

РЕГЛАМЕНТ КОНКУРСА ЛУЧШЕЙ РЕКЛАМЫ TAF!2022

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ
2. ПРАВИЛА ПОДАЧИ КОНКУРСНЫХ РАБОТ
3. ЭТАПЫ КОНКУРСА
4. ОРГАНИЗАТОРЫ КОНКУРСА
5. ЭКСПЕРТНОЕ ЖЮРИ
6. МЕЖДУНАРОДНОЕ ЖЮРИ
7. УЧАСТНИКИ КОНКУРСА
8. ТРЕБОВАНИЯ К ПОДАВАЕМЫМ РАБОТАМ
9. СОДЕРЖАНИЕ РАБОТ
10. НОМИНАЦИИ
11. ПОРЯДОК ГОЛОСОВАНИЯ ЖЮРИ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
12. КРИТЕРИИ ГОЛОСОВАНИЯ
13. НАГРАДЫ
14. КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

TAF! (Tashkent Advertising Festival!) — ежегодный Ташкентский фестиваль рекламы — главное событие в сфере маркетинга и рекламы Узбекистана, включает два основных блока: конкурс лучшей рекламы и международную рекламную конференцию.

Конкурс лучшей рекламы TAF! 2022 — определение лучших маркетинговых проектов, реализованных на территории Республики Узбекистан за 2021 -2022 годы.

Миссия TAF!

Содействовать развитию брендов, объединению и обучению специалистов в области маркетинга и рекламы. Через профессиональное сравнение и оценку идей, их эффективность, а также коммуникации брендов с потребителями, определять лучшие маркетинговые проекты и способствовать успешному продвижению брендов.

2. ПРАВИЛА ПОДАЧИ КОНКУРСНЫХ РАБОТ

1. Работы на конкурс лучшей рекламы могут подавать как бренды, так и агентства.
2. Для участия в конкурсе необходимо пройти авторизацию на сайте www.marketing.uz, заполнить все необходимые поля: контактные данные участника конкурса, название номинации, название бренда и название работы (кратко), проблема, решение, результат и пройти процедуру загрузки работы (презентация pdf или ссылка на видео в YouTube). После загрузки работы следует обязательно отправить информацию, нажав на кнопку «Отправить». Организатор конкурса проверяет полученную работу на соответствие требованиям конкурса и направляет участнику договор на оплату участия, в течение 3-х рабочих дней с момента получения работы. После оплаты участия, конкурсная работа отображается на сайте www.marketing.uz.
3. Участие в конкурсе платное. Стоимость участия за одну поданную работу 920 000 сум с учетом НДС. В случае оплаты в валюте, стоимость исчисляется по курсу ЦБ на день оплаты.
4. Для членов и партнеров Маркетинговой ассоциации Узбекистана предоставляется скидка в размере 50%.
5. Оплата осуществляется банковским переводом между юридическими лицами на основании договора или через платежную систему Apelsin.
6. Одна и та же работа может быть подана в одну или несколько номинаций. Если одна и та же работа подается в две и более номинаций, то количество поданных работ равняется количеству номинаций и участник оплачивает каждую номинацию в соответствии с п. 3 данного раздела Регламента. На третью и каждую последующую работы предоставляется скидка в размере 50%.
7. Работа считается участвующей в конкурсе, только в случае соответствия следующим требованиям: работа предоставлена в срок, содержание работы соответствует номинациям конкурса, внесена оплата по договору.
8. Работы без авторизации на сайте и оплаты к участию в конкурсе не допускаются.
9. Оплата участия не является гарантией победы.
10. К участию в конкурсе не принимаются работы, идея или реализация которых была скопирована с кейсов других брендов. При обнаружении фейковой работы, организатор конкурса или жюри имеют право снять с участия без возврата оплаты за участие.
11. Жюри имеет право переместить работу в другую номинацию на любом этапе оценки конкурсных работ.
12. Участие в конкурсе означает, что участник ознакомился с данным Регламентом и согласен с ним. Договор об участии является письменным подтверждением согласия.
13. Участник конкурса гарантирует соблюдение авторских прав (легальное использование музыки, фото, текстов и пр.) и обязуется решать все возможные спорные вопросы по

этому поводу самостоятельно. За авторскую принадлежность подаваемых конкурсных работ ответственность несет участник конкурса. Организатор конкурса за авторство или плагиат подаваемых работ ответственность не несет.

