канала коммуникации
Social Platforms	Кампании, которые использовали социальные сети в качестве главного коммуникационного канала при общении со своей аудиторией (социальные сети, блоги, вики-сайты, сайты для обмена видео, хостинг-сервисы)
Technology	Проекты, в которых ключевым фактором эффективного взаимодействия с аудиторией стало использование технологий (AR, VR и др)

white square

MEDIA

Use of Programmatic	Медиа кампании, в которых использование programmatic технологий сыграло решающую роль в успешной реализации коммуникаций
Non-profit / charity	Excellence in Media для проектов, единственным заказчиком / рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)

MEDIA CAMPAIGN	Кампании, в ходе которых для реализации креативных коммуникаций бренда были задействованы различные виды оффлайн и онлайн медиа. Критериями оценки выступают: инсайт и идея 30%, стратегия 20%, воплощение в жизнь 20%, результаты 30%
Integrated Campaign	Кампании, в которых ключевым фактором эффективного взаимодействия с аудиторией стало использование определенного медиа-микса. В работе необходимо обосновать правильность выбранного микса медиа-поддержки и доказать взаимосвязь между выбранным тактическим решением медиа-поддержки и высокой эффективностью проекта
Low Budget Campaign	Критерием оценки работ в данной категории выступает фактор ограниченного бюджета (относительно других кампаний бренда, бюджетов конкурентов, бенчмарков в категории и др). Для определения успеха ключевыми являются показатели отдачи на вложенные в кампанию средства
Influencer Campaign	Кампании, в которых известная персона/агент влияния – селебрити, инфлюенсер, блогер – успешно использовались для привлечения внимания и интереса потребителя к бренду. Необходимо доказать, что эффективность кампании напрямую связана с персоной знаменитости
Non-profit / charity	Media campaign, единственным заказчиком/рекламодателем в которой выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАТЕГОРИИ MEDIA:

Инсайт и идея 30%, стратегия 20%, воплощение в жизнь 20%, результаты 30%. В проектах следует продемонстрировать как проделанная работа достигла желаемого результата

white square

MEDIA

Branded content	В данной категории участвуют проекты, использовавшие брендированный контент для взаимодействия с потребителями. Критерием оценки выступает не сам контент, а роль медиа в создании, использовании и усилении контента
Non-profit / charity	Работы в данной категории должны демонстрировать, как директ кампания была усилена или стимулирована за счет креативного использования данных, что улучшило качество работы с клиентами и привело к измеримым результатам

EXCELLENCE IN MEDIA	Мастерство в поиске инсайта, разработке стратегии, формировании медиа-микса, выборе инструментов вовлечения аудитории с целью реализации успешной медиа-кампании. Критериями оценки выступают: инсайт и идея 20%, стратегия 20%, воплощение в жизнь 30%, результаты 30%
Excellence in Media Insights & Strategy	Критерием оценки работ в данной категории является эффективность в продвижении бренда и коммуникации с аудиторией, благодаря раскрытию инсайта и глубинному пониманию поведения и нужд потребителей. В работе необходимо продемонстрировать уникальность разработанной медиа и коммуникационной стратегии, которая соответствует конкретным бизнес-целям, маркетинговым задачам и общему позиционированию бренда
Excellence in Media Planning	Критерием оценки работ в данной категории является то, насколько успешно были выбраны медиа платформы для передачи сообщения бренда. В работе необходимо обосновать эффективность выбранного тактического решения
Excellence in Media Engagement	Критерием оценки работ в данной категории является эффективность в продвижении бренда и коммуникации с аудиторией, благодаря активному вовлечению аудитории в коммуникацию. В работе необходимо продемонстрировать как медиа/коммуникационное решение стимулировало вовлечение аудитории и показать взаимосвязь показателей вовлеченности в коммуникацию с эффективностью продвижения бренда (бизнес-показатели; имиджевые показатели и тд)
Use of Data	Кампании, созданные на основе анализа данных (BIG DATA). Работы в данной категории должны содержать технологии анализа данных для понимания, таргетирования аудитории, а также для определения наилучших медиаресурсов; персонифицированные креативные сообщения, созданные с учетом индивидуальных особенностей конкретной аудитории

