ПОЛОЖЕНИЕ О ПУБЛИЧНОМ КОНКУРСЕ «Бизнес-премия VK «Проявление»

(далее — «Положение»)

Настоящее Положение регулирует порядок организации и проведения публичного конкурса (премии) «Бизнес-премия VK «Проявление» (далее — «**Премия**», «**Конкурс**»), порядок подачи заявок, требования к участникам и конкурсным материалам, порядок оценки и определения победителей, а также порядок вручения наград.

1. Общие положения

1.1. Премия является публичным конкурсом по смыслу ст. 1057–1058 Гражданского кодекса Российской Федерации.

1.2. **Организатор Премии:** Общество с ограниченной ответственностью «ВК», место нахождения: 125167, г. Москва, Ленинградский проспект, д. 39, стр. 79, ОГРН 1027739850962, ИНН 7743001840 (далее — «**Организатор**»).

1.3. Премия проводится на территории Российской Федерации. Официальный язык — русский.

1.4. Премия не является лотереей, стимулирующей лотереей либо иной основанной на риске азартной игрой.

1.5. Организатор вправе изменять настоящее Положение и/или отменить проведение Премии в порядке, предусмотренном ст. 1058 ГК РФ, путем публикации обновленной редакции Положения и/или сообщения об отмене на странице Премии и/или в Чатботе (п. 3.3).

1.6. Участие в Премии является безвозмездным. Организатор не возмещает расходы Участников, связанные с участием в Премии (включая расходы на подготовку и подачу Заявки, проезд, проживание и т.п.).

2. Термины и определения

2.1. **Заявка** — сведения и материалы, направляемые Участником для участия в Премии через Чатбот в порядке раздела 5 настоящего Положения.

2.2. **Участник** — лицо, соответствующее требованиям раздела 4 и подавшее Заявку в порядке раздела 5.

2.3. **Кейс (Конкурсная работа)** — описание проекта и/или результатов рекламной и/или маркетинговой активности Участника с использованием решений VK, включая

(но не ограничиваясь) проекты в VK Рекламе, VK AdBlogger, а также специальные проекты VK, представленное Участником в составе Заявки.

2.4. **Номинация** — категория Премии, в рамках которой оцениваются Кейсы. Перечень Номинаций указывается на странице Премии и/или в Чатботе.

2.5. **Жюри** — лица, привлекаемые Организатором для оценки Кейсов (сотрудники VK и внешние эксперты), действующие в порядке раздела 7.

2.6. **Победитель** — Участник, признанный победителем в соответствующей Номинации по итогам оценки Жюри.

2.7. **Чатбот** — программный интерфейс в мессенджере MAX @vk_awards_bot, используемый для подачи Заявок.

3. Цели, сроки и место проведения

3.1. Цель Премии — повышение квалификации специалистов в области цифрового маркетинга и рекламы при использовании сервисов VK.

3.2. Сроки проведения Премии:

- **Прием Заявок:** с **07 октября 2026 г.** по **08 ноября 2026 г.** (включительно);
- **Оценка Кейсов Жюри:** с **09 ноября 2026 г.** по **29 ноября 2026 г.** (включительно);
- **Обработка результатов:** с **30 ноября 2026 г.** по **08 декабря 2026 г.** (включительно);
- **Объявление Победителей и церемония награждения:** в период с **16 декабря 2026 г.** по **31 декабря 2026 г.** (включительно).

3.3. Информация о Премии, включая настоящее Положение, перечень Номинаций, сроки, порядок подачи Заявок, требования к Кейсам и иные условия, размещается:

- на странице Премии: https://vkawards.ru; и/или
- в чат-боте в мессенджере MAX: @vk_awards_bot; и/или
- на сайте VK Реклама: https://ads.vk.ru; и/или
- в официальных сообществах/каналах Организатора в социальных сетях, включая ВКонтакте, MAX и Telegram.

4. Требования к участникам и ограничения

4.1. К участию допускаются:

- юридические лица;

- индивидуальные предприниматели;
- физические лица, включая самозанятых (плательщиков НПД).

4.2. Участник должен являться заказчиком (клиентом) рекламных и/или маркетинговых сервисов VK (включая, но не ограничиваясь: VK Реклама, VK AdBlogger, специальные проекты VK).