14. В случае возникновения споров, решение об определении статуса конкурсной работы, принимает жюри. Сумма, оплаченная за подачу работы, не возвращается.

3. ЭТАПЫ КОНКУРСА

Сроки приема и оплаты конкурсных работ: — с 1 июля 2022 года по 5 сентября 2022 года включительно.

Голосование экспертного жюри и потребителей — 12 сентября – 12 октября 2022 года включительно.

Оглашение результатов конкурса — на Церемонии награждения 22 октября 2022 г.

4. ОРГАНИЗАТОРЫ КОНКУРСА

Организаторами конкурса являются:

Антимонопольный комитет Республики Узбекистан

Маркетинговая ассоциация Узбекистана

5. ЭКСПЕРТНОЕ ЖЮРИ

Состав жюри конкурса формируется из экспертов - ведущих специалистов в области маркетинга, рекламы, имеющих соответствующий профессиональный опыт и достижения.

Эксперты:

1. знакомятся с конкурсными работами на сайте www.marketing.uz;
2. определяют победителей и призеров конкурса;
3. принимают участие в Церемонии награждения победителей конкурса.

Состав экспертного жюри конкурса:

№	Ф.И.О	Бренд
1	Абдувалиев Бегзод	Abstract Visuals
2	Абдукаримбекова Каринэ	Medion
3	Абдуллаев Данияр	КРЕАТИВНОЕ АГЕНТСТВО 360
4	Абдуразаков Ораз	GRAND PR
5	Абдурашидов Расул	УЗБЕКИНВЕСТ
6	Абдусалямов Равшан	RA Production
7	Абиев Ильхом	AKFA ENGINEERING AND MANAGEMENT
8	Азизова Эльнара	Ипак йули банк
9	Акбарова Азиза	MAC COFFEE
10	Асролходжаев Шохрух	Bellisimo Pizza
11	Ахмеджанов Шухрат	8 BIT
12	Ахметзянов Самир	Reformat consulting agency
13	Бекназаров Камолитдин	GROSS INSURANCE
14	Бойкузиев Алишер	Сеть магазинов Ishonch
15	Гафуров Умид	Troll.uz
16	Гимадиева Эльвира	Infin Bank
17	Гришин Кирилл	Canaan Travel
18	Давлетьяров Сардор	BELLSTORE
19	Джуманиязов Алишер	ALPHA EDUCATION

20	Домлатжанов Умид	SARKOR
21	Доронкина Екатерина	NIKA PHARM
22	Закиров Акмал	Amirsoy
23	Закирова Анна	KAPITAL BANK
24	Затуловская Юлия	Golden Minds
25	Ибатова Насиба	KFC
26	Ибрагимов Равшан	MCA
27	Ибрагимова Элина	MA'NO BRANDING
28	Камалова Лола	HYUNDAI
29	Камилов Фарход	Qmarketing Academy
30	Кахоров Джамшед	P&G, DURACELL, FATER GROUP
31	Ким Игорь	Wunder digital
32	Ким Серёжа	SEKTA CREATIVE CREW
33	Клепцов Антон	Artel
34	Куценкова Олеся	Кондитерский Дом Куликовский
35	Лившиц Кристина	HYATT REGENCY TASHKENT
36	Лутфуллаев Азиз	HAVAS
37	Мусинов Шавкат	Arashan
38	Назарзода Барно	Maslov Tashkent
39	Назарзода Бобир	CLICK
40	Насимов Бахтиёр	Ucell
41	Насриддинов Диер	IMZO
42	Рахманова Замира	TESTO BY ZAMIRA&CO
43	Резанова Валерия	Кондитерский Дом Safia
44	Розметов Зафар	ROZMETOV
45	Садыкова Махбуба	BEELINE
46	Сакаева Севиль	Maslov Tashkent
47	Салиев Шаха	Locals
48	Сапунова Анна	Сеть супермаркетов Korzinka
49	Саркисян Минас	WABI SABI
50	Собиров Ильхом	Yandex
51	Сургутанов Андрей	Apelsin
52	Тимофеев Олег	Murad Buildings
53	Умеров Асан	Kanstik
54	Халматов Зокир	MA'NO BRANDING
55	Шарипов Фаррух	Synthesis
56	Шерматов Алишер	7SABER
57	Шерматова Нодира	PAYME
58	Эргашев Умид	DIVISION
59	Юнусова Диана	NIKA PHARM
60	Юсупов Жасур	Fly Dubai
61	Юсуфов Азизбек	FAZZ GROUP
62	Якубова Шахноза	AKFA MEDLINE
63	Якупова Хилола	KNAUF