white square

конкурсы и номинации категории DIGITAL

DIGITAL	Коммуникации, в которых технологии являются неотъемлемой частью креативной идеи, а digital медиа – необходимой средой для ее воплощения. Критерии оценки работ включают идею, реализацию идеи, релевантность платформы, результаты
Websites	Корпоративные веб-сайты, микро-сайты, рекламные промо-страницы, интернет-магазины, лендинговые страницы и др.
Interactive projects	Интерактивные видео и другие виды интерактивных digital проектов
Pre-rolls	Видео пре-роллы
Web banners	Интерактивные, статичные веб-баннеры, рекламные сообщения для поисковой и контекстной рекламы
Digital Campaign	Рекламная кампания, реализованная преимущественно в digital среде и содержащая несколько онлайн компонентов. Допускается вовлечение в кампанию оффлайн каналов коммуникации, при этом ядром остается онлайн
Native Advertising	Digital реклама, созданная в уникальном и нативном для конкретного медиа формате
Branded tech and innovations	Использование в коммуникациях бренда инновационных digital технологий (новые реальности, 360º, искусственный интеллект, Advanced Learning Technologies и др)
Digital Craft	В данной категории оцениваются методы креативного и эффективного использования digital инструментов при создании рекламы для онлайн платформ. Работы с высоким качеством исполнения иллюстрации, дизайна, анимации, копирайтинга, UI/UX и др. с учетом digital контекста и особенностей digital среды
Non-profit / charity	Все виды digital-проектов, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)

white square

DIGITAL

MOBILE	Коммуникации, транслируемые посредством мобильных устройств, которые являются неотъемлемой частью креативной идеи и ее воплощения. Критерии оценки включают идею, реализацию идеи, релевантность платформы, результаты
Mobile websites	Мобильные веб-сайты
Apps	Корпоративные мобильные приложения, рекламные приложения
Games	Брендированные игры, игры, созданные с целью продвижения брендов
AR / VR / 360º videos	Использование дополненной или виртуальной реальности в коммуникации бренда, видео 360º
Activation by location / Voice activation	Использование геолокаций для активации мобильной кампании / опыта (GPS, Bluetooth, NFC, push notifications (e.g. iBeacon) и др). Использование голосовых помощников в мобильной среде
Advanced Learning Technologies	Интеллектуальные технологии, основанные на mobile (AI, чат-боты, распознавание лиц, облачные технологии и др)
Mobile Tech and Innovations	Использование инновационных mobile технологий в коммуникациях бренда
Non-profit / charity	Все виды mobile-проектов, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)

SOCIAL & INFLUENCER	Коммуникации в социальных сетях, кампании с использованием селебрити и инфлюенсеров. Работы должны продемонстрировать как вовлечение, охват и креативное использование социальных сетей, привлечение бренд-амбассадоров и инфлюенсеров способствовали успешным проектам
Social Campaigns	Кампании, в которых основным каналом коммуникаций выступали социальные сети и платформы

white square

DIGITAL

Co-creation & Users Generated Content	Активность бренда в социальных сетях, направленная на вовлечение в бренд, коллаборацию с брендом, создание UGC
Real-time Response	Активность в социальных сетях, которая использует социальные платформы в ответ на мировые события, новости и другие события в реальном времени, способствуя вовлечению и активному участию потребителей/пользователей
Influencer Campaign	Кампании, основным элементом коммуникации в которых было взаимодействие с инфлюенсером, селебрити, бренд-амбассадором
Targeted Communication	Активность в социальных сетях, направленная на определенные группы или лица на основе социальных представлений таких как поведение/привычки, интересы, географическое положение и т. д. Это может включать, но не ограничивается, нативную рекламу, программатик-кампании. В этом конкурсе будет оцениваться, как таргетирование аудитории и коммуникация с определенной аудиторией способствовала достижению результатов
Social Business & Commerce	Проекты, которые использует социальные сети и платформы для электронной и мобильной коммерции для достижения бизнес-результатов
Non-profit/Charity	Все виды проектов в социальных сетях, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)