4.2.1. Для целей участия в Премии Участники распределяются по следующим группам:
а) **«Группа 1»** — рекламные агентства с количеством сотрудников до 50 (пятидесяти) человек, а также таргетологи и рекламодатели, относящиеся к субъектам малого и среднего предпринимательства и включенные в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (далее — «Реестр МСП») на дату подачи Заявки;
б) **«Группа 2»** — крупные рекламные агентства, не соответствующие критериям «Группы 1» (в том числе не включенные в Реестр МСП на дату подачи Заявки и/или превышающие критерии МСП).

4.2.2. Соответствие критерию, указанному в п. 4.2.1 (а), подтверждается сведениями из Реестра МСП. Организатор вправе проверять наличие Участника в Реестре МСП самостоятельно (в т.ч. по ИНН/ОГРН/ОГРНИП). В случае отсутствия Участника в Реестре МСП на дату подачи Заявки Организатор вправе отказать в отнесении Участника к «Группе 1» и/или в допуске Кейса к участию (в зависимости от правил соответствующей Номинации/группы).

4.3. Организатор вправе проверять соответствие Участника критерию, указанному в п. 4.2, в том числе на основании сведений, указанных в Заявке (ИНН/наименование/контактные данные), а также данных, доступных Организатору в рамках функционирования сервисов VK, по которым заявлен Кейс (включая VK Реклама, VK AdBlogger и/или специальные проекты VK). В случае невозможности подтвердить соответствие указанному критерию Организатор вправе отказать в допуске к участию.

4.4. Не допускаются к участию:
4.4.1. сотрудники Организатора и/или аффилированных с ним лиц, непосредственно задействованные в организации Премии, а также члены их семей (при необходимости перечень может быть уточнен Организатором);
4.4.2. лица, входящие в состав Жюри, — в части участия в Номинациях, которые такие лица оценивают (при применимости);
4.4.3. авторы VK AdBlogger (создатели контента/авторы платформы VK AdBlogger).

4.5. Организатор вправе отказать в допуске к участию и/или исключить Участника из Премии в случае выявления:

- предоставления недостоверных сведений;
- нарушения настоящего Положения;
- нарушения законодательства РФ;
- нарушения прав третьих лиц;
- иных обстоятельств, которые, по мнению Организатора, препятствуют надлежащему проведению Премии.

4.6. Условия подачи Заявок:

4.6.1. Заявку на участие вправе подать Участник, который выступает в одном из следующих статусов:

а) прямой рекламодатель;

б) рекламное агентство;

в) специалист по настройке рекламы (таргетолог).

4.6.2. Кейс, заявляемый к участию в Премии, должен быть реализован не ранее чем за 12 (двенадцать) месяцев до даты подачи Заявки.

4.6.3. Кейс должен содержать измеримые результаты (в том числе числовые KPI/показатели эффективности), позволяющие оценить достигнутый эффект.

4.6.4. Рекламное агентство и рекламодатель вправе подать совместную Заявку на один и тот же Кейс. Возможное количество совместных кейсов — один. При совместной подаче Заявки стороны указывают в Заявке сведения о каждом из участников (в т.ч. наименование/ИНН и контактные данные) и распределение ролей в реализации Кейса (при необходимости).

5. Порядок подачи заявок

5.1. Для участия в Премии Участник подает Заявку через Чатбот в мессенджере MAX в сроки, указанные в п. 3.2.

5.2. В Заявке указываются следующие сведения (минимально):

- название компании/рекламного агентства;
- ИНН (для юридических лиц/ИП);
- ссылка на сайт компании/проекта (при наличии);
- город;
- ФИО контактного лица;
- телефон, электронная почта;
- выбранная Номинация;
- описание Кейса и иные сведения по форме Чатбота.

5.2.1. Кейс должен быть оформлен Участником по шаблону, размещенному на странице Премии и/или доступному в Чат-боте. Организатор вправе не рассматривать Заявки (Кейсы), оформленные с отступлением от шаблона и/или не содержащие обязательных полей шаблона.

5.2.2. Для подачи Кейса Участник обязан сохранить оформленный Кейс на облачном хранилище (либо ином онлайн-ресурсе, обеспечивающем доступ по ссылке) и указать в Заявке ссылку на такой Кейс. Участник обеспечивает доступность ссылки

и корректность прав доступа (возможность просмотра Организатором и Жюри) до даты завершения этапа оценки Кейсов Жюри включительно (п. 3.2), а также в течение разумного срока, необходимого для подведения итогов и подготовки публикаций результатов Премии.

5.3. Участник