



**white
square**

International
Advertising and
Marketing Festival

ENTRY KIT

**white
square**



СОДЕРЖАНИЕ

О ФЕСТИВАЛЕ.....	3
РЕЙТИНГИ.....	4
ЖЮРИ.....	5
ФОРМАТ СУДЕЙСТВА.....	6
PR ДЛЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ ФЕСТИВАЛЯ.....	8
КОНКУРСЫ.....	9
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ CREATIVE.....	11
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ BRANDING.....	20
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ MARKETING SERVICES.....	24
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ MEDIA.....	31
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ DIGITAL.....	34
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ MASS MEDIA CONTEST.....	38
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ CRAFT.....	44
КОНКУРСЫ И НОМИНАЦИИ КАТЕГОРИИ MARKETING EFFECTIVENESS.....	46
СТОИМОСТЬ.....	47
ЧЕК-ЛИСТ ПО ЗАГРУЗКЕ КЕЙСОВ.....	48
КОНТАКТЫ.....	49

white square



Международный Фестиваль маркетинга и рекламы Белый Квадрат/White Square – один из признанных по всему миру международных фестивалей креативности, конкурсы которого охватывают весь спектр индустрии коммуникаций.

Более 15 лет Фестиваль Белый Квадрат, продвигая креатив, поддерживает свежие идеи и объединяет людей в индустрии коммуникаций разных стран.

Ежегодно в Фестивале принимают участие агентства и бренды из более 35 стран мира, в том числе, Европы, США, Китая, региона MENA, стран СНГ, Азии, Латинской Америки и других, демонстрируя инновационные решения и идеи, взамен получая вдохновение и профессиональную оценку международного состава жюри

Награды Фестиваля являются желанными для агентств и авторов креативных проектов по всему миру, поскольку участники получают профессиональную оценку международного состава жюри и вдохновение на развитие в креативной индустрии.

white square



ФЕСТИВАЛЬ WHITE SQUARE ВХОДИТ В РЕЙТИНГИ:

Глобальный рейтинг креативности AdForum Business Creative Report

Глобальный рейтинг TopFice

Рейтинг креативности АКАР во всех сегментах

Рейтинг эффективности АКАР коммуникационных и медийных агентств

Рейтинг креативности АКМА

Рейтинг креативности стран Центральной Азии и Азербайджана

white square

ОЦЕНИВАТЬ КОНКУРСНЫЕ РАБОТЫ WHITE SQUARE 2024 БУДУТ ШЕСТЬ СОСТАВОВ МЕЖДУНАРОДНОГО ЖЮРИ:

CREATIVE JURY
BRANDING JURY
MARKETING & DIGITAL JURY
MEDIA JURY
MASS MEDIA JURY
CRAFT JURY

Жюри Фестиваля представлено профессионалами с многочисленными наградами за свои яркие проекты. В состав жюри Фестиваля входят опытные эксперты, члены жюри престижных фестивалей креативности по всему миру, в том числе, Cannes Lions. Ежегодно члены жюри Фестиваля отмечают высокий уровень и разнообразие конкурсных работ.

Участие в Фестивале дает возможность быть оцененными профессионалами мирового уровня как для крупных сетевых агентств, так и для локальных, основным критерием оценки является идея, креатив и их реализация, а также эффективность в соответствующих конкурсах.

white square



РЕГЛАМЕНТ ОЦЕНКИ КОНКУРСНЫХ ПРОЕКТОВ СОСТАВАМИ ЖЮРИ:

CREATIVE JURY судит работы в категориях CREATIVE: конкурсы film, print, radio & audio, outdoor, integrated, branded content & entertainment, creative use of media, film.sectors, print.sectors, outdoor.sectors

BRANDING JURY оценивает работы в категориях BRANDING: communication design, packaging design, digital & interactive design, product design, brand environment design

MARKETING and DIGITAL JURY судит работы в категориях MARKETING EFFECTIVENESS, MARKETING SERVICES, DIGITAL: конкурсы brand experience & activation, PR, direct, campaigns: sectors, innovations, creativity driven transformation, digital, mobile, social & influencer, creative data

MEDIA JURY оценивает работы в категории MEDIA: channels, excellence in media, media campaign

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

CRAFT JURY оценивает категорию CRAFT: film craft, print & outdoor craft, excellence in radio & audio

white square



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



PR ДЛЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ ФЕСТИВАЛЯ

Призеры и победители Фестиваля Белый Квадрат/White Square ежегодно публикуются на официальном сайте Фестиваля и многочисленных индустриальных медиа более 35-ти стран мира. Публикации способствуют продвижению агентств и лучших идей в международном креативном сообществе.

white square



К участию в Фестивале допускаются работы, созданные и реализованные в период с 1 января 2023 года по 15 мая 2024 кроме работ, принимавших участие в Фестивале Белый Квадрат ранее, если они подаются в одну и ту же номинацию

**ДЕДЛАЙН ПРИЕМА РАБОТ:
15 МАЯ 2024**

white square

КОНКУРСНАЯ ПРОГРАММА ФЕСТИВАЛЯ 2024 ВКЛЮЧАЕТ 38 КОНКУРСОВ, 243 НОМИНАЦИИ:

CREATIVE

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

BRANDING

Категория 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

Категория 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

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

DIGITAL

Категория DIGITAL включает более 30 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





CREATIVE

F. 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
F1 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.
F2 Online	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
F3 Innovation in Film	Инновационное использование видео для донесения сообщения бренда независимо от канала размещения
F4 Pre-rolls	Видео пре-роллы
P. PRINT	Креатив в печатной рекламе. Работы должны демонстрировать оригинальность и мастерство креативных идей, вызывающих к потребителю с печатных страниц. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение
P1 Print	Печатная реклама, включая, но не ограничиваясь, рекламными постерами, афишами, буклетами, каталогами и др.
P2 Publications	Оригинальные печатные СМИ, включая журналы, обложки, книги, созданные в коммерческих или некоммерческих целях, а также digital публикации, включая ebooks, онлайн журналы и др.



CREATIVE

R. RADIO & AUDIO	Креатив в радиорекламе и аудиоконтенте. Работы должны демонстрировать идеи, предназначенные для успешной трансляции сообщения бренда через звуковое воздействие, аудио инноваций и блестящего аудио сторителлинга. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение
R1. 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.
O. 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 сообщения бренда и погружения потребителей в опыт бренда. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение
O1 Billboards	Классические двухмерные рекламные щиты, размещенные в стандартных местах (обочины дорог, шоссе и т.д.)
O2 Posters	Классические постеры для размещения в общественных местах, включая супермаркеты, торговые центры, аэропорты и др.
O3 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 персонализированных или данных в режиме реального времени, включая управляемую данными визуализацию, обновляемые / реагирующие изображения, ситуативный контент (погода и т д) и др.
O4 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



CREATIVE

O5 Transit	Нестандартная реклама или реклама свободного формата с использованием транспортных средств или транзитных площадок/локаций. В работе может быть показано использование автомобилей, поездов, автобусов, такси, грузовиков, самолетов и т. д. или нестандартных рекламных площадок для общественного транспорта и пригородных поездов, таких как автостоянки, аэропорты, автобусные и железнодорожные вокзалы, паромные порты, дороги и подъездные пути.
O6 Live Advertising & Events	Аут-оф-хоум активации, которые происходили в режиме реального времени. Работа может включать оформление концертов, промо-мероприятий, фестивалей и других ивентов и событий.
K. 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 сообщений 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%
K1 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
K2 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



CREATIVE

K3 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.
K4 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.
K5 Brand Loyalty Campaign	Интегрированная рекламная кампания с целью поддержания имиджа бренда и лояльности потребителей.
K6 Breakthrough on a Budget	Стратегическое и креативное использование небольших бюджетов и / или ресурсов для достижения максимальной отдачи.
K7 Selfpromo	Кампания по селф-промоушену рекламных агентств, продакш-студий, СМИ и др.
K8 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.
K9 Collaboration of Brands	Кампании, в которых участвовали 2 или более бренда, и смогли добиться win-win результатов для брендов.
K10 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.



