

**Положение
о четвертом ежегодном конкурсе
социальной рекламы СО НКО и социальных предприятий
«Реклама будущего»
2022**

1. Актуальность

Всероссийский конкурс 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 в 2018 году при поддержке Фонда президентских грантов.

Конкурс получил название «Реклама Будущего», так как в настоящем времени социальная реклама СО НКО и социальных предприятий представляет собой элементы будущего общества, создающего социальную экономику. Реклама будущего будет основана на социальных сообщениях о решении актуальных проблем, и источником позитивных изменений для жителей стран, источником которых являются социальные предприятия и НКО.

Именно они будут и ключевым объектом рекламирования – социальные программы и проекты, обладающие потенциалом социальных изменений и/или доказательной практикой.

Социальная реклама будет включать в себя решение проблемы или перехода на новый уровень качества жизни (на уровне знаний, отношений и поведения), указание автора решения (взявшей на себя ответственность за сообщение организации), 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 создается специалистами в рекламе, маркетинге, связям с общественностью, корпоративной социальной ответственности и ESG и конкурс помогает сфокусировать внимание на этих элементах будущего.

2. Цели конкурса:

- 2.1. Создание условий и медиа-инструментов решения социальных проблем,
- 2.2. Содействие развитию социальной экономики и оценки социально-экономического воздействия проектов,
- 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
- 3.5. Формирование актуального банка/библиотеки социальной рекламы для использования заинтересованными сторонами, СМИ, органами власти и местного самоуправления
- 3.6. Создание условий для развития общественной дипломатии на основе обмена опытом социальных коммуникаций СО НКО в разных странах

В 2022 году конкурс организован Фабрикой позитивных изменений и впервые пройдет в партнерстве с Институтом развития интернета, а также с рядом партнеров номинаций.

Условия участия:

На конкурс 2022 года принимаются работы, созданные (в том числе не размещенные в медиа) **в период с марта 2021 по май 2022 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. При размещении работы в личном кабинете заявитель может отметить опцию «Да, я хочу принять участие в конкурсе социальной рекламы по размещению в сети Интернет, проводимом Институтом развития интернета», а также указать возможные форматы работ и доменные имена сайтов/лендингом проектов для предполагаемой рекламирования.

Организаторы и партнеры:

Организатор конкурса:

Фабрика позитивных изменений

Партнеры конкурса:

- Институт развития интернета
- Первый российский национальный телеканал
- Координационный совет по социальной рекламе Общественной Палаты РФ
- Министерство экономического развития РФ
- Агентство социальной информации
- Фонд «Наше Будущее»
- Фонд развития медиапроектов и социальных программ «Gladway»
- и другие организации, обеспечивающие развитие условий для информационной поддержки импакт-экономики.

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

Сроки приёма заявок:

15 февраля 2022 – 10 мая 2022

Оценка и определение шорт-листа (по согласованию с ИРИ):

Май 2022

Награждение (сначала награждение шорт-листа совместно с ИРИ, затем финальное подведение итогов):

Май-июнь 2022

Основные номинации:

- **Принт/банер**

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/мафы**

Решения, использующие элементы окружающей среды для передачи социальных сообщений

- **Инновации и новые медиа**

Нестандартные, новые, оригинальные решения и коммуникации с аудиторией

- **Кампания**

Описания реализованных информационных кампаний 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

Номинация, учрежденная Министерством экономического развития РФ:

- **Лучшие практики информационной поддержки**

Кейсы, программы и проекты информационной поддержки социального предпринимательства и социальной экономики региональными и муниципальными органами власти, инфраструктурными организациями, институтами развития, медиа, объединениями организаций различных форм собственности

Номинация, учрежденная Проектом 111

- **#Мерчзадобро**

Реализованные проекты создания продукции с символикой СО НКО и социальных предприятий. Партнер номинации - Проект 111.

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 мая 2022 года.

Призовой фонд конкурса:

Шорт-лист: Заявители из числа НКО или рекламных агентств в партнерство с НКО, прошедшие в шорт-лист и в победители, указавшие о своем желании размещения в сети Интернет, получают пакет консультаций по подготовке и участию в конкурсе социальной рекламы ИРИ от специалистов ИРИ и организаторов.

Победители:

Размещение в эфире партнерских медиа – ПРНК и других

Приглашение в студию канала ПРНК для создания программ и ток-шоу о рекламе, победившей в конкурсе

Дипломы финалистов для участников, прошедших в шорт-листы

Дипломы победителей по каждой из номинаций

Дипломы Гран-при конкурса

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

Официальный сайт конкурса:

- Рекламабудущего.рф
- adfuture.ru

Куратор конкурса

Владимир Вайнер

Контакты:

Vorgkomitet@gmail.com

Официальный логотип конкурса:



Реклама будущего

Всероссийский конкурс социальной
рекламы некоммерческих организаций
и социальных предприятий

Официальный талисман (маскот) конкурса:

