



РЕГЛАМЕНТ КОНКУРСА TAF!24

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Организаторы конкурса
2. Этапы конкурса
3. Участники конкурса

II. ГОЛОСОВАНИЕ ЭКСПЕРТОВ

4. Условия участия в конкурсе TAF!24 (голосование экспертов)
5. Экспертное жюри
6. Международное жюри
7. Участники конкурса
8. Номинации экспертного голосования, требования к кейсам, критерии оценки

III. ГОЛОСОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

9. Условия участия в конкурсе «Реклама 2024 года» (голосование потребителей)
10. Порядок открытого голосования потребителей
11. Процедура голосования потребителей
12. Номинации голосования потребителей, требования к работам
13. Специальные награды
14. Награды конкурса и рейтинг брендов и агентств
15. Контактная информация

Приложение № 1

Приложение № 2

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

TAF! (Tashkent Advertising Festival!) — ежегодный Ташкентский фестиваль рекламы — масштабное событие в сфере маркетинга и рекламы Узбекистана, которое включает: конкурс TAF!, конкурс «Реклама 2024 года», международную рекламную конференцию

Миссия TAF! – создать профессиональную площадку для обмена мнениями, обсуждения актуальных вопросов, представления успешных проектов, содействовать развитию брендов, объединению и обучению специалистов в области маркетинга и рекламы. Определение и награждение лучших маркетинговых проектов путем экспертного сравнение и оценки идей, их эффективности, а также коммуникации брендов с потребителями.

Конкурс TAF! 24 — определение лучших маркетинговых проектов, реализованных на территории Республики Узбекистан за 2023 -2024 годы. Конкурс TAF!24 включает в себя голосования экспертного и международного жюри по 16 номинациям.

Конкурс «Реклама 2024 года» – определение лучшей рекламы, размещенной на территории Республики Узбекистан за 2023 -2024 годы. Конкурс «Реклама 2024 года» включает открытое голосование потребителей по 8 номинациям.

Международная рекламная конференция – выступление международных и отечественных экспертов в области маркетинга и рекламы с актуальными кейсами и отраслевыми трендами.

Официальный сайт TAF!24 – сайт в сети интернет под уникальным доменным именем marketing.uz на котором размещаются 3 лендинга: конференция, голосование экспертов и голосование потребителей. Официальный сайт TAF!24 является источником информации о форуме. Актуальная информация о форуме размещается на ресурсах организатора, указанных в Приложении № 1 настоящего Регламента.

2. ОРГАНИЗАТОРЫ КОНКУРСОВ

Организаторами конкурсов TAF!24 и «Реклама 2024 года» являются: Комитет по развитию конкуренции и защите прав потребителей Республики Узбекистан и Маркетинговая ассоциация Узбекистана.

3. ЭТАПЫ КОНКУРСОВ

Прием кейсов для голосования экспертов: с 20 июня 2024 года по 9 сентября 2024 года включительно.
Прием кейсов для голосования потребителей: с 20 июня 2024 года по 26 августа 2024 года включительно.

Голосование потребителей «Реклама 2024 года»: с 3 сентября 2024 по 27 сентября 2024 года включительно.

Голосование экспертного жюри (шорт лист): с 30 сентября 2024 по 4 октября 2024 года включительно.

Выбор победителей международным жюри: 11 октября 2024 года.

Объявление победителей конкурсов — на Церемонии награждения 12 октября 2024 г.

4. УЧАСТНИКИ КОНКУРСА

1. Участниками конкурса являются бренды-рекламодатели и компании-агентства, индивидуальные предприниматели – производители и распространители рекламы.
2. Зарубежные участники могут подавать кейсы, которые были реализованы на территории Республики Узбекистан ими самостоятельно или для клиентов из Узбекистана.
3. При подаче кейса брендом, он имеет право, на свое усмотрение, указать всех производителей и распространителей рекламы, которые участвовали в кейсе. В случае победы кейса, на Церемонии награждения получает награду бренд подавший и оплативший кейс, а все участвующие агентства и бренды могут получить дубликат награды, изготовленный за дополнительную плату. При этом, в

дипломе указываются все участвующие агентства и бренды, представители которых также вправе выйти на сцену для вручения награды.

4. При подаче кейса агентством, оно обязано предварительно согласовать участие в конкурсе с брендом, для которого был произведен кейс. В дипломе указываются и агентство, и бренд-заказчик. В случае победы кейса диплом вручается агентству, подавшему и оплатившему кейс с обязательным указанием бренда-заказчика. Если при подаче кейса агентством, оплата была произведена брендом-заказчиком, то диплом на Церемонии награждения вручается бренду, оплатившему кейс. Агентство может получить дубликат награды, изготовленный за дополнительную плату. При этом, на Церемонии награждения на сцену вправе выйти и представители агентства, и представители бренда-заказчика.

