

**Положение**  
**о втором ежегодном конкурсе**  
**социальной рекламы СО НКО и социальных предприятий**  
**«Реклама будущего»**  
**2019**

**1. Актуальность**

Всероссийский (в перспективе международный) конкурс (в перспективе фестиваль) социальной рекламы СО НКО и социальных предприятий «Реклама Будущего» создан на основе многолетнего опыта организации и участия в региональных, национальных и международных конкурсах и фестивалях социальной рекламы с 1996 по 2017 год. Конкурс получил название «Реклама Будущего», так как в настоящее время социальная реклама СО НКО и социальных предприятий представляет собой элементы будущего общества, создающего социальную экономику. Реклама будущего, или реклама в будущем будет основана на социальных сообщениях о решении актуальных проблем жителей стран, источником которых являются СО НКО и социальные предприятия. Именно они будут и ключевым объектом рекламирования – их социальные программы и проекты. Социальная реклама будет включать в себя решение проблемы (на уровне знаний, отношений и поведения), указание автора решения (взявшей на себя ответственность за сообщение СОНКО или СП), контакты и удобные варианты связи, а также логотипы и ссылки на партнеров – коммерческие компании, государственные организации и структуры местного самоуправления (ТОСы, муниципальные органы и учреждения, соседские центры). Такая социальная реклама уже есть. И это - создаваемые СО НКО, специалистами в рекламе, маркетинге, специалистами по связям с общественностью - элементы будущего.

**2. Цели конкурса:**

- 2.1. Создание условий и медиа-инструментов решения социальных проблем,
- 2.2. Содействие развитию социально-ориентированных некоммерческих организаций и социальных предприятий,
- 2.3. Вовлечение жителей в деятельность по решению социальных проблем,
- 2.4. Повышения профессионального уровня коммуникаций сотрудников органов власти, СМИ, НКО и бизнеса

**3. Задачи конкурса:**

- 3.1. Продвижение и оценка социальной рекламы, как инструмента решения социальных проблем на основе рекламных коммуникаций
- 3.2. Разработка рекомендаций по поддержке и тиражированию лучших практик медиа-решений в региональной практике, на базе ресурсных центров СО НКО, ЦИСС, соседских центров и т.д.
- 3.3. Подготовка рекомендаций, методических материалов для всех заинтересованных в создании, размещении и оценке материалов социальной рекламы
- 3.4. Мониторинг информационного поля социальной рекламы СО НКО и социального предпринимательства
- 3.5. Формирование актуального банка/библиотеки социальной рекламы для использования СО НКО и социальными предпринимателями, СМИ и органами власти и местного самоуправления
- 3.6. Обеспечение условий для развития компетенций ресурсных центров СО НКО

### 3.7. Создание условий для развития общественной дипломатии на основе обмена опытом социальных коммуникаций СО НКО в разных странах

#### **Условия участия:**

На конкурс 2019 года принимаются работы, созданные (в том числе не размещенные в медиа) **в период с марта 2018 по май 2019 года для и /или по заказу СО НКО и социальных предприятий.**

Участие в конкурсе бесплатное. Все работы размещаются непосредственно на сайте конкурса через личный кабинет участника.

Жюри не рассматриваются работы с упоминанием и рекламой политических партий и движений, а также содержащие контент, противоречащий Конституции РФ и федеральному законодательству.

Размещение работы на сайте конкурса автором означает его согласие на возможность использование работы исключительно в целях продвижения конкурса.

#### **Организаторы и партнеры:**

Организатор конкурса 2019 года: Фонд развития медиапроектов и социальных программ Gladway.

Партнеры конкурса: Координационный совет по социальной рекламе Общественной Палаты РФ, Министерство экономического развития РФ, Благотворительный фонд развития сообщества «Гарант», Агентство социальной информации, Национальная ассоциация визуальных коммуникаций, Форум Доноров, Центр исследований Grand Prix и другие организации, обеспечивающие развитие условий для информационной поддержки некоммерческого сектора экономики.

Партнерами конкурса могут стать организации, предоставляющие дополнительные ресурсы (информационные, организационные, материальные, финансовые) для повышения эффективности реализации целей конкурса.

#### **Сроки приёма заявок:**

01 марта 2019 – 31 мая 2019

#### **Подведение итогов:**

Июнь-июль 2019

#### **Награждение:**

Август 2019

#### **Номинации:**

- **Принт**

Наружная реклама, печатная реклама, банеры в сети интернет – макеты социальной рекламы социальных проектов, СО НКО и социальных предприятий

- **Видео/аудио**

Видео и аудио материалы для ТВ, интернет, других носителей, продолжительностью до 3 минут

- **Эмбиент**

Решения, использующие элементы окружающей среды для передачи социальных сообщений от СО НКО и социальных предприятий

- **Инновации и новые медиа**

Нестандартные, новые, оригинальные решения и коммуникации СО НКО и социальных предпринимателей с аудиторией

- **Кампания**

Описания реализованных информационных кампаний СО НКО или социальных предприятий в формате видеокейса (до 3-х минут) и/или презентационного борда

- **Медиа-эффективность**

Решение, получившее значительный эффект в медиа-размещении, вирусном эффекте, тиражировании и так далее с количественными показателями

- **Импакт/социальное воздействие**

Медиа-решения, продемонстрировавшие видимые на качественном уровне социальные изменения

**Также возможно добавление спецноминаций от партнеров.**

**Критерии оценки работ:**

- **Соответствие цели и Соответствие целевой аудитории**

Соответствие предлагаемого решения цели кампании/брифу СО НКО/СП

Соответствие языка и стиля рекламы целевой аудитории, к которой адресовано сообщение

- **Понятность сообщения и Мотивирующая сила, креатив**

Понятность сообщения и прогнозируемого предполагаемого эффекта

Сила креативных и медиарешений для изменений представлений, отношения, поведения

- **Качество реализации**

Качество воплощения идеи, в том числе экономичность её реализации

**Жюри конкурса:**

Жюри формируется в течение всего срока приема работ – до 31 мая 2019 года.

**Призовой фонд конкурса:**

Дипломы финалистов для участников, прошедших в шорт-листы

Дипломы победителей по каждой из номинаций

Дипломы Гран-при конкурса:

"За коммуникативную эффективность" (на основе сводного рейтинга всех номинаций, кроме номинаций «Медиа-эффективность» и «Социальное воздействие/Импакт»)

"За медиа-эффективность" (на основе рейтинга номинации «Медиа-эффективность»)

"За итоговую эффективность" (на основе рейтинга номинации «Социальное воздействие/Импакт»)

Кроме официальных наград конкурса – организаторы предоставляют право партнерам Конкурса учреждать Спецноминации и призы от своих компаний, программ и проектов.

Также, в рамках соглашений с медиа-библиотекой социальной рекламы Atprint.ru участникам будет предложено размещать свои работы в сервисе Atprint для дальнейшего продвижения решения проблемы и рекламы

В рамках международного партнерства с ежегодной выставкой "Социальная реклама мира" международного фестиваля рекламы AD STARS (республика Корея, август 2019, город Пусан) работы-финалисты могут быть размещены на стенде российской экспозиции "Лучшая социальная реклама России".

**Официальный сайт конкурса:**

- Рекламабудущего.рф
- adfuture.ru

**Куратор конкурса 2019:**

Директор Фонда развития медиапроектов и социальных программ Владимир Вайнер

**Контакты:**

[Vorgkomitet@gmail.com](mailto:Vorgkomitet@gmail.com)

**Официальный логотип конкурса:**



**Официальный талисман (маскот) конкурса:**