CREATIVE

U. CREATIVE USE OF MEDIA	Работы в данной категории должны демонстрировать креативное использование медиа-решений или медиа-каналов для решения задач бренда. При оценке работ именно креативное использование медиа-решений будет основным фактором.
U1 TV & Other screens	Креативное использование такого медиа-канала, как ТВ и/или все виды экранов.
U2 Audio Platforms	Креативное использование всех типов аудио-платформ
U3 Print/Outdoor	Креативное использование печатной и наружной рекламы.
U4 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).
U5 Events	Нестандартное использование оффлайн или онлайн ивентов для продвижения бренда.
U6 Digital & Mobile Platforms	Креативное использование диджитал и мобильных платформ как медиа-канала.
U7 Social Platforms	Креативное использование социальных сетей как медиа-канала.
U8 Use of Channel Integration	Использование микса 2-х или более типов медиа. Работа должна демонстрировать, как благодаря решению использовать сочетание медиа-каналов, была достигнута цель кампании или проекта.
U9 Non-profit/Charity	Креативное использование всех видов медиа-каналов, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации).



CREATIVE

N. 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.
N1 Visual branded content	Брендовые 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.
N2 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.
N3 Interactive branded content	Брендовый контент, созданный для online среды с использованием интерактивных технологий (брендовые игры, мобильные приложения, AR / VR, online видео и др.)
N4 Branded events	Брендовые мероприятия, ивенты, проводимые при спонсорстве бренда (спортивные соревнования, фестивали, презентации и др).
N5 Brand experience	Другие виды брендовых коммуникаций и вовлечения в бренд посредством развлекательного, информационного и иного контента.
N6 Brand Integration & Sponsorships/ Partnerships	Интеграция бренда в существующие ивенты/контент, такие как оффлайн или онлайн- ивенты, ТВ-шоу, или другие проекты.
N7 Non-profit / charity	Branded content всех видов, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации).



CREATIVE

FS. FILM.SECTORS	Креатив в видеорекламе для разных типов товаров и услуг. 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.
FS1 Food & Drink	Рекламные ролики для любых видов продовольственных товаров и напитков, в том числе, алкогольные и слабоалкогольные напитки.
FS2 Other FMCG	Красота, чистящие средства, корм для животных, прочие товары для дома и офиса, другие товары FMCG.
FS3 Consumer Durables	Товары для дома, мебель и освещение, игрушки, мода, бытовая техника, другие товары длительного пользования.
FS4 Automotive	Автомобили, заправки, сервис авто, продажи автомобилей.
FS5 Healthcare	Лекарственные средства, фарма, велнесс и др.
FS6 Retail, e-commerce	Розничная торговля, eCommerce, рестораны, фаст-фуд.
FS7 Consumer Service & B2B	Все коммерческие услуги, юридические, финансовые, услуги для B2B, консультации и профессиональные услуги, другие бизнес-услуги, внутренние и корпоративные коммуникации.
FS8 Travel / Leisure	Путешествия, туризм, транспорт, ивенты, музеи и галереи, азартные игры, спорт, игры и другие виды отдыха.
FS9 Media / Entertainment	Музыка, кино, телевидение, публикации и СМИ, книги, новости, цифровые платформы, другие медиа.
FS10 Film for non-profit / charity	Рекламные ролики, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)



CREATIVE

PS. PRINT. SECTORS	Креатив в печатной рекламе для различных видов товаров и услуг. Работы должны демонстрировать оригинальность и мастерство креативных идей, вызывающих к потребителю с печатных страниц. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение.
PS1 Food & Drink	Печатная реклама для любых видов продовольственных товаров и напитков, в том числе, алкогольные и слабоалкогольные напитки.
PS2 Other FMCG	Красота, чистящие средства, корм для животных, прочие товары для дома и офиса, другие товары FMCG.
PS3 Consumer Durables	Товары для дома, мебель и освещение, игрушки, мода, бытовая техника, другие товары длительного пользования.
PS4 Automotive	Автомобили, заправки, сервис авто, продажи автомобилей.
PS5 Healthcare	Лекарственные средства, фарма, велнесс и др.
PS6 Retail, e-commerce	Розничная торговля, e-commerce, рестораны, фаст-фуд.
PS7 Consumer Service & B2B	Все коммерческие услуги, юридические, финансовые, услуги для B2B, консультации и профессиональные услуги, другие бизнес-услуги, внутренние и корпоративные коммуникации.
PS8 Travel / Leisure	Путешествия, туризм, транспорт, ивенты, музеи и галереи, азартные игры, спорт, игры и другие виды отдыха.
PS9 Media / Entertainment	Музыка, кино, телевидение, публикации и СМИ, книги, новости, цифровые платформы, другие медиа.
PS10 Film for non-profit / charity	Все виды печатной рекламы, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)



CREATIVE

OS. OUTDOOR. SECTORS	Креатив в наружной рекламе для различных видов товаров и услуг. Работы должны демонстрировать креативные идеи, воздействующие на потребителя непосредственно в точках размещения и / или креативное использование внешних локаций для успешной трансляции сообщения бренда и погружения потребителей в опыт бренда. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение.
OS1 Food & Drink	Наружная реклама для любых видов продовольственных товаров и напитков, в том числе, алкогольные и слабоалкогольные напитки.
OS2 Other FMCG	Красота, чистящие средства, корм для животных, прочие товары для дома и офиса, другие товары FMCG.
OS3 Consumer Durables	Товары для дома, мебель и освещение, игрушки, мода, бытовая техника, другие товары длительного пользования.
OS4 Automotive	Автомобили, заправки, сервис авто, продажи автомобилей.
OS5 Healthcare	Лекарственные средства, фарма, велнесс и др.
OS6 Retail, e-commerce	Розничная торговля, eCommerce, рестораны, фаст-фуд.
OS7 Consumer Service & B2B	Все коммерческие услуги, юридические, финансовые, услуги для B2B, консультации и профессиональные услуги, другие бизнес-услуги, внутренние и корпоративные коммуникации.
OS8 Travel / Leisure	Путешествия, туризм, транспорт, ивенты, музеи и галереи, азартные игры, спорт, игры и другие виды отдыха.
OS9 Media / Entertainment	Музыка, кино, телевидение, публикации и СМИ, книги, новости, цифровые платформы, другие медиа.
OS10 Film for non-profit / charity	Все виды наружной рекламы, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)