CREATIVE DATA	Коммуникации, построенные на основе взаимодействия идей и информации. Работы должны демонстрировать, как креативное использование, интерпретация и анализ данных способствовали повышению эффективности коммуникаций бренда. Критериями оценки выступают: стратегия 30%, использование данных 30%, инновации 20%, результаты 20%
Data-enhanced Creativity	Креативные кампании, добившиеся успеха за счет использования данных или методов, основанных на данных. Успехом является как улучшение потребительского опыта, так и коммерческие результаты

white square

DIGITAL

Data driven Targeting	Креативное использование или интерпретация данных для обеспечения эффективного таргетинга
Data storytelling	Кампании, в которых данные способствовали созданию успешной интерактивной истории бренда / потребителя
Use of Real-time Data	Данные, созданные или используемые в режиме реального времени, обеспечивающие динамику контента или непрерывную коммуникацию с потребителем
Social Data & Insight	Креативная интерпретация данных, полученных из социальных сетей, с целью таргетинга, вовлечения или развития отношений с конкретной аудиторией или сообществом. Оценивается инсайт, полученный благодаря стратегическому использованию социальных данных и связанных с ними методов таргетирования
Non-profit / charity	Creative data-проекты, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАТЕГОРИИ DIGITAL:

Идея, реализация идеи, релевантность платформы, результаты

В категории SOCIAL & INFLUENCER будет оцениваться как вовлечение, охват и креативное использование социальных сетей, привлечение бренд-амбассадоров и инфлюенсеров способствовали успешным проектам

В категории CREATIVE DATA критериями оценки выступают: стратегия 30%, использование данных 30%, инновации 20%, результаты 20%

COMMUNICATION	
Film	Все виды видеорекламы. Работы должны демонстрировать отличное креативное решение и реализацию/продакшен, предназначенное для экранов (ТВ, кино, онлайн, outdoor)
Print&Outdoor	Все виды печатной и наружной рекламы
Radio&Audio	Все виды аудио-рекламы. Работы должны демонстрировать идею, направленную на то, чтобы донести сообщение бренда с помощью аудио-рекламы
Branded Content	Креативные коммуникации, транслирующие месседж бренда и вовлекающие аудиторию в бренд посредством развлекательного, информационного и др. контента. При оценке работ прежде всего учитывается оригинальность созданного контента и его креативное исполнение, учитывая качество сторителлинга
Communication Design	Коммуникация бренда с помощью дизайна и брендинга. Работы должны демонстрировать успешное использование дизайн-решений для позиционирования бренда и передачи его ключевых месседжей потребителю посредством уникальной визуальной айдентики
Packaging Design	Решения в дизайне упаковки. Работы должны демонстрировать успешное применение дизайна упаковки / этикетки для позиционирования бренда и привлечения внимания потребителей к продукту

DIGITAL & MOBILE	
Digital Tools	В данной номинации оцениваются инструменты и решения, использованные при создании рекламы на digital платформе, а также результаты, достигнутые с помощью таких решений

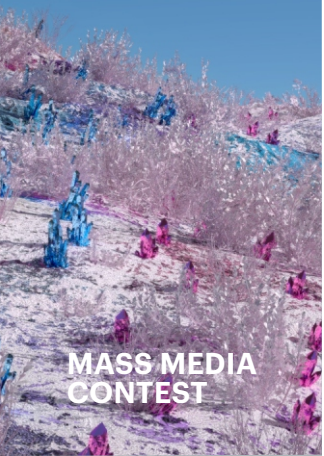
white square

MASS MEDIA CONTEST

INTEGRATED CAMPAIGNS	
Omni-channel Campaign	Интегрированная рекламная кампания, реализованная на различных платформах, с креативным использованием нескольких каналов и инструментов коммуникаций, демонстрирующая, как выбранные медиа дополняют друг друга
Brand Launch / Re-launch Campaign	Кампании по выводу на рынок нового бренда / по перезапуску (ребрендингу) существующего бренда
Brand Loyalty Campaign	Интегрированная рекламная кампания с целью поддержания имиджа бренда и лояльности потребителей
Breakthrough on a Budget	Кампании с малым бюджетом. Критерии малого бюджета могут быть определены участником самостоятельно
Selfpromo	Кампания по селф-промоушену рекламных агентств, продакш-студий, СМИ и др
Creative Strategy	Проекты, демонстрирующие, как стратегическое планирование переопределяет бренд, перестраивает бизнес и влияет на потребителя, как благодаря исключительной интерпретации проблемы бизнеса / бренда, глубокому анализу и интерпретации данных, прорывному мышлению и трансформационному решению проблем появилась инновационная креативная стратегия бренда

CHANGE FOR GOOD. BRANDS	Креатив, который меняет мир к лучшему. К участию принимаются проекты, реализованные коммерческими брендами
Health & Safety	Проекты коммерческих брендов в сфере охраны здоровья и безопасности

white square



MASS MEDIA CONTEST

Mobile Tools	В данной номинации оцениваются инструменты и решения, использованные при создании рекламы для мобильных девайсов, а также результаты, достигнутые с помощью таких решений.
Digital & Mobile Campaign	Рекламная кампания, реализованная преимущественно в digital и mobile среде
Social & Influencer Campaign	Кампании в социальных сетях, кампании с использованием селебрити и инфлюенсеров

REACH	
Brand Experience & Activation	Создание комплексной бренд-коммуникации посредством использования возможностей промо-активаций, погружения в бренд, розничной торговли, дизайн экспириенса и вовлечения потребителей на 360°. Работы должны демонстрировать, каким образом customer journey, бренд экспириенс и оптимизация точек контакта с потребителем привели к повышению привлекательности бренда и коммерческим результатам
PR	Коммуникации бренда с использованием PR-технологий и решений всех видов
Direct	Таргетированные, нацеленные на получение обратной связи креативные коммуникации, прямые коммуникации с потребителем
Use of Media	В этом конкурсе будет оцениваться, как использование медиа-размещения, выбор медиа-каналов способствовали достижению бизнес-результатов бренда

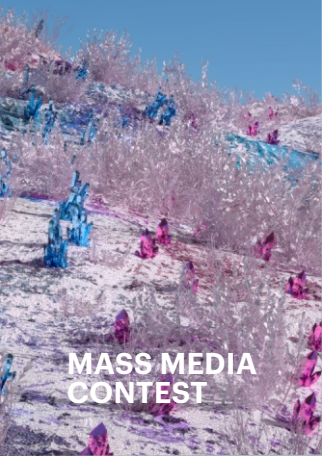
white square

MASS MEDIA CONTEST

Environment	Кампании, направленные на сохранение и защиту окружающей среды, реализованные с помощью коммерческих брендов/компаний
Gender Equality	Проекты, реализованные коммерческими брендами, направленные на недопущение гендерной дискриминации, на достижение гендерного равенства и расширения прав и возможностей для всех
Social Projects	Проекты коммерческих брендов, направленные на защиту прав детей, бездомных, расовые отношения, жестокое обращение с животными и т. д.
Prosperity	Проекты брендов, направленные на экономический рост, процветание, развитие той или иной индустрии, развитие образования и т.д.
COVID-19 Communications	Проекты брендов, направленные на оказание помощи по преодолению последствий COVID-19, вакцинацию населения
Other Projects	Все другие виды социальных проектов, реализованные коммерческими брендами, не вошедшие в перечисленные категории

CHANGE FOR GOOD. NON-PROFIT, CHARITY, GOVERNMENT	Креатив, который меняет мир к лучшему. К участию принимаются проекты, реализованные некоммерческими организациями, фондами, государственными структурами
Health & Safety	Проекты некоммерческих организаций в сфере охраны здоровья и безопасности
Environment	Кампании, направленные на сохранение и защиту окружающей среды, реализованные для или с помощью некоммерческих организаций, государственных органов, фондов
Gender Equality	Проекты, реализованные некоммерческими организациями, направленные на недопущение гендерной дискриминации, на достижение гендерного равенства и расширения прав и возможностей для всех

white square



MASS MEDIA CONTEST

Social Projects	Проекты некоммерческих организаций, направленные на защиту прав детей, бездомных, расовые отношения, жестокое обращение с животными и т. д.
Prosperity	Проекты некоммерческих организаций, фондов, государственных организаций, направленные на экономический рост, процветание, развитие той или иной индустрии, развитие образования и т.д.
COVID-19 Communications	Проекты некоммерческих организаций, направленные на оказание помощи по преодолению последствий COVID-19, вакцинацию населения
Other Projects	Все другие виды социальных проектов, реализованные некоммерческими организациями, не вошедшие в перечисленные категории

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ:

Mass Media Contest будет оцениваться с позиции масс-меди специальным составом жюри, который состоит из представителей профильных средств массовой информации разных стран

В конкурсах CHANGE FOR GOOD. BRANDS и CHANGE FOR GOOD. NON-PROFIT, CHARITY, GOVERNMENTосновным критерием оценки работ выступает креативная идея, сила ее воздействия на изменение моделей общественного поведения и успешность в привлечении внимания к актуальным проблемам социума и окружающей среды

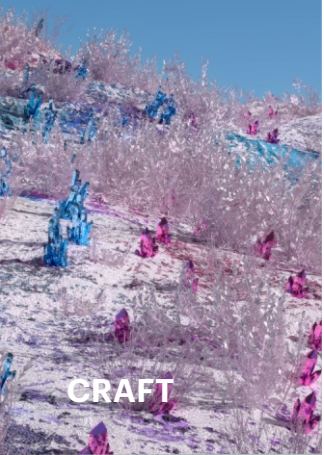
white square

конкурсы и номинации категории CRAFT

FILM CRAFT	Мастерство в создании рекламного видео. Конкурсные работы должны демонстрировать исключительный уровень кинопроизводства, каким образом технические навыки и мастерство в продакшене / постпродакшене улучшили воплощение идеи в жизнь
Direction	Вклад режиссуры в создание видео, преломление креативного брифа через призму видения режиссера и насколько хорошо это видение воплощено в ролике
Script	Сценарий, то, как он прописан и насколько успешно доносит креативную идею и способствует ее реализации
Art Direction	Эстетика производственного дизайна / арт-дирекшена
Cinematography	Качество и эффектность кинематографии
Editing	Техническое и креативное качество монтажа
Use of Music & Sound Design	Роль оригинальных музыкальных композиций либо лицензионной или адаптированной музыки в создании атмосферы видео. Креативное использование саунд-дизайна в видеорекламе
Animation	Эстетичность анимации, использованной при создании видео
Visual effects	Создание киносреды посредством использования визуальных эффектов

PRINT & OUTDOOR CRAFT	Конкурсные проекты должны демонстрировать красиво выполненное воплощение идеи в жизнь, высокий уровень владения художественными техниками. Критерием оценки выступает реализация идеи
Typography	Работы в данной категории оцениваются на основании того, как эстетика дизайна и сторителлинга переданы посредством типографики
Art Direction	Работы в данной категории оцениваются на основании общего дизайн решения, арт-дирекшена и визуального исполнения

white square



CRAFT

Illustration	Работы в данной категории оцениваются на основании креативности воздействия иллюстрации
Photography	Работы в данной категории оцениваются на основании вовлечения аудитории, достигнутого посредством творческого самовыражения через фотографию
Copywriting	Работы в данной категории оцениваются на основании того, как копирайтинг повлиял на воплощение идеи в жизнь

EXCELLENCE IN RADIO & AUDIO	Мастерство в реализации радио & аудиоконтента. Критерием оценки выступает реализация идеи
Excellence in Radio & Audio	Техника и мастерство в реализации аудиоконтента: оригинальная музыка / песня, звуковое оформление, перформанс, брендированные аудио-элементы, звуковые эффекты, сэмплы и др.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАТЕГОРИИ CRAFT:

Мастерство реализации проектов, уровень продакшена, а также каким образом технические навыки и мастерство в продакшене/ постпродакшене улучшили воплощение идеи в жизнь

Критерием оценки выступает реализация идеи

white square

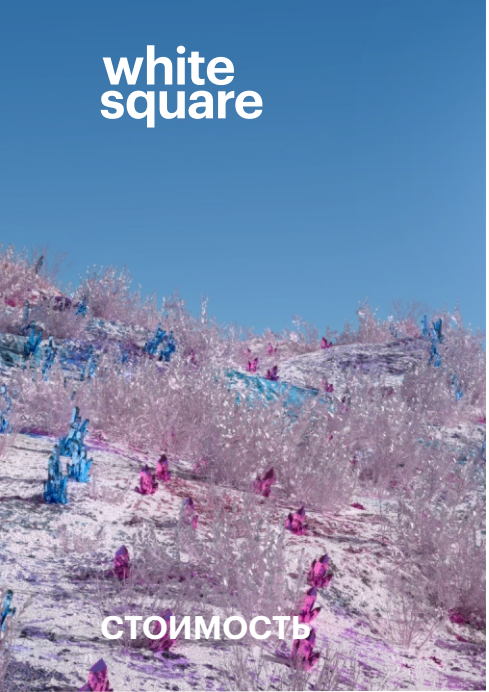
конкурсы и номинации категории MARKETING EFFECTIVENESS