II. ГОЛОСОВАНИЕ ЭКСПЕРТОВ

5. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ TAF!24 (ГОЛОСОВАНИЕ ЭКСПЕРТОВ)

1. Кейсы на конкурс TAF!24 могут подавать как бренды, так и агентства. Кейс — это описание проблемы, процесса ее решения и итогового результата.
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 кейса (кратко), проблема, решение, результат и пройти процедуру загрузки кейса (ссылка на видео в YouTube). После загрузки кейса следует обязательно отправить информацию, нажав на кнопку «Отправить». Организатор конкурса в течение 3 рабочих дней проверяет полученный кейс на соответствие требованиям конкурса (техническая модерация) и направляет участнику договор на оплату участия. После оплаты участия конкурсный кейс отображается на сайте www.marketing.uz.
3. Участие в конкурсе платное. Стоимость участия за один кейс составляет:
 1. С 20 июня до 20 августа 2024 года включительно (основная регистрация) - 1 120 000 сум с учетом НДС. Для партнеров Маркетинговой ассоциации Узбекистана предоставляется скидка в размере 50%. На третий и каждый последующий кейс предоставляется скидка в размере 50%. При этом, скидки, предоставляемые партнерам ассоциации не суммируются с данным видом скидок.
 2. С 21 августа по 2 сентября 2024 года (поздняя регистрация)- 1 120 000 сум с учетом НДС. Скидки не предоставляется.
 3. С 3 сентября до 9 сентября 2024 года (last call) – 2 240 000 сум с учетом НДС. Скидки не предоставляются.
4. Для Ассоциированных партнеров один кейс принимается бесплатно. Для Премиум партнеров ассоциации участие в конкурсе бесплатное.
5. Оплата осуществляется банковским переводом между юридическими лицами на основании договора или через UZUM, Payme, Click.
6. Один и тот же кейс может быть подан в одну или несколько номинаций. Если один и тот же кейс подается в две и более номинации, то количество поданных кейсов равняется количеству номинаций и участник оплачивает каждую номинацию в соответствии с п. 3 данного раздела Регламента.
7. Кейс считается участвующим в конкурсе, только в случае соответствия следующим требованиям: кейс предоставлен в срок, содержание кейса соответствует номинациям конкурса, внесена оплата по договору.
8. Кейсы 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 кейсы, идея или реализация которых была скопирована с кейсов других брендов. При обнаружении фейкового кейса, организаторы конкурса или жюри имеют право снять с участия без возврата оплаты за участие.
11. В случае отказа со стороны участника от участия в конкурсе, после подачи и оплаты кейса, оплата не возвращается.
12. Жюри конкурса имеет право переместить кейс в другую номинацию на любом этапе оценки конкурсных кейсов, с уведомлением об этом участника.
13. Участие в конкурсе означает, что участник ознакомился с данным Регламентом и согласен с ним. Договор об участии является письменным подтверждением согласия.

14. 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 кейсов ответственность несет участник конкурса. Организатор конкурса не несет ответственность за авторство или плагиат подаваемых кейсов.
15. В случае возникновения споров решение об определении статуса конкурсного кейса, принимает экспертное жюри.

6. ЭКСПЕРТНОЕ ЖЮРИ

1. Состав экспертного жюри конкурса формируется организаторами из ведущих отечественных специалистов в области маркетинга, рекламы, имеющих соответствующий профессиональный опыт и достижения. В состав экспертного жюри приглашаются представители брендов и агентств в соответствии с Положением о жюри.
2. Эксперты:
 - знакомятся с конкурсными кейсами на сайте www.marketing.uz;
 - определяют шорт лист конкурса;
 - принимают участие в Церемонии награждения победителей конкурса.
3. Выбор шорт листа экспертным жюри осуществляется в формате офлайн обсуждения по графику с 30 сентября по 4 октября 2024 года.
4. Из состава экспертного жюри формируются 4 команды экспертов (представители агентств и брендов). Каждую команду возглавляет старший судья, который осуществляет модерацию встреч. Каждая группа выбирает шорт лист трех-четырёх номинаций.
5. Шорт лист публикуется на сайте marketing.uz после завершения голосования экспертного жюри конкурса.
6. Состав экспертного жюри конкурса публикуется на сайте marketing.uz

7. МЕЖДУНАРОДНОЕ ЖЮРИ

1. Победителей конкурса по выбору экспертов определяет международное жюри.
2. Жюри рассматривает кейсы, включенные в шорт лист по итогам голосования экспертного жюри конкурса.
3. Состав международного жюри публикуется на сайте www.marketing.uz не позднее 4 сентября 2024 года.
4. Судейство состоится 10 октября 2023 года в Ташкенте.
5. В рамках фестиваля состоится разбор работ с участием членов международного жюри.