CREATIVE

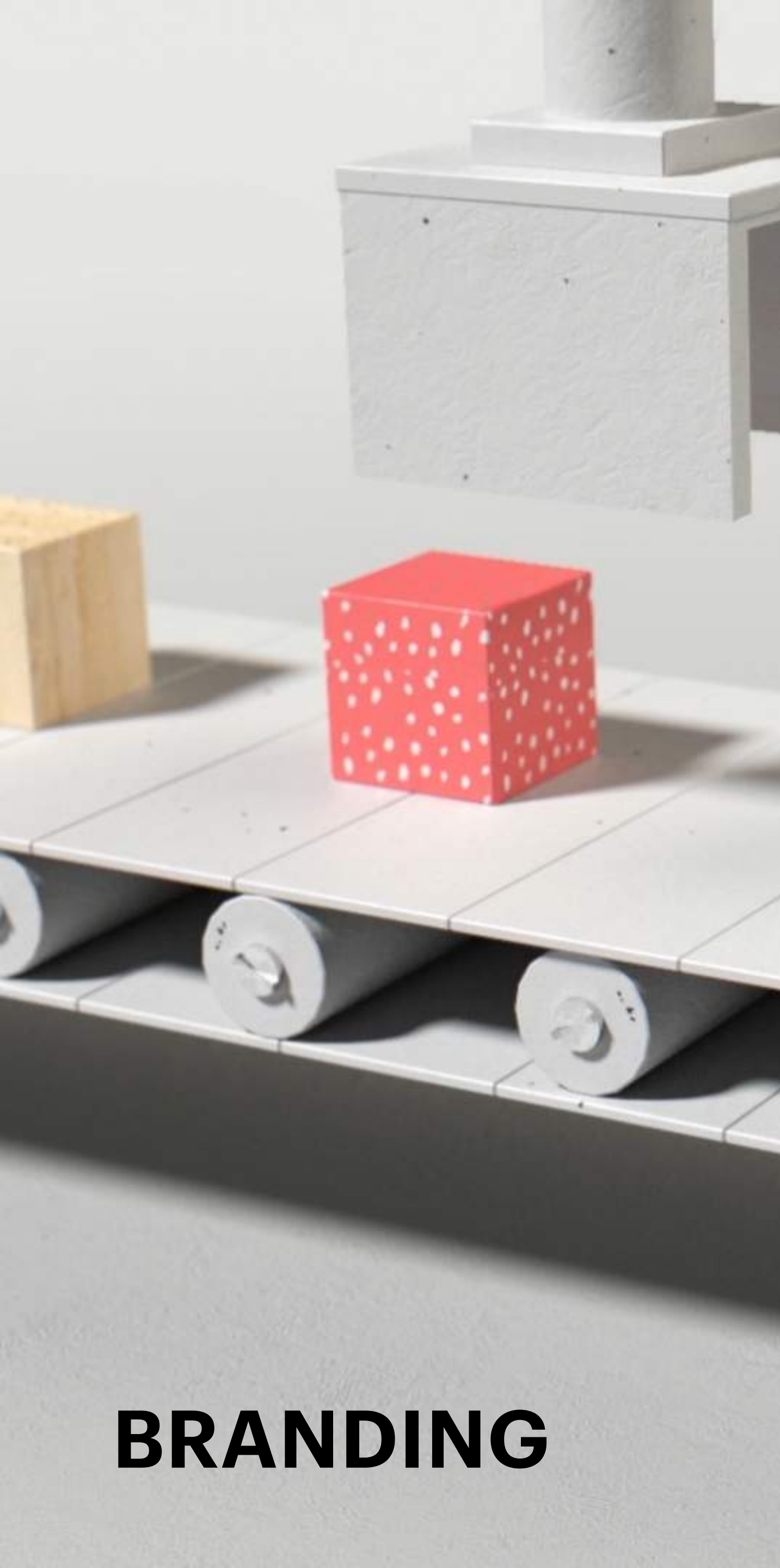
КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАТЕГОРИИ CREATIVE:

В категориях FILM, PRINT, RADIO & AUDIO, OUTDOOR, FILM. SECTORS, OUTDOOR. SECTORS, PRINT. SECTORS 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%

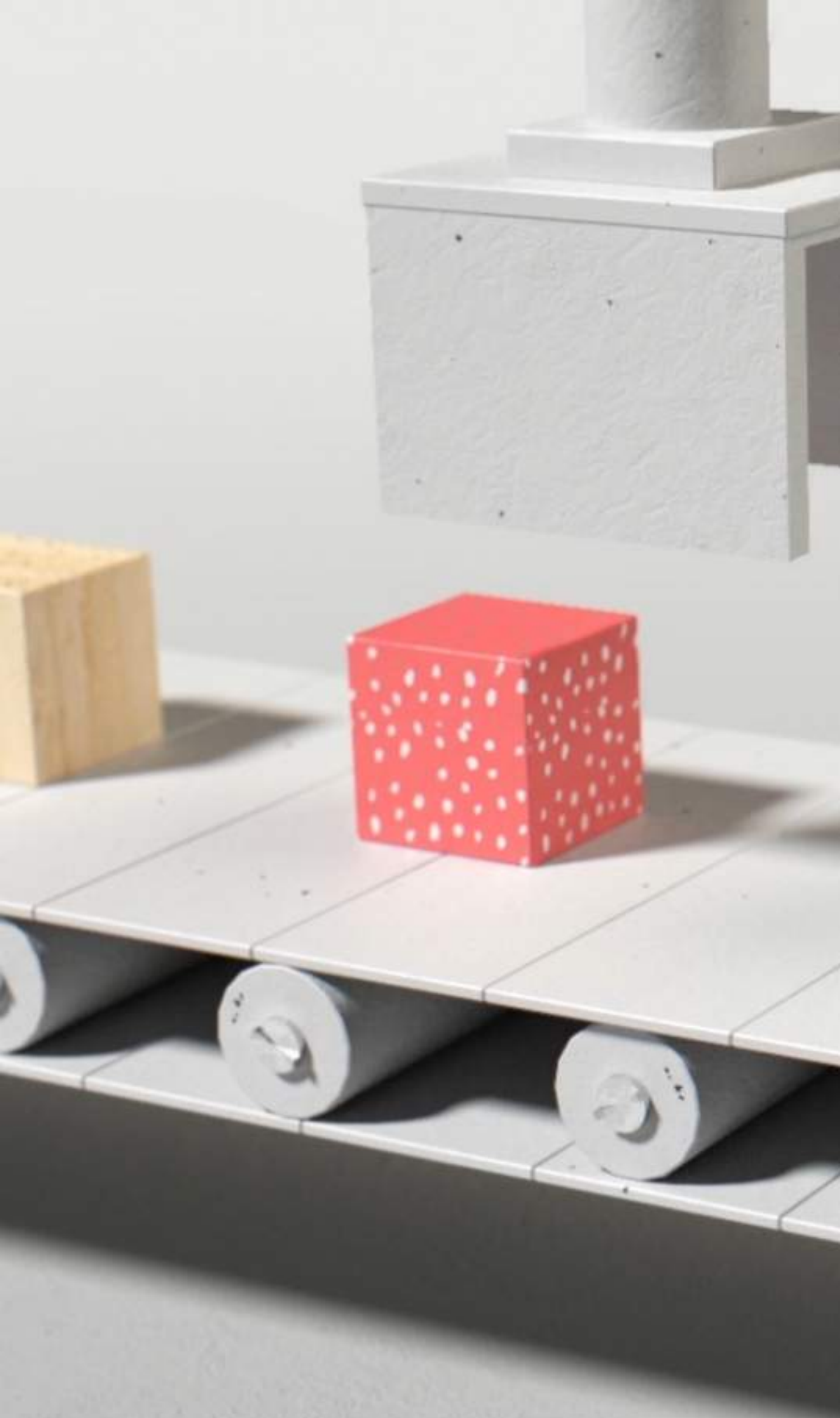
В категории BRANDED CONTENT & ENTERTAINMENT прежде всего учитывается оригинальность созданного контента и его креативное исполнение, учитывая качество сторителлинга и соответствие выбранному каналу коммуникации