MARKETING EFFECTIVENESS	Измеримый вклад креатива в развитие бизнеса. Работы должны демонстрировать выдающиеся результаты в краткосрочной / долгосрочной перспективе, показывать, как проделанная работа способствовала ощутимому повышению эффективности бизнеса, стала причиной культурных изменений и стала неотъемлемой частью достижений целей бренда
Short-term Creative Effectiveness	В данной категории участвуют кампании/проекты, демонстрирующие высокие бизнес-результаты благодаря креативности и доказывающие свою эффективность в краткосрочной перспективе (до 6 месяцев)
Long-term Creative Effectiveness	В данной категории участвуют кампании/проекты, демонстрирующие высокие бизнес-результаты благодаря креативности и доказывающие свою эффективность в долгосрочной перспективе (от 6 месяцев до нескольких лет)
Brand Launch/ re-launch Campaign	Кампании по эффективному запуску/перезапуску бренда/торговой марки
Breakthrough on a Budget	Стратегическое и креативное использование небольших бюджетов и / или ресурсов для достижения максимальной отдачи

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАТЕГОРИИ MARKETING EFFECTIVENESS:

Идея 25%, стратегия 25%, результаты 50%, достигнутые с помощью креативного или маркетингового решения

white square



СТОИМОСТЬ

Creative / Branding / Marketing Services / Media / Digital / Craft / K. INTEGRATED / MASS MEDIA CONTEST

230
по 29.08.2022

Marketing Effectiveness

450
по 29.08.2022

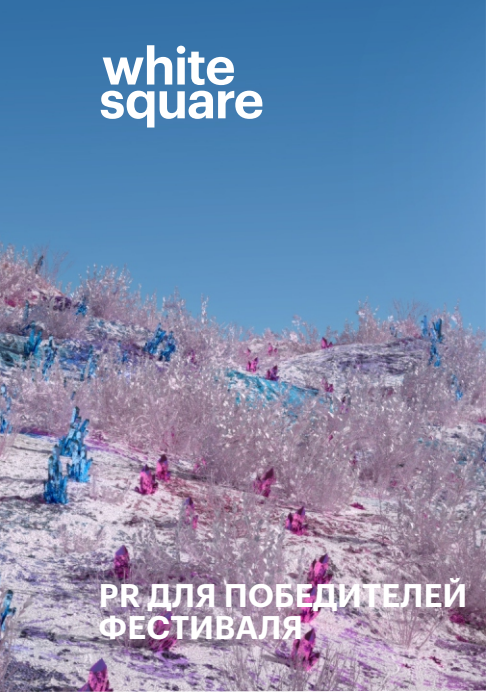
30%	10%	15%	20%
— 3 и более работ из одной серии	— 5 и более работ	— 10 и более работ	— 20 и более работ

Указанные скидки за объем работ и за работы в серии не суммируются

Цены указаны в EURO. К СТОИМОСТИ ПРИБАВЛЯЕТСЯ НДС 20%

Для того, чтобы принять участие в конкурсной программе фестиваля, необходимо зарегистрироваться на сайте, загрузить ваши конкурсные работы в личном кабинете, запросить договор на оплату либо выбрать опцию «оплатить картой» (оплата картами Visa и Mastercard осуществляется через платежный сервис webpay.by)
Оплата возможна в белорусских рублях, российских рублях, гривнах, евро, долларах США
По вопросам заключения договоров и оплаты обращайтесь по эл. почте info@adfest.by

white square

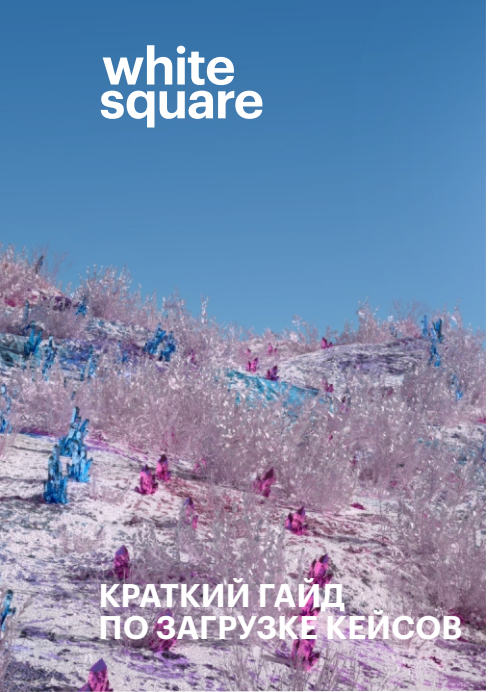


PR ДЛЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ ФЕСТИВАЛЯ

Агентства-участники фестиваля ежегодно получают широкое продвижение в индустриальных медиа более 35 стран мира