8. НОМИНАЦИИ ЭКСПЕРТНОГО ГОЛОСОВАНИЯ, ТРЕБОВАНИЯ К КЕЙСАМ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Номинация	Описание номинации	Требования
Marketing & Creative effectiveness		
Brand launch / Re-launch	Кампании, которые внесли измеримый вклад в эффективный запуск нового бренда, продукта или перезапуск обновленного бренда, продукта. Критерии оценки - стратегия 25%, идея 25%, результаты 50%.	ВАЖНО! К оценке принимаются только видеокейсы! - Кейс к работе должен быть представлен в формате видео; - Кейс должен быть на 2х языках – узбекский и русский. В видео кейсе перевод на второй язык должен быть представлен в виде субтитров или может быть отдельно озвучен каждый язык. - В кейсе должны быть раскрыты основные моменты – проблема, задача, решение и результаты; - Если в работе специфичные моменты, которые могут быть непонятны членам локального или международного жюри, то
PR campaign	Эффективное и оригинальное использование PR активностей для стимулирования продаж, формировании репутации бренда, повышения узнаваемости и улучшения других целей и задач бренда. Критерии оценки - стратегия 25%, идея 25%, результаты 50%.	
Influencer campaign	Использование в коммуникации селебрити и инфлюенсеров. Работы должны	

	<p>продемонстрировать как привлечение бренд-амбассадоров и инфлюенсеров способствовали достижению целей и задач кампании и бренда. Критерии оценки - стратегия 30%, идея 20%, результаты 50%.</p>	<p>лучше раскрыть эти моменты (контекст, локальные инсайты и тд); - В кейсе не должно быть использовано наименование или логотип агентства. Технические требования Видеокейс: Ссылка на видео, опубликованное в YouTube/Vimeo, разрешение не менее 720p (предпочтительно 1080p). Продолжительность видео — не более 3 минут</p> <p>Информационное изображение: Изображение с ключевыми визуальными элементами проекта и его описанием, .jpg, .png файл с шириной не менее 1920 пикселей, разрешением не менее 150 DPI</p> <p>Модерация кейсов проходит в течение 3-х дней после загрузки.</p>
Traditions	<p>Кампании с использованием элементов национальной культуры, традиций, для увеличения эффективности кампании, достижения маркетинговых целей. Критерии оценки - инсайт 30%, идея 20%, результаты 50%.</p>	
Creativity & Craft		
Creative Advertising (omni-channel)		
Integrated campaign	<p>Кампания с оригинальной идеей и нестандартным использованием разных медиа-каналов (как минимум 3 разных носителя), которая эффективно доносит месседж бренда. Критерии оценки - идея 30%, стратегия 20%, качество реализации 30%, результаты 20%</p>	<p>ВАЖНО! К оценке принимаются только видеокейсы!</p> <p>- Кейс к работе должен быть представлен в формате видео; - Кейс должен быть на 2х языках – узбекский и русский. В видео кейсе перевод на второй язык должен быть представлен в виде субтитров или может быть отдельно озвучен каждый язык.</p> <p>- В кейсе должны быть раскрыты основные моменты – проблема, задача, решение и результаты; - Если в работе специфичные моменты, которые могут быть непонятны членам локального или международного жюри, то лучше раскрыть эти моменты (контекст, локальные инсайты и тд); - в кейсе не должно быть использовано наименование или логотип агентства. Технические требования Видеокейс: Ссылка на видео, опубликованное в YouTube/Vimeo, разрешение не менее 720p (предпочтительно 1080p). Продолжительность видео — не более 3 минут</p> <p>Информационное изображение: Изображение с ключевыми визуальными элементами проекта и его описанием, .jpg, .png файл с шириной не менее 1920 пикселей, разрешением не менее 150 DPI</p>
Low budget	<p>Эффективные и оригинальные кампании, которые продемонстрировали максимальную отдачу на вложенные средства, при низком или нулевом бюджете. Критерии оценки - инсайт 20%, идея 50%, результаты 30%.</p>	