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



BRANDING

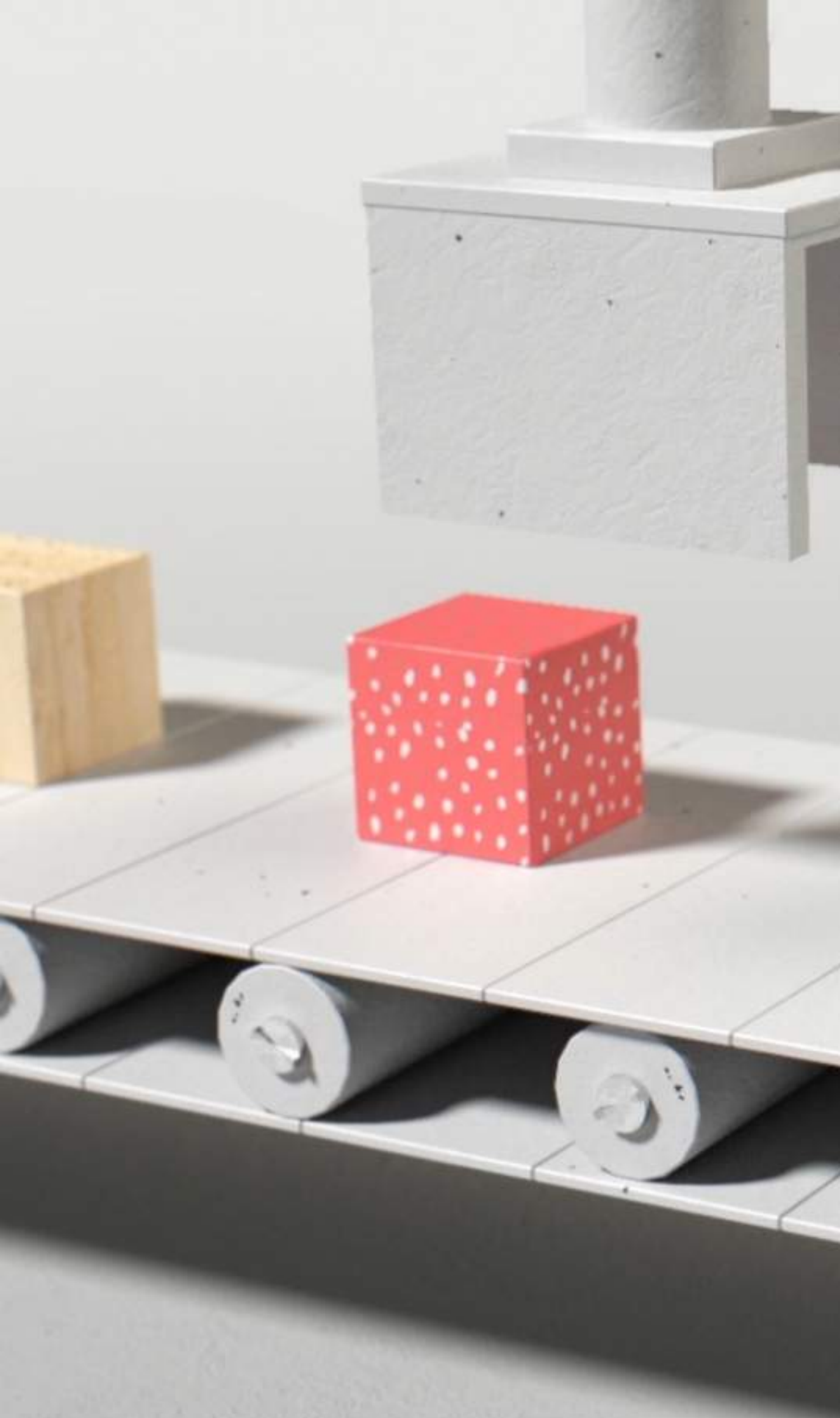
B. COMMUNICATION DESIGN	<p>Креатив в дизайне и брендинге. Работы должны демонстрировать успешное использование дизайн-решений для позиционирования бренда и передачи его ключевых сообщений потребителю посредством уникальной визуальной айдентики. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение.</p>
B1 Creation of New Brand Identity	<p>Создание нового бренда, айдентики для товара, услуги, компании.</p>
B2 Rebrand / Refresh of an Existing Brand	<p>Ребрендинг / рефреш существующего фирменного стиля товара, услуги, компании.</p>
B3 Promotional Printed Materials	<p>Включая, но не ограничиваясь, календарями, открытками, приглашениями, промо-постерами, каталогами, годовыми отчетами, публикациями в СМИ, эксклюзивными изданиями, ограниченными сериями и др.</p>
B4 Promotional Item Design	<p>Включая, но не ограничиваясь, корпоративными сувенирами и бизнес-подарками, промо-продукцией и аксессуарами, формой одежды и др.</p>
B5 Brand Environment & Experience Design	<p>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 / сообщения бренда, транслируемых в определенном пространстве и времени, с объяснением почему этот опыт является значимым и запоминающимся.</p>
B6 Design-driven Effectiveness	<p>Работа, которая принесла измеримые, ощутимые результаты в бизнесе. Проекты должны детализировать, как эффективность была измерена, оценена и продемонстрировать, как проделанная работа способствовала культурным изменениям или стала неотъемлемой частью достижения целей бренда.</p>
B7 Design Craft	<p>Разработка оригинального логотипа, шрифта и типографики, элементов фирменного стиля, авторской иллюстрации, анимированных изображений, крафтового веб-дизайна, и др.</p>



BRANDING

X. PACKAGING DESIGN	Креативные решения в дизайне упаковки. Работы должны демонстрировать успешное применение дизайна упаковки / этикетки для позиционирования бренда и привлечения внимания потребителей к продукту. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение.
X1 Packaging of foodstuffs	Упаковка продуктов питания, безалкогольных и алкогольных напитков.
X2 Packaging of non-food products	Упаковка непродовольственных товаров (непродовольственные товары FMCG, товары длительного пользования).
X3 Innovation in Packaging	Инновационная, нестандартная упаковка.