Более 50-ти публикаций новости о победителях фестиваля позволяет привлечь внимание международного сообщества, в том числе, рекламодателей, к работам агентств

white square



КРАТКИЙ ГАЙД ПО ЗАГРУЗКЕ КЕЙСОВ

ОЗНАКОМЬТЕСЬ С КОНКУРСНОЙ ПРОГРАММОЙ И ПРАВИЛАМИ ЗАГРУЗКИ РАБОТ

Обращаем ваше внимание, что к участию в фестивале допускаются работы, созданные и реализованные в период с с 1 января 2021 года по 15 ноября 2022 кроме работ, принимавших участие в фестивале White Square ранее

ЗАРЕГИСТРИРУЙТЕСЬ НА САЙТЕ ФЕСТИВАЛЯ

Если вы уже зарегистрированы, войдите в свой личный кабинет

НАЖМИТЕ КНОПКУ "ПОДАТЬ РАБОТУ"

ВЫБЕРИТЕ КОНКУРС И НОМИНАЦИЮ

ОЗНАКОМЬТЕСЬ С ТРЕБОВАНИЯМИ К ЗАГРУЖАЕМЫМ МАТЕРИАЛАМ ВЫБРАННОЙ ВАМИ НОМИНАЦИИ

ЗАПОЛНИТЕ ФОРМУ ЗАЯВКИ

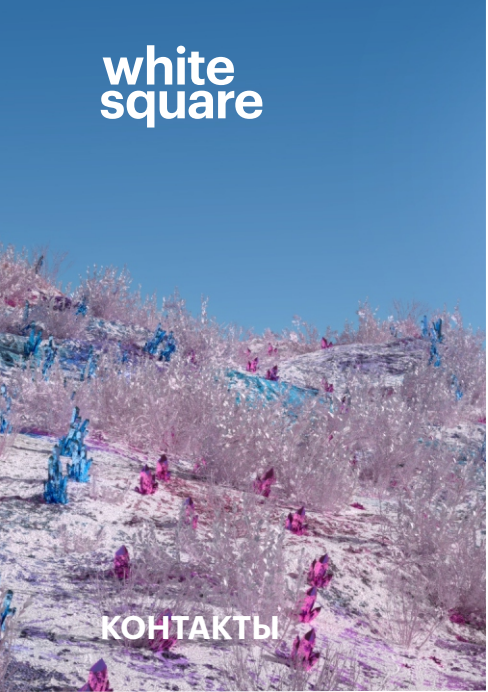
Внимательно заполните все поля заявки и прикрепите необходимые материалы. Все загружаемые материалы должны быть на английском языке, или содержать английские субтитры. Не забудьте активировать чек-бокс "Отображать на сайте", чтобы ваш проект отобразился в разделе "Работы" после его открытия, если проект может быть открыт для всеобщего обозрения. Активируйте чек-бокс "Черновик", чтобы иметь возможность редактировать заявку позже (если планируете его редактировать). Если редактирование не планируется, работа будет автоматически отправлена на модерацию. Нажмите "Готово", чтобы заявка загрузилась на сайт. Материалы не должны содержать упоминания агентства, если это не селф-промо

Если ваш проект соответствует другим категориям, вы можете дополнительно подать его в подходящие номинации на рассмотрения другим составам жюри, что может увеличить ваши шансы на победу

ОЖИДАЙТЕ МОДЕРАЦИИ И ПРИСТУПАЙТЕ К ОПЛАТЕ

В процессе модерации мы проверяем заявку на соответствие требованиям фестиваля. Это может занять до 3 рабочих дней

white square



КОНТАКТЫ

По вопросам участия в конкурсной программе:
konkurs@adfest.by

По вопросам сотрудничества и партнерства:
festival@adfest.by

info@adfest.by

По вопросам договоров и оплаты:
info@adfest.by

Telegram технической поддержки - @white_square_festival