6. МЕЖДУНАРОДНОЕ ЖЮРИ

1. Кроме экспертного жюри, конкурсные работы оценивает международное жюри, состоящее из спикеров международной рекламной конференции TAF!22 и местных экспертов.
2. Состав международного жюри публикуется на сайте www.marketing.uz не позднее 20 сентября 2022 года.
3. Жюрение состоится 21 октября 2022 года в Ташкенте. Международному жюри предоставляются работы шорт листа по итогам голосования экспертного жюри конкурса.
4. Победители по итогам голосования международного жюри получают «платину» в номинациях.
5. В рамках фестиваля состоится разбор работ с участием членов международного жюри.

7. УЧАСТНИКИ КОНКУРСА

1. Участниками конкурса являются бренды-рекламодатели и компании-агентства, индивидуальные предприниматели – производители и распространители рекламы.
2. Награды, присуждаются участнику конкурса, который подал и оплатил работу.
3. При подаче работы, бренд имеет право указать всех производителей и распространителей рекламы, которые участвовали в проекте. В случае победы проекта, участвующие агентства и бренды также могут получить дубликат награды, изготовленный за дополнительную плату и отмечаются в качестве победителя.

8. ТРЕБОВАНИЯ К ПОДАВАЕМЫМ РАБОТАМ

1. Подача работы на участие в конкурсе осуществляется на сайте www.marketing.uz После регистрации участник самостоятельно заполняет на сайте все необходимые поля (название работы, названием бренда, описывает кратко проблему, решение и результат), добавляет обложку.
2. Для наглядности проблемы, решения и результата, работы могут сопровождаться более подробной презентацией (pdf) или видео ролика (до 3 минут)
3. Видео ролик, должен быть залит на канал YouTube.com. с размещением ссылки при подаче работы.
4. В целях удобства голосования потребителей на русском и узбекском языках, конкурсные работы (в виде презентации и видеоролика) обязательно должны подаваться одновременно на русском и узбекском языках.
5. Участник конкурса сам несет ответственность за соответствие контента работы выбранной номинации.
6. Результаты определения победителей экспертами оглашаются на Церемонии награждения 22 октября 2022 года.

9. СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Вопросы, на которые должна отвечать работа участника конкурса (бренда)

1. Укажите инструменты для измерения результатов. Здесь могут быть показатели и коэффициенты эффективности маркетинга и продаж на усмотрение бренда (например, динамика продаж, охват, конверсия, вовлеченность, узнаваемость, посещаемость, доля рынка и т.д.)
2. Расскажите о ключевой идее проекта, которая привела к результату, как она появилась.

3. Расскажите о полученных результатах и покажите использованные виды рекламных коммуникаций (видео в соцсетях, видео на ТВ, наружная реклама, печатная реклама, упаковка, радио, блогеры, флаеры, промоакции, ивенты и т.д.)
4. При подаче работы уделите внимание ключевым элементам идеи. Если что-то требует отдельного внимания — выделите отдельно.
5. Если работа требует демонстрации реальных образцов продукции, дизайна, необходимо предоставить эти элементы организатору конкурса.
6. Одна работа может соответствовать требованиям нескольких номинаций. Рекомендуется участие во всех подходящих номинациях.