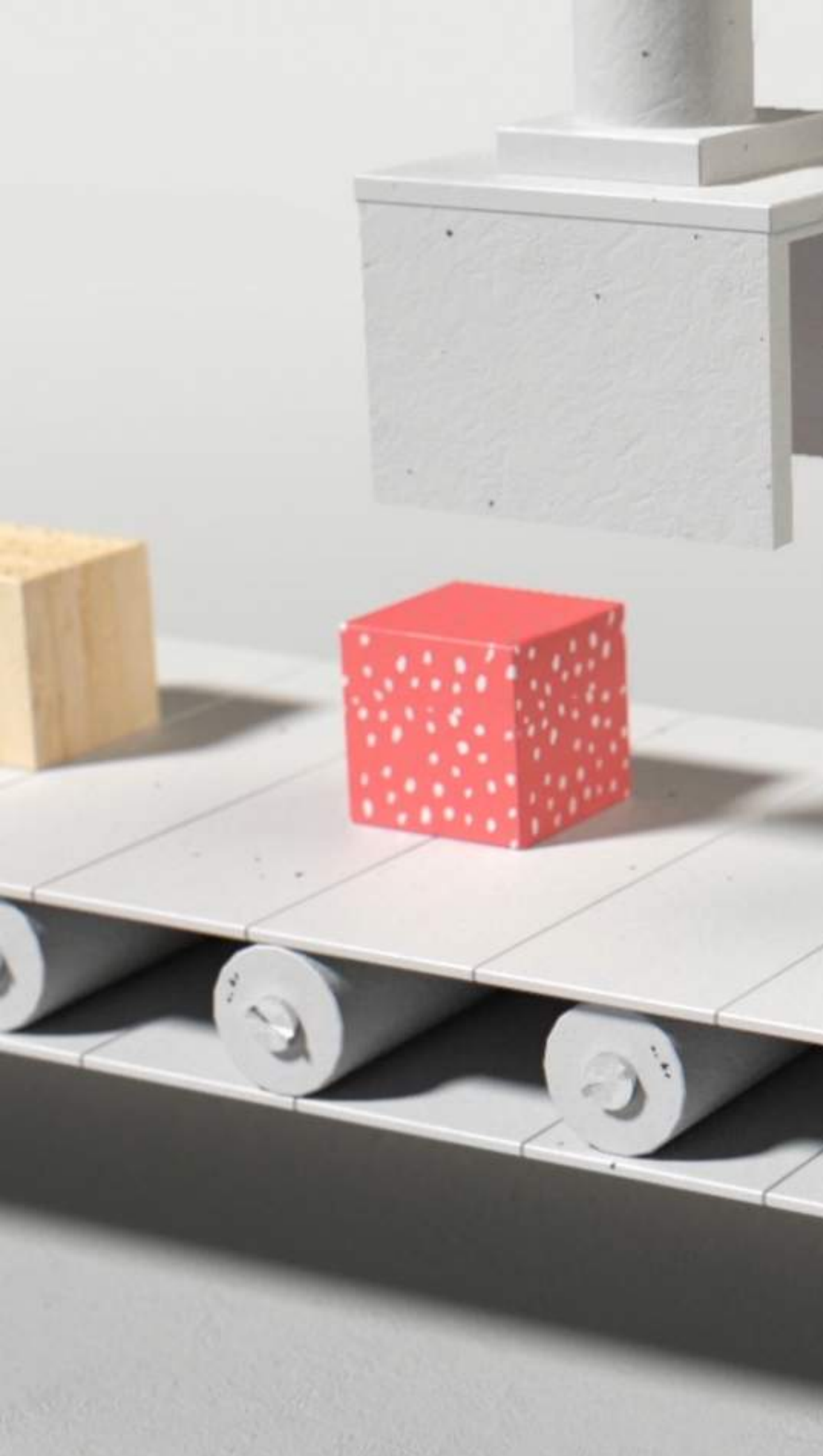
Q. DIGITAL & INTERACTIVE DESIGN	Креативные решения в дизайне digital и интерактивных коммуникаций. Работы должны демонстрировать успешное использование digital дизайн-решений для трансляции месседжа бренда в онлайн среде. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение.
Q1 Website design	Дизайн веб-сайтов, микро-сайтов, лендинговых страниц и др.
Q2 App design	Дизайн мобильных приложений, игр, мобильных сайтов и др.
Q3 Social Media Design	Оформление страниц в социальных сетях, дизайн контента для социальных сетей и др.
Q4 Design of virtual promo-tools	Дизайн виртуальных промо-инструментов: баннеры, онлайн реклама, электронные письма, онлайн публикации, digital инсталляции, динамичный графический дизайн, графическая анимация, брендинг онлайн-страниц и др.



BRANDING

X. PACKAGING DESIGN	Креативные решения в дизайне упаковки. Работы должны демонстрировать успешное применение дизайна упаковки / этикетки для позиционирования бренда и привлечения внимания потребителей к продукту. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение.
X1 Packaging of foodstuffs	Упаковка продуктов питания, безалкогольных и алкогольных напитков.
X2 Packaging of non-food products	Упаковка непродовольственных товаров (непродовольственные товары FMCG, товары длительного пользования).
X3 Innovation in Packaging	Инновационная, нестандартная упаковка.

Q. DIGITAL & INTERACTIVE DESIGN	Креативные решения в дизайне digital и интерактивных коммуникаций. Работы должны демонстрировать успешное использование digital дизайн-решений для трансляции сообщения бренда в онлайн среде. При оценке работ прежде всего учитывается креативная идея и ее воплощение.
Q1 Website design	Дизайн веб-сайтов, микро-сайтов, лендинговых страниц и др.
Q2 App design	Дизайн мобильных приложений, игр, мобильных сайтов и др.
Q3 Social Media Design	Оформление страниц в социальных сетях, дизайн контента для социальных сетей и др.
Q4 Design of virtual promo-tools	Дизайн виртуальных промо-инструментов: баннеры, онлайн реклама, электронные письма, онлайн публикации, digital инсталляции, динамичный графический дизайн, графическая анимация, брендинг онлайн-страниц и др.



BRANDING

PD. PRODUCT DESIGN	Дизайн продукта и/или упаковки, повышающий ценность бренда за счет функционального и эстетического решения, демонстрирующий качество или идентичность бренда посредством формы, функциональности, удобства использования или эстетики.
PD1 Homeware	Мебель, освещение, товары для хранения, бытовая техника, аксессуары для дома и офиса, офисные принадлежности, другие предметы интерьеры
PD2 Lifestyle, Fashion, Leisure, Sports	Одежда, товары для отдыха, фитнеса, спорта, украшения, часы, очки, предметы роскоши, мода.
PD3 Gadgets, Computer Equipment	Смартфоны, планшеты, компьютеры, телефоны, умные часы и другое.
PD4 Medical Products	Все виды медицинской продукции.

BD. BRAND ENVIRONMENT DESIGN	Использование точек продаж, среды и окружения для донесения сообщений бренда до целевой аудитории с помощью дизайн-решений
BD1 Retail	Использование дизайна в оформлении витрин, демонстрационных стендов, оформление полок, оформление точек продаж, создание постоянного или временного торгового помещения.
BD2 Points of Sale, Consumer Touchpoints	Коммуникации в точках продаж для стимулирования продаж, включая плакаты, выкладку на полках, цифровые и физические POS, мерчандайзинг и торговое оборудование, сумки для покупок, подарочную упаковку, каталоги и другие сопутствующие материалы после покупки.
BD3 In-store Design	Оформление фирменных магазинов, отделений банков, салонов и других собственных точек продаж и взаимодействия с потребителем
BD4 Exhibitions and Events	Оформление выставочных стендов, точек продаж или взаимодействия с потребителем на ивентах.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ:

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

MARKETING SERVICES

A. 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. Критериями оценки выступают: идея 20%, стратегия 20%, воплощение в жизнь 30%, результаты 30%.
A1 Channel / Medium	Работы в данной категории будут оцениваться на основании того, как была использована среда/локация для вовлечения потребителей в рамках бренд-активации.
A2 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.
A3 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.
A4 Consumer Engagement	Работы в данной категории будут оцениваться на основании того, насколько бренд-активации обеспечили вовлечение потребителя, его контакт с брендом и его ценностями.
A5 Strategy	В данной категории оценивается стратегическое планирование и реализация бренд-активации.
A6 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.
A7 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.