		Модерация работ проходит в течение 3-х дней после загрузки.
Creative advertising (one-channel)		
Film	Рекламные ролики, созданные для различных носителей – ТВ, Digital, внешние носители и пр., с оригинальной идеей и высоким качеством реализации. Критерии оценки - идея 50%, качество реализации 50%.	<p>К оценке принимаются сами рекламные ролики, не видеокейсы.</p> <p>Ссылка на видео, опубликованное в YouTube/Vimeo, разрешение не менее 720p (предпочтительно 1080p). Продолжительность видео — не более 3 минут</p> <p>Информационное изображение: Изображение с ключевыми визуальными элементами проекта и его описанием, .jpg, .png файл с шириной не менее 1920 пикселей, разрешением не менее 150 DPI</p> <p>Модерация работ проходит в течение 3-х дней после загрузки.</p>
Out of home	Креативные работы, реализованные на носителях внешней рекламы – наружная реклама, рекламные щиты, LED экраны, витрины магазинов, плакаты и пр. Критерии оценки - идея 50%, качество реализации 50%.	<p>ВАЖНО! К оценке принимаются только видеокейсы!</p> <ul style="list-style-type: none"> - Кейс к работе должен быть представлен в формате видео; - Кейс должен быть на 2х языках – узбекский и русский. В видео кейсе перевод на второй язык должен быть представлен в виде субтитров или может быть отдельно озвучен каждый язык; - В кейсе должны быть раскрыты основные моменты – проблема, задача, решение и результаты; - Если в работе специфичные моменты, которые могут быть непонятны членам локального или международного жюри, то лучше раскрыть эти моменты (контекст, локальные инсайты и тд); - в кейсе не должно быть использовано наименование или логотип агентства. <p style="text-align: center;">Технические требования</p> <p>Видеокейс: Ссылка на видео, опубликованное в YouTube/Vimeo, разрешение не менее 720p (предпочтительно 1080p). Продолжительность видео — не более 3 минут</p> <p>Информационное изображение: Изображение с ключевыми визуальными элементами проекта и его описанием, .jpg, .png файл с шириной не менее 1920 пикселей, разрешением не менее 150 DPI</p>

		Модерация работ проходит в течение 3-х дней после загрузки.
Digital		
SMM campaign	Рекламные кампании, которые использовали социальные сети в качестве главного коммуникационного канала при общении со своей аудиторией. Критерии оценки - идея 30%, стратегия 20%, качество реализации 20%, результаты 30%	ВАЖНО! К оценке принимаются только видеокейсы! - Кейс к работе должен быть представлен в формате видео; - Кейс должен быть на 2х языках – узбекский и русский. В видео кейсе перевод на второй язык должен быть представлен в виде субтитров или может быть отдельно озвучен каждый язык; - В кейсе должны быть раскрыты основные моменты – проблема, задача, решение и результаты; - Если в работе специфичные моменты, которые могут быть непонятны членам локального или международного жюри, то лучше раскрыть эти моменты (контекст, локальные инсайты и тд); - в кейсе не должно быть использовано наименование или логотип агентства. Технические требования Видеокейс: Ссылка на видео, опубликованное в YouTube/Vimeo, разрешение не менее 720p (предпочтительно 1080p). Продолжительность видео — не более 3 минут Информационное изображение: Изображение с ключевыми визуальными элементами проекта и его описанием, .jpg, .png файл с шириной не менее 1920 пикселей, разрешением не менее 150 DPI Модерация работ проходит в течение 3-х дней после загрузки.
Digital campaign	Кампании (в том числе интегрированные) с оригинальной идеей, инсайтом, в которых основным каналом взаимодействия выступает веб-сайты, мобильные приложения, баннерная реклама и другие digital инструменты. Критерии оценки - идея 30%, стратегия 20%, качество реализации 20%, результаты 30%	
Media & Content		
Excellence in media (one-channel)	Кампании, с лучшими креативными решениями при подборе медиа-канала, исходя из особенностей площадки, интересов аудитории и инсайтов для достижения поставленных задач. Критерии оценки - идея 20%, стратегия 50%, результаты 30%.	ВАЖНО! К оценке принимаются только видеокейсы! - Кейс к работе должен быть представлен в формате видео; - Кейс должен быть на 2х языках – узбекский и русский. В видео кейсе перевод на второй язык должен быть представлен в виде субтитров или может быть отдельно озвучен каждый язык; - В кейсе должны быть раскрыты основные моменты – проблема, задача, решение и результаты; - Если в работе специфичные моменты, которые могут быть непонятны членам