10. НОМИНАЦИИ КОНКУРСА

Номинации конкурса:

1. New. Запуск нового продукта или услуги
2. Branding. Брендинг
3. Rebranding. Ребрендинг
4. Traditions. Кампания с использованием национальных ценностей
5. Integrated. Интегрированная кампания
6. Celebrity. Рекламная кампания с известными личностями
7. Digital. Digital кампания
8. SMM. SMM кампания
9. Seasons. Сезонная кампания
10. Community. Создание комьюнити, сообщества, программа лояльности
11. One channel. Кампания с одним каналом коммуникации
12. Social. Решение общественно значимых задач

Специальные номинации

The best Advertiser Лучший рекламодатель года
The best Agency. Лучшее рекламное агентство года
The best Project. Лучший рекламный проект года

Запуск нового продукта или услуги

Кампания, направленная на представление покупателям нового продукта или услуги. Это могут быть новые бренды, новые продукты существующего бренда или расширение линейки продуктов.

Брендинг

Кампания по созданию бренда, так и производимого ею товара, либо его составляющих: логотипа, слогана, визуального оформления.

Ребрендинг

Кампания по изменению как бренда, так и производимого ею товара, либо его составляющих: логотипа, слогана, визуального оформления.

Кампания с одним каналом коммуникации

Кампании с одним каналом коммуникации (ТВ, наружная реклама, реклама в прессе, радио и пр.), или реализованные на одной площадке.

Интегрированная кампания

Кампании с несколькими каналами коммуникации (ТВ, наружная реклама, реклама в прессе, радио и пр.)

Рекламная кампания с известными личностями

Кампании, в которых известная персона/агент влияния – селебрити, инфлюенсер, блогер – успешно участвовали для привлечения внимания и интереса потребителя к бренду.

Digital кампания

Кампании, которые использовали только интернет ресурсы и сервисы в качестве коммуникационного канала при общении со своей аудиторией.

SMM кампания

Рекламные кампании, которые использовали социальные сети в качестве главного коммуникационного канала при общении со своей аудиторией.

Сезонная кампания

Рекламные кампании, которые сконцентрировали свои маркетинговые усилия вокруг сезонного периода активности потребителей или какого-либо события (например, Новый год, летний отдых, зимний вид спорта, 8 марта и т.п.)

Создание комьюнити, сообщества, программа лояльности

Проекты, направленные на создание и рост активного сообщества бренда, либо на рост лояльности покупателя к бренду и установлению долгосрочных отношений между ними.

Кампания с использованием национальных ценностей

Кампании, которые смогли эффективно и эффектно поддерживать национальные ценности, инсайты и традиции для выполнения собственных маркетинговых целей.

Решение общественно значимых задач

Кампании, которые эффективно объединили бизнес-цели и решение общественно значимых задач (здоровье, экология, образование, общество, семья), успешно связали эти цели с общей стратегией бренда.

11. ПОРЯДОК ГОЛОСОВАНИЯ ЭКСПЕРТНОГО ЖЮРИ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

1. После завершения срока приема заявок параллельно начинаются процессы голосования:
2. **Голосование экспертного жюри**
Голосование экспертного жюри проходит с 12 сентября по 12 октября 2022 года. Модератором голосования является маркетинговое агентство De Facto.
3. **Голосование международного жюри** проводится один день, 21 октября в Ташкенте. Модератором голосования является маркетинговое агентство De Facto.
4. **Голосование потребителей**
Открытое голосование потребителей проходит с 12 сентября по 12 октября в телеграм-боте @tafuzbot, где участвуют все желающие, которые голосуют за бренды и работы.
5. В ходе голосования потребители разрешаются призывы к голосованию за конкурсную работу бренда или агентства. Не разрешаются призывы или иные виды активностей (гивы, конкурсы, розыгрыши и т.д) с обещанием выигрыша призов, иных материальных ценностей или получением скидок, бонусов за участие в голосовании.

6. Победители выбираются по результатам голосования отдельно среди экспертного жюри, среди потребителей и международного жюри.
7. В каждой номинации экспертное жюри и потребители присуждают золото, серебро и бронзу.
8. Эксперты голосуют за золото, серебро и бронзу в каждой номинации. Первые три места в голосовании потребителей получают золото, серебро и бронзу соответственно.
9. В конкурсе также предусмотрены специальные награды, обладатели которых определяет экспертное жюри.
10. Международное жюри рассматривает только работы шорт листа.
11. В каждой номинации международное жюри может присудить «платину» или не присуждать награду.
12. Итоги голосования экспертов и международного жюри публикуются на сайте www.marketing.uz после официального объявления победителей конкурса на торжественной Церемонии награждения.
13. Статистика голосования потребителей отображаются на сайте www.marketing.uz в режиме реального времени.
14. Все желающие могут перейти на сайт www.marketing.uz, чтобы ознакомиться с видео роликами или презентациями конкурса.
15. Организаторы конкурса оставляют за собой право использовать (с обязательным указанием авторства) любые конкурсные работы для освещения конкурса в СМИ и на интернет-ресурсах.

12. КРИТЕРИИ ГОЛОСОВАНИЯ

Критерии голосования экспертного жюри и международного жюри

1. Оригинальность идеи
2. Профессионализм её реализации
3. Результативность проекта с точки зрения решения поставленной задачи

Критерии голосования потребителей

1. Оригинальность идеи
2. Привлекательность рекламируемого продукта

13. НАГРАДЫ

1. Экспертное жюри присуждает «золото», «серебро» и «бронзу».
2. Международное жюри присуждает «платину».
3. Первые три места по результатам голосования потребителей получают золото, серебро и бронзу, соответственно.
4. Участники, получившие «платину», «золото», «серебро» и «бронзу» получают диплом победителя, дипломы призеров и фирменные статуэтки конкурса TAF! 2022.
5. Участник, получивший специальную награду «Лучший рекламодатель года», получает диплом и фирменную статуэтку конкурса TAF! 2022
6. Участник, получивший специальную награду «Лучшее рекламное агентство года», получает диплом и фирменную статуэтку конкурса TAF! 2022
7. Проект, набравший наибольшее количество голосов отмечается специальной наградой «Лучший рекламный проект года», с присуждением диплома и фирменной статуэтки конкурса TAF! 2022
8. Оглашение результатов голосования жюри, потребителей и вручение наград проходят на торжественной Церемонии награждения 22 октября 2022 года. До Церемонии

информация о победителях и призерах конкурса является строго конфиденциальной и не разглашается.

9. Результаты конкурса учитываются в ежегодном Рейтинге маркетинговой эффективности брендов и агентств по версии Маркетинговой Ассоциации Узбекистана. Победители конкурса в специальных номинациях получают 15 баллов, платина – 12 баллов, золото – 9 баллов, серебро – 5 баллов, бронза – 3 балла. Остальные работы, получившие 3 и более голосов экспертного жюри конкурса, получают по 1 баллу в Рейтинге.
10. Также соответствующие баллы в Рейтинге получают агентства, участвовавшие в реализации проектов брендов-победителей Премии. Данные баллы также учитываются в ежегодном Рейтинге маркетинговой эффективности брендов и агентств по версии Маркетинговой Ассоциации Узбекистана.
11. Результаты конкурса среди экспертного жюри учитываются в Рейтинге с коэффициентом два, среди потребителей с коэффициентом один.
12. Организаторы имеют право по официальному обращению партнеров устанавливать дополнительные награды в виде специальных призов по согласованию с экспертным жюри.

14. КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Маркетинговая ассоциация Узбекистана

100007, г. Ташкент, Яшнабадский р-н, ул. Камаши, 36

Тел.: +998 78 120-10-02, +998 78 120-10-12, +998 (97) 402-28-20, +998 (97) 430-28-20

e-mail: info@marketing.uz

сайт: <https://marketing.uz>

<https://t.me/uzbekmarketing>

https://instagram.com/uzbekmarketing?utm_medium=copy_link

<https://www.facebook.com/uzbekmarketing>

<https://www.youtube.com/c/MAKONMARKETINGUZ>