MARKETING SERVICES

A8 Retail Promotions & Competitions	Онлайн или офлайн рекламные игры или конкурсы, используемые для вовлечение покупателей, включая, но не ограничиваясь, розыгрыши в социальных сетях, офлайн-игры, in-store промо-активации.
A9 Sponsorship & Brand Partnership	Работы в этой номинации будут оцениваться в разрезе насколько эффективным было спонсорство/партнерство того или иного мероприятия для бренда.
A10 Breakthrough on a Budget	Стратегическое и креативное использование небольших бюджетов и / или ресурсов для достижения максимальной отдачи.
A11 Non-profit / charity	Brand experience & activation проекты, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации)

C. 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.
C1 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).
C2 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.
C3 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).



MARKETING SERVICES

C4 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.
C5 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.
C6 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 сообщения бренда и / или формирования мнения потребителей.
C7 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.
C8 Sponsorship & Brand Partnership	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.
C9 Real-time Response	PR-активность бренда или компании в реальном времени в ответ на актуальные события, ивенты, проблемные ситуации, мировые и локальные новости.
C10 Breakthrough on a Budget	Стратегическое и креативное использование небольших бюджетов и / или ресурсов для достижения максимальной отдачи с помощью PR.
C11 Non-profit / charity	PR-проекты, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации).



MARKETING SERVICES

H. 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.
H1 Channels	Работы в данной категории будут оцениваться на основании того, насколько хорошо был использован тот или иной медиа канал как часть директ коммуникации бренда.
H2 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.
H3 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.
H4 Strategy	Работы в данной категории будут оцениваться на основании того, насколько значительный отклик у потребителей вызвала реализация директ стратегии.
H5 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.
H6 Breakthrough on a Budget	Стратегическое и креативное использование небольших бюджетов и / или ресурсов для достижения максимальной отдачи с помощью direct-коммуникаций
H7 Non-profit / charity	Direct-проекты, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации).

MARKETING SERVICES

CS. CAMPAIGNS. SECTORS	
CS1 Food & Drink	Все виды продовольственных товаров и напитков, в том числе, алкогольные и слабоалкогольные напитки.
CS2 Other FMCG	Красота, чистящие средства, корм для животных, прочие товары для дома и офиса, другие товары FMCG.
CS3 Consumer Durables	Товары для дома, мебель и освещение, игрушки, мода, бытовая техника, другие товары длительного пользования.
CS4 Automotive	Автомобили, заправки, сервис авто, продажи автомобилей.
CS5 Healthcare	Лекарственные средства, фарма, велнесс и др.
CS6 Retail, e-commerce	Розничная торговля, eCommerce, рестораны, фаст-фуд.
CS7 Consumer Service & B2B	Все коммерческие услуги, юридические, финансовые, услуги для B2B, консультации и профессиональные услуги, другие бизнес-услуги, внутренние и корпоративные коммуникации.
CS8 Travel / Leisure	Путешествия, туризм, транспорт, ивенты, музеи и галереи, азартные игры, спорт, игры и другие виды отдыха.
CS9 Media / Entertainment	Музыка, кино, телевидение, публикации и СМИ, книги, новости, цифровые платформы, другие медиа.
CS10 Film for non-profit / charity	Кампании независимо от каналов коммуникаций и бюджета, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации).



MARKETING SERVICES

CT. CREATIVITY DRIVEN TRANSFORMATION	В этом конкурсе отмечаются проекты, в которых, благодаря креативным решениям в бизнесе, произошли изменения или трансформация бизнес-модели, продукта, товара или услуги, либо были созданы предпосылки для создания новых брендов, либо продуктов, услуг. В этом конкурсе не только коммуникации, но и инновации, бизнес-решения могут быть фактором успеха и бизнес-прорыва
CT1 Product Innovation	Обновление продукта или услуги. К участию принимаются проекты, которые привнесли инновации в продукт или услугу и оказали положительное влияние на положение бренда на рынке. Для этой категории подходят работы, если именно инновации, а не коммуникации были ключевым фактором достигнутого результата.
CT2 Business Transformation	Трансформация модели бизнеса, вызванная внешними или внутренними факторами. Внедрение новых способов работы, таких как операционные модели, процессы или инструменты. Изменения могут касаться персонала, поставщиков, дистрибьюторов, потребителей.
CT3 Customer Experience	Бизнес-идеи и решения, касающиеся инноваций в сфере обслуживания клиентов, которые оказали положительное влияние на рыночную позицию бизнеса, бренда, продукта или услуги. Например, дизайн, технологии или UX-инновации для улучшения качества обслуживания клиентов; вовлечение потребителей в разработку продукта; введение/изменение программы лояльности, введение нового канала сбыта и т.д.
CT4 Performance Marketing	В этой категории признаются достижения в performance-маркетинг. Работа должна демонстрировать, как ваши усилия привели к результатам для бизнеса, используя performance-маркетинг KPIs
CT5 Crisis Response	Данная категория предназначена для проектов и работ, благодаря которым произошли положительные изменения в ответ на изменения среды или рыночной ситуации (например, Covid 19, экономические и политические кризисы и т. д.). Кейсы могут содержать, например, изменения в позиционировании бренда, полный или частичный переход в онлайн, изменения портфеля товаров и услуг и др.

MARKETING SERVICES

I. INNOVATIONS

Все виды инновационных, нестандартных, выходящих за рамки классических форматов, бренд-коммуникаций.

I1 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



MEDIA

V. 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.
V1 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.).
V2 Audio Platforms	Использование аудио платформ (радио, подкасты и другие аудио технологии) в качестве основного канала медиа кампании.
V3 Print / Outdoor	Использование прессы/наружной рекламы в качестве основного канала медиа кампании.
V4 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
V5 Events	Использование ивентов (фестивалей, концертов, спортивных мероприятий, масштабных и маломасштабных перформанс-мероприятий) в качестве основного канала медиа кампании.
V6 Digital Platforms	Работы в этой категории должны быть основаны на использовании Онлайн платформ (веб-сайты, микросайты, игры, промо-страницы, приложения).
V7 Mobile	Использование мобильных технологий (смартфоны, планшеты, Bluetooth, SMS, MMS, WAP, GPS, мобильные игры и приложения, QR-коды и др.) в качестве ключевого канала коммуникации.
V8 Social Platforms & Influencers	Кампании, которые использовали социальные сети и/или инфлюенсеров в качестве главного коммуникационного канала при общении со своей аудиторией (социальные сети, блоги, вики-сайты, сайты для обмена видео, хостинг-сервисы).
V9 Technology	Проекты, в которых ключевым фактором эффективного взаимодействия с аудиторией стало использование технологий (AR, VR и др).