		<p>локального или международного жюри, то лучше раскрыть эти моменты (контекст, локальные инсайты и тд); - в кейсе не должно быть использовано наименование или логотип агентства.</p> <p>Технические требования Видеокейс: Ссылка на видео, опубликованное в YouTube/Vimeo, разрешение не менее 720p (предпочтительно 1080p). Продолжительность видео — не более 3 минут</p> <p>Информационное изображение: Изображение с ключевыми визуальными элементами проекта и его описанием, .jpg, .png файл с шириной не менее 1920 пикселей, разрешением не менее 150 DPI</p> <p>Модерация работ проходит в течение 3-х дней после загрузки.</p>
Design		
Identity design (Branding)	Кампания по созданию нового бренда, айдентики для товаров, услуг или компаний. Критерии оценки - идея 40%, качество реализации 40%, стратегия 20%.	<p>К оценке принимаются кейсы в формате видео и/или презентации.</p> <p>- Кейс к работе должен быть представлен в формате видео, серии изображений или презентации; - Кейс должен быть на 2х языках – узбекский и русский. В видео кейсе перевод на второй язык должен быть представлен в виде субтитров или может быть отдельно озвучен каждый язык; - В кейсе должны быть раскрыты основные моменты – проблема, задача, решение и результаты; - Если в работе специфичные моменты, которые могут быть непонятны членам локального или международного жюри, то лучше раскрыть эти моменты (контекст, локальные инсайты и тд); - в кейсе не должно быть использовано наименование или логотип агентства.</p> <p>Технические требования Видеокейс: Ссылка на видео, опубликованное в YouTube/Vimeo, разрешение не менее 720p (предпочтительно 1080p). Продолжительность видео — не более 2 минут</p> <p>Информационное изображение: Изображение с ключевыми визуальными элементами проекта и его описанием, .jpg,</p>
Identity design (Rebranding)	Кампания по ребрендингу/обновлению нового бренда, айдентики для товаров, услуг или компаний. Критерии оценки - идея 40%, качество реализации 40%, стратегия 20%.	
Packaging design	Работы с креативными идеями и решениями в дизайне упаковки. Критерии оценки - идея 40%, качество реализации 40%, стратегия 20%.	

		<p>.png файл с шириной не менее 1920 пикселей, разрешением не менее 150 DPI</p> <p>PDF презентация:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Не более 20 слайдов, • Разрешение не менее 150 DPI, • Соотношение сторон 16:9 <p>Серия изображений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • JPG, 150 dpi, RGB, A3 size (2480 x 1754 pixels), не более 15MB . <p>Модерация работ проходит в течение 3-х дней после загрузки.</p>
Social / ESG		
Social / ESG	<p>Кампании, которые эффективно объединили бизнес-цели и решение общественно значимых задач (здоровье, экология, образование, общество и пр.), успешно связали эти цели с общей стратегией бренда.</p> <p>Критерии оценки - идея 30%, инсайт 20%, качество реализации 20%, результаты 30%.</p>	<p>ВАЖНО! К оценке принимаются только видеокейсы!</p> <ul style="list-style-type: none"> - Кейс к работе должен быть представлен в формате видео; - Кейс должен быть на 2х языках – узбекский и русский. В видео кейсе перевод на второй язык должен быть представлен в виде субтитров или может быть отдельно озвучен каждый язык; - В кейсе должны быть раскрыты основные моменты – проблема, задача, решение и результаты; - Если в работе специфичные моменты, которые могут быть непонятны членам локального или международного жюри, то лучше раскрыть эти моменты (контекст, локальные инсайты и тд); - в кейсе не должно быть использовано наименование или логотип агентства. <p>Технические требования</p> <p>Видеокейс: Ссылка на видео, опубликованное в YouTube/Vimeo, разрешение не менее 720p (предпочтительно 1080p). Продолжительность видео — не более 3 минут</p> <p>Информационное изображение: Изображение с ключевыми визуальными элементами проекта и его описанием, .jpg, .png файл с шириной не менее 1920 пикселей, разрешением не менее 150 DPI</p> <p>Модерация работ проходит в течение 3-х дней после загрузки.</p>
Concept		
Concept	<p>Совместная номинация с партнерами – школой mads (Россия). Нереализованный проект в любом из направлений рекламы и креатива.</p>	<p>К оценке принимаются видеокейсы и/или презентации.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Кейс к работе должен быть представлен

	<p>Критерии оценки - идея 50%, качество реализации 50%</p>	<p>в формате видео, серии изображений или презентации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Кейс должен быть на 2х языках – узбекский и русский. В видео кейсе перевод на второй язык должен быть представлен в виде субтитров или может быть отдельно озвучен каждый язык; - В кейсе должны быть раскрыты основные моменты – проблема, задача, решение и результаты; - Если в работе специфичные моменты, которые могут быть непонятны членам локального или международного жюри, то лучше раскрыть эти моменты (контекст, локальные инсайты и тд); - в кейсе не должно быть использовано наименование или логотип агентства. <p style="text-align: center;">Технические требования</p> <p>Видеокейс: Ссылка на видео, опубликованное в YouTube/Vimeo, разрешение не менее 720p (предпочтительно 1080p). Продолжительность видео — не более 2 минут</p> <p>Информационное изображение: Изображение с ключевыми визуальными элементами проекта и его описанием, .jpg, .png файл с шириной не менее 1920 пикселей, разрешением не менее 150 DPI</p> <p>PDF презентация:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Не более 20 слайдов, • Разрешение не менее 150 DPI, • Соотношение сторон 16:9 <p>Серия изображений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • JPG, 150 dpi, RGB, A3 size (2480 x 1754 pixels), не более 15MB . <p>Модерация работ проходит в течение 3-х дней после загрузки.</p>
--	--	---

Рекомендации. Вопросы, на которые должен отвечать кейс

1. Укажите инструменты для измерения результатов. Здесь могут быть показатели и коэффициенты эффективности маркетинга и продаж на усмотрение участника (например, динамика продаж, охват, конверсия, вовлеченность, узнаваемость, посещаемость, доля рынка и т.д.)
2. Расскажите о ключевой идее кейса, 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 кейса уделите внимание ключевым элементам идеи. Если что-то требует отдельного внимания — выделите отдельно.
5. Один кейс может соответствовать требованиям нескольких номинаций. Рекомендуется участие во всех подходящих номинациях.

III. ГОЛОСОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

9. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ «РЕКЛАМА 2024 ГОДА» (ГОЛОСОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ)

1. Работы на конкурс TAF!24 могут подавать как бренды, так и агентства. Работа — это реклама, логотип, упаковка, ссылка на сайт, то есть все, за что будут голосовать потребители.
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), заполнить поле текстового описания о работе 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 в течение 3 рабочих дней проверяет полученную работу на соответствие требованиям конкурса (модерация) и направляет участнику договор на оплату участия. После оплаты участия работа отображается на сайте www.marketing.uz.
4. Участие в конкурсе платное. Стоимость участия за один кейс составляет:
С 20 июня до 10 августа 2024 года включительно (основная регистрация) - 1 120 000 сум с учетом НДС. Для партнеров Маркетинговой ассоциации Узбекистана предоставляется скидка в размере 50%. На третий и каждый последующий кейс предоставляется скидка в размере 50%. При этом, скидки, предоставляемые партнерам ассоциации не суммируются с данным видом скидок.
С 11 августа по 21 августа 2024 года (поздняя регистрация) - 1 120 000 сум с учетом НДС. Скидки не предоставляются.
С 22 августа до 26 августа 2024 года (last call) – 2 240 000 сум с учетом НДС. Скидки не предоставляются.
3. Для Ассоциированных партнеров одна работа принимается бесплатно. Для Премиум партнеров ассоциации участие в конкурсе бесплатное.
4. Один участник может подать одну и ту же работу не более чем в три номинации.
5. Оплата осуществляется банковским переводом между юридическими лицами на основании договора или через UZUM, Payme.
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 номинации, 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 работу 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 работ других брендов. При обнаружении фейковой работы, организаторы конкурса или жюри имеют право снять с участия без возврата оплаты за участие.
11. В случае отказа со стороны участника от участия в конкурсе, после подачи и оплаты работы, оплата не возвращается.
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 не несет ответственность за авторство или плагиат подаваемых работ.
14. В случае возникновения споров решение об определении статуса конкурсной работы, принимают организаторы.

10. ПОРЯДОК ОТКРЫТОГО ГОЛОСОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

1. Открытое голосование потребителей «Реклама 2024 года» проходит с 3 сентября 2024 по 27 сентября 2024 года включительно.
2. Голосование проходит телеграм-боте @makon_brand_bot.

3. В голосовании на общих основаниях может принять участие любой гражданин Республики Узбекистан, а также иностранный гражданин, старше 12 лет. Участие в конкурсе несовершеннолетних осуществляется в порядке, установленном действующим законодательством Республики Узбекистан, через их законных представителей. Для участия в голосовании несовершеннолетних необходимо согласие одного из родителей или законного представителя.
4. Голосование осуществляется по 8 номинациям, указанным ниже. Участие в Премии по заявкам брендов или агентств.
5. Территория проведения голосования: Республика Узбекистан.
6. Организатор оставляет за собой право вносить изменения в оферту с обязательным опубликованием таких изменений в Telegram-боте.

11. ПРОЦЕДУРА ГОЛОСОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

1. Для голосования в конкурсе «Реклама 2024 года» необходимо:
 - А) Зарегистрироваться в Telegram-боте @makon_brand_bot
 - Б) Ответить на 3 вопроса.
 - В) Выбрать лучшую рекламу в 8 номинациях и проголосовать за понравившуюся работу. Рекомендуется проголосовать во всех номинациях.
2. Один участник голосования может проголосовать только один раз. Каждый голос засчитывается в общий зачет работы.
3. Статистика голосования потребителей отображается на сайте marketing.uz в режиме реального времени.
4. Организатор оставляет за собой право проверки голосов, в том числе путем верификации, осуществляемой как во время голосования, так и после его завершения. Организаторы оставляют за собой право верификации голосов и проверки на наличие пользователей, которые меняли сим-карты, подозрительных пользователей, которые связаны с несколькими похожими или одинаковыми аккаунтами, (с цифровыми юзернеймами (481,482 и тд), использования одинаковых имен. В случае обнаружения таких пользователей чьи сим карты на момент верификации не отвечают, не находятся в устройствах, организаторы вправе убрать такие голоса из результатов голосования потребителей.
5. В ходе голосования разрешаются призывы к голосованию. Не разрешаются призывы или иные виды активностей (гивы, конкурсы, розыгрыши и т.п) с обещанием выигрыша призов, иных материальных ценностей или получением скидок, бонусов за участие в голосовании.
6. Победители будут объявлены на Церемонии награждения конкурса TAF!23, которая пройдет 12 октября 2023 года.
7. Все желающие могут перейти на сайт www.marketing.uz, чтобы ознакомиться с работами.
8. Организаторы конкурса оставляют за собой право использовать (с обязательным указанием авторства) любые конкурсные работы для освещения конкурса в СМИ и на интернет-ресурсах.

12. НОМИНАЦИИ ГОЛОСОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ТРЕБОВАНИЯ К РАБОТАМ, КРИТЕРИИ ГОЛОСОВАНИЯ

Номинация	Описание номинации	Требования
ТВ реклама 2024 года	Реклама в видео формате, которая была размещена на ТВ	Работа в формате Видео и текстовая часть с описанием работы Ссылка на видео, опубликованное в YouTube/Vimeo, разрешение не менее 720p (предпочтительно 1080p). Продолжительность видео — не более 2 минут
Реклама в Интернете 2024 года	Реклама в видео формате, которая была размещена в Интернете	Работа в формате Видео и текстовая часть с описанием работы

		Ссылка на видео, опубликованное в YouTube/Vimeo, разрешение не менее 720p (предпочтительно 1080p). Продолжительность видео — не более 2 минут
Радиореклама 2024 года	Реклама в аудио формате, которая была размещена на радио	Работа в формате Аудио и текстовая часть с описанием работы Для каждой конкурсной заявки требуется один аудиоролик формата MP3. 128 kbps(минимально)/256 kbps(предпочтительно). Размер файла не должен превышать 3 Мб. Максимальная продолжительность аудиоролика 180 секунд.
Наружная реклама 2024 года	Наружная реклама в формате видео, постера или баннера, которая была размещена на LED экранах, билбордах и щитах	Работа в формате Видео, Одного или Серии изображений (показывающих дизайн постера или баннера на щитах и билбордах) и текстовая часть с описанием работы Ссылка на видео, опубликованное в YouTube/Vimeo, разрешение не менее 720p (предпочтительно 1080p). Продолжительность видео — не более 2 минут Изображение - .jpg, .png файл с шириной не менее 1920 пикселей, разрешением не менее 150 DPI
Логотип 2024 года	Логотип бренда, компании, продукции и пр.	Работа в формате Одного или Серии изображений и текстовая часть (со ссылкой на сайт) с описанием работы Изображение - .jpg, .png файл с шириной не менее 1920 пикселей, разрешением не менее 150 DPI
Упаковка 2024 года	Все виды упаковки, обложки и этикетки для товаров и услуг.	Работа в формате Одного или Серии изображений (показывающих внешний вид упаковки) и текстовая часть (со ссылкой на сайт) с описанием работы Изображение - .jpg, .png файл с шириной не менее 1920 пикселей, разрешением не менее 150 DPI
Сайт 2024 года	Логотип бренда, компании, продукции и пр.	Работа в формате одного или серии изображений (показывающих внешний вид сайта) и текстовая часть (со ссылкой на сайт) с описанием работы Изображение - .jpg, .png файл с шириной не менее 1920 пикселей, разрешением не менее 150 DPI
Мобильное приложение 2024 года	Мобильные приложения брендов, компаний, финансовых и государственных учреждений и пр.	Работа в формате одного или серии изображений (показывающих внешний вид мобильного приложения) и текстовая часть (со ссылкой на сайт) с описанием работы

		Изображение - .jpg, .png файл с шириной не менее 1920 пикселей, разрешением не менее 150 DPI
--	--	--

1. Критерии голосования потребителей

А) Оригинальность идеи

Б) Привлекательность рекламируемого продукта

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ НАГРАДЫ КОНКУРСА

1. Кроме основных номинаций в конкурсе TAF!24 присуждаются 3 специальные награды:
«Лучший рекламодатель 2024 года»
«Лучший рекламный проект 2024 года»
«Лучшее рекламное агентство 2024 года»
2. Обладатели специальных наград определяются путем суммирования всех набранных баллов по итогам побед по голосованию экспертов в основных номинациях.
3. Баллы за победу для специальных наград: золото – 3 балла, серебро – 2 балла, бронза – 1 балл.
4. Все партнеры фестиваля TAF!24 получают специальные награды, отражающие маркетинговые результаты работы компании за 2024 год.

14. КОНКУРСНЫЕ НАГРАДЫ И РЕЙТИНГ БРЕНДОВ И АГЕНТСТВ

1. Участники, получившие «золото», «серебро» и «бронзу» по выбору экспертов, получают диплом победителя, дипломы призеров и фирменные статуэтки конкурса TAF! 24.
2. Первое место по результатам голосования потребителей получает золото. Участники, получившие «золото» по выбору потребителей, получают диплом победителя и фирменную статуэтку конкурса TAF!24.
3. Участник, получивший специальную награду «Лучший рекламодатель 2023 года», получает диплом и фирменную статуэтку конкурса TAF! 24.
4. Участник, получивший специальную награду «Лучшее рекламное агентство 2024 года», получает диплом и фирменную статуэтку конкурса TAF! 24.
5. Проект, получивший специальную награду «Лучший рекламный проект 2024 года» получает диплом и фирменную статуэтку конкурса TAF! 24.
6. Участник, получивший специальную награду партнера фестиваля, получает диплом и фирменную статуэтку конкурса TAF! 24.
7. Оглашение результатов голосования экспертов, потребителей и вручение специальных наград проходят на торжественной Церемонии награждения 12 октября 2024 года. До Церемонии информация о победителях и призерах конкурса является строго конфиденциальной и не разглашается.
8. Результаты конкурса учитываются в ежегодном Рейтинге маркетинговой эффективности брендов и агентств по версии Маркетинговой Ассоциации Узбекистана. Победители конкурса в специальных номинациях получают 15 баллов, золото – 9 баллов, серебро – 5 баллов, бронза – 3 балла. Кейсы шорт листа получают по 1 баллу в Рейтинге.
9. 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.
10. Результаты конкурса среди экспертного жюри учитываются в Рейтинге с коэффициентом три, среди потребителей с коэффициентом два.
11. Организаторы имеют право по официальному обращению партнеров устанавливать дополнительные награды в виде специальных призов по согласованию с экспертным жюри.

15. КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Маркетинговая ассоциация Узбекистана
100007, г. Ташкент, пр. Мирзо Улугбека, 25
Тел.: +998 (97) 402-28-20, +998 (97) 037-28-20
e-mail: info@marketing.uz

Приложение № 1

Ресурсы ассоциации (рус и узб), размещающие информацию о конкурсе TAF!24

Сайт

<https://marketing.uz>

Telegram

<https://t.me/uzbekmarketing>

<https://t.me/makonmarketing>

Instagram

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

https://instagram.com/makon_marketing?igshid=ZWQyN2ExYTkWZQ==

Facebook

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

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

YouTube

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

Приложение № 2

Форма заявки на участие в конкурсе (заполняется на сайте marketing.uz)

Голосование экспертов

Ваше имя	
От лица кого вы принимаете участие в конкурсе?	Агентство Бренд
Выберите номинацию (и)	
Название кейса	
Рекламируемый продукт	
Вводная информация, контекст	
Проблема, задача	
Решение	
Результаты	
Загрузить файл	Окно для загрузки файлов или отправки ссылки

Форма заявки на участие в конкурсе (заполняется на сайте marketing.uz)

Голосование потребителей

Ваше имя	
От лица кого вы принимаете участие в конкурсе?	Агентство Бренд
Выберите номинацию (и)	
Название работы	
Рекламируемый продукт	
Описание работы	
Загрузить файл	Окно для загрузки файлов или отправки ссылки