MEDIA

V10 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.
V11 Non-profit / charity	Использование медиа-каналов независимо от их вида, единственным заказчиком /рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации).

W. EXCELLENCE IN MEDIA	Мастерство в поиске инсайта, разработке стратегии, формировании медиа-микса, выборе инструментов вовлечения аудитории с целью реализации успешной медиа-кампании.
W1 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.
W2 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.
W3 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).
W4 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; персонализированные креативные сообщения, созданные с учетом индивидуальных особенностей конкретной аудитории.



MEDIA

W5 Use of Programmatic	Медиа кампании, в которых использование programmatic технологий сыграло решающую роль в успешной реализации коммуникаций.
W6 Use of Channel Integration	Использование микса 2-х или более типов медиа. Работа должна продемонстрировать, как благодаря решению использовать сочетание медиа-каналов, была достигнута цель кампании или проекта.
W7 Non-profit / charity	Excellence in Media для проектов, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации).

M. MEDIA CAMPAIGN	Кампании, в ходе которых для реализации креативных коммуникаций бренда были задействованы различные виды оффлайн и онлайн медиа.
M1 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.
M2 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.
M3 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.
M4 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



DIGITAL

D. 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.
D1 Websites	Корпоративные веб-сайты, микро-сайты, рекламные промо-страницы, интернет-магазины, лендинговые страницы и др.
D2 Interactive projects	Интерактивные видео и другие виды интерактивных digital проектов.
D3 Pre-rolls	Видео пре-роллы.
D4 Pop-up, Web banners	Pop-up - реклама, интерактивные, статичные веб-баннеры, рекламные сообщения для поисковой и контекстной рекламы.
D5 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.
D6 Native Advertising	Digital реклама, созданная в уникальном и нативном для конкретного медиа формате.
D7 Branded tech and innovations	Использование в коммуникациях бренда инновационных digital технологий (новые реальности, 360°, Advanced Learning Technologies и др).
D8 Use of Artificial Intelligence	Использование искусственного интеллекта в коммуникациях бренда.
D9 From Online to Offline Projects	Проекты, которые продемонстрировали расширение коммуникаций из онлайн в оффлайн, либо эффективное сочетание онлайн и оффлайн коммуникаций.
D10 UX/UI	User Experience, интерфейс, UX/UI дизайн для сайтов, приложений, программных продуктов и др..
D11 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 и др. с учетом digital контекста и особенностей digital среды.



D12 Non-profit / charity

Все виды digital-проектов, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации).

G. MOBILE

Коммуникации, транслируемые посредством мобильных устройств, которые являются неотъемлемой частью креативной идеи и ее воплощения. Критерии оценки включают идею, реализацию идеи, релевантность платформы, результаты.

G1 Mobile websites

Мобильные веб-сайты.

G2 Apps

Корпоративные мобильные приложения, рекламные приложения.

G3 Games

Брендовые игры, игры, созданные с целью продвижения брендов.

G4 AR / VR / 360° videos

Использование дополненной или виртуальной реальности в коммуникации бренда, видео 360°.

G5 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.

G6 Advanced Learning Technologies

Интеллектуальные технологии, основанные на mobile (AI, чат-боты, распознавание лиц, облачные технологии и др).

G7 Mobile Tech and Innovations

Использование инновационных mobile технологий в коммуникациях бренда.

G8 Non-profit / charity

Все виды mobile-проектов, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации).

DIGITAL



SI. SOCIAL & INFLUENCER	Коммуникации в социальных сетях, кампании с использованием селебрیتی и инфлюенсеров. Работы должны продемонстрировать как вовлечение, охват и креативное использование социальных сетей, привлечение бренд-амбассадоров и инфлюенсеров способствовали успешным проектам.
SI1 Social Campaigns	Кампании, в которых основным каналом коммуникаций выступали социальные сети и платформы.
SI2 Co-creation & Users Generated Content	Активность бренда в социальных сетях, направленная на вовлечение в бренд, коллаборацию с брендом, создание UGC.
SI3 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.
SI4 Influencer Campaign	Кампании, основным элементом коммуникации в которых было взаимодействие с инфлюенсером, селебрیتی, бренд-амбассадором.
SI5 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.
SI6 Social Business & Commerce	Проекты, которые используют социальные сети и платформы для электронной и мобильной коммерции для достижения бизнес-результатов.
SI7 Non-profit/Charity	Все виды проектов в социальных сетях, единственным заказчиком/рекламодателем в которых выступают некоммерческие организации (благотворительные фонды, государственные ведомства, общественные организации).



T. 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.
T1 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.
T2 Data driven Targeting	Креативное использование или интерпретация данных для обеспечения эффективного таргетинга.
T3 Data storytelling	Кампании, в которых данные способствовали созданию успешной интерактивной истории бренда / потребителя.
T4 Use of Real-time Data	Данные, созданные или используемые в режиме реального времени, обеспечивающие динамику контента или непрерывную коммуникацию с потребителем.
T5 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.
T6 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%



MASS MEDIA CONTEST

L. COMMUNICATION	
L1 Film	Все виды видеорекламы. Работы должны демонстрировать отличное креативное решение и реализацию/продакшен, предназначенное для экранов (ТВ, кино, онлайн, outdoor).
L2 Print&Outdoor	Все виды печатной и наружной рекламы.
L3 Radio&Audio	Все виды аудио-рекламы. Работы должны демонстрировать идею, направленную на то, чтобы донести сообщение бренда с помощью аудио-рекламы.
L4 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
L5 Use of Humor in Advertising	Использование юмора в рекламе.
L6 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.
L7 Packaging Design	Решения в дизайне упаковки. Работы должны демонстрировать успешное применение дизайна упаковки / этикетки для позиционирования бренда и привлечения внимания потребителей к продукту.
L8 Inclusive Design and Accessibility	Создание и проектирование продуктов и услуг, а также маркетинг для людей с разными возможностями, инклюзивность.



MASS MEDIA CONTEST

MD. DIGITAL & MOBILE	
MD1 Digital Tools	В данной номинации оцениваются инструменты и решения, использованные при создании рекламы на digital платформе, а также результаты, достигнутые с помощью таких решений.
MD2 Mobile Tools	В данной номинации оцениваются инструменты и решения, использованные при создании рекламы для мобильных девайсов, а также результаты, достигнутые с помощью таких решений.
MD3 Digital & Mobile Campaign	Рекламная кампания, реализованная преимущественно в digital и mobile среде
MD4 Social & Influencer Campaign	Кампании в социальных сетях, кампании с использованием селебрити и инфлюенсеров.

MA. REACH	
MA1 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.
MA2 PR	Коммуникации бренда с использованием PR-технологий и решений всех видов.
MA3 Direct	Таргетированные, нацеленные на получение обратной связи креативные коммуникации, прямые коммуникации с потребителем.
MA4 Use of Media	В этом конкурсе будет оцениваться, как использование медиа-размещения, выбор медиа-каналов способствовали достижению бизнес-результатов бренда.



MASS MEDIA CONTEST

MK. INTEGRATED CAMPAIGNS	
MK1 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.
MK2 Brand Launch / Re-launch Campaign	Кампании по выводу на рынок нового бренда / по перезапуску (ребрендингу) существующего бренда.
MK3 Brand Loyalty Campaign	Интегрированная рекламная кампания с целью поддержания имиджа бренда и лояльности потребителей.
MK4 Breakthrough on a Budget	Кампании с малым бюджетом. Критерии малого бюджета могут быть определены участником самостоятельно.
MK5 Selfpromo	Кампания по селф-промоушену рекламных агентств, продакш-студий, СМИ и др.
MK6 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.
MK7 Collaboration of Brands	Кампании, в которых участвовали 2 или более бренда, и смогли добиться win-win результатов для брендов.
S. CHANGE FOR GOOD. BRANDS	Креатив, который меняет мир к лучшему. К участию принимаются проекты, реализованные коммерческими брендами
S1 Health & Safety	Проекты коммерческих брендов в сфере охраны здоровья и безопасности.



MASS MEDIA CONTEST

S2 Environment	Кампании, направленные на сохранение и защиту окружающей среды, реализованные с помощью коммерческих брендов/компаний.
S3 Gender Equality	Проекты, реализованные коммерческими брендами, направленные на недопущение гендерной дискриминации, на достижение гендерного равенства и расширения прав и возможностей для всех.
S4 Social Projects	Проекты коммерческих брендов, направленные на защиту прав детей, бездомных, расовые отношения, жестокое обращение с животными и т. д.
S5 Prosperity	Проекты брендов, направленные на экономический рост, процветание, развитие той или иной индустрии, развитие образования и т.д.
S6 Other Projects	Все другие виды социальных проектов, реализованные коммерческими брендами, не вошедшие в перечисленные категории.

SN. CHANGE FOR GOOD. NON-PROFIT, CHARITY, GOVERNMENT	Креатив, который меняет мир к лучшему. К участию принимаются проекты, реализованные некоммерческими организациями, фондами, государственными структурами
SN1 Health & Safety	Проекты некоммерческих брендов в сфере охраны здоровья и безопасности.
SN2 Environment	Кампании, направленные на сохранение и защиту окружающей среды, реализованные для или с помощью некоммерческих организаций
SN3 Gender Equality	Проекты, реализованные некоммерческими организациями, направленные на недопущение гендерной дискриминации, на достижение гендерного равенства и расширения прав и возможностей для всех.
SN4 Social Projects	Проекты некоммерческих организаций, направленные на защиту прав детей, бездомных, расовые отношения, жестокое обращение с животными и т. д.
SN5 Prosperity	Проекты некоммерческих организаций, фондов, направленные на экономический рост, процветание, развитие той или иной индустрии, развитие образования и т.д.
SN6 Other Projects	Все другие виды социальных проектов, некоммерческими организациями, не вошедшие в перечисленные категории.



MASS MEDIA CONTEST

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, GOVERNMENT основным 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



CRAFT

J. 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.
J1 Direction	Вклад режиссуры в создание видео, преломление креативного брифа через призму видения режиссера и насколько хорошо это видение воплощено в ролике.
J2 Script	Сценарий, то, как он прописан и насколько успешно доносит креативную идею и способствует ее реализации.
J3 Art Direction	Эстетика производственного дизайна / арт-дирекшена.
J4 Cinematography	Качество и эффектность кинематографии.
J5 Editing	Техническое и креативное качество монтажа.
J6 Use of Music & Sound Design	Роль оригинальных музыкальных композиций либо лицензионной или адаптированной музыки в создании атмосферы видео. Креативное использование саунд-дизайна в видеорекламе.
J7 Animation	Эстетичность анимации, использованной при создании видео.
J8 Visual effects	Создание киносреды посредством использования визуальных эффектов.

Y. PRINT & OUTDOOR CRAFT	Мастерство в печатной и наружной рекламе. Конкурсные проекты должны демонстрировать красиво выполненное воплощение идеи в жизнь, высокий уровень владения художественными техниками.
Y1 Typography	Работы в данной категории оцениваются на основании того, как эстетика дизайна и сторителлинга переданы посредством типографики.
Y2 Art Direction	Работы в данной категории оцениваются на основании общего дизайн решения, арт-дирекшена и визуального исполнения.



Y3 Illustration	Работы в данной категории оцениваются на основании креативности воздействия иллюстрации.
Y4 Photography	Работы в данной категории оцениваются на основании вовлечения аудитории, достигнутого посредством творческого самовыражения через фотографию.
Y5 Copywriting	Работы в данной категории оцениваются на основании того, как копирайтинг повлиял на воплощение идеи в жизнь.

Z. EXCELLENCE IN RADIO & AUDIO	Мастерство в реализации радио & аудиоконтента. Критерием оценки выступает реализация идеи.
Z1 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



MARKETING EFFECTIVENESS

E. 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.
E1 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).
E2 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).
E3 Brand Launch/re-launch Campaign	Кампании по эффективному запуску/перезапуску бренда/торговой марки.
E4 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

Конкурсы Creative / Branding / Media / Digital / Craft /
Marketing Services / Mass Media Contest

с 01.03.2024 по 31.03.2024

260€

с 01.04.2024 по 15.05.2024

290€

СКИДКИ

30%

— 3 и более работ из одной серии

10%

— 5 и более работ

15%

— 10 и более работ

20%

— 20 и более работ

К стоимости прибавляется НДС 20%. Указанные скидки за объем работ и за работы в серии не суммируются

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, юанях, евро, долларах США По вопросам заключения договоров и оплаты обращайтесь по эл. почте info@whitesquare-festival.com

white square

СТОИМОСТЬ

Конкурс Marketing Effectiveness

с 01.03.2024 по 31.03.2024

410€

с 01.04.2024 по 15.05.2024

450€

СКИДКИ

30%

— 3 и более работ из одной серии

10%

— 5 и более работ

15%

— 10 и более работ

20%

— 20 и более работ

К стоимости прибавляется НДС 20%. Указанные скидки за объем работ и за работы в серии не суммируются

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, юанях, евро, долларах США По вопросам заключения договоров и оплаты обращайтесь по эл. почте info@whitesquare-festival.com

ЧЕК-ЛИСТ ПО ЗАГРУЗКЕ РАБОТ

ОЗНАКОМЬТЕСЬ С КОНКУРСНОЙ ПРОГРАММОЙ И ПРАВИЛАМИ ЗАГРУЗКИ РАБОТ

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

Все загружаемые материалы должны быть на английском языке или содержать английские субтитры. Материалы не должны содержать упоминания агентства, если это не селф-промо. С требованиями к конкретной номинации можно ознакомиться в разделе «[Конкурсы](#)» на сайте Фестиваля

ЗАПОЛНИТЕ ФОРМУ ЗАЯВКИ

Внимательно заполните все поля заявки и прикрепите необходимые материалы. 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.

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

Возможна предварительная оплата до загрузки конкурсной работы, для этого создайте вашу заявку в режиме черновика и запросите документы на оплату в личном кабинете или по e-mail

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:
awards@whitesquare-festival.com

По вопросам сотрудничества и партнерства:
pr@whitesquare-festival.com

info@whitesquare-festival.com

По вопросам договоров и оплаты:
info@whitesquare-festival.com

Telegram технической
поддержки -
[@white_square_festival](https://t.me/white_square_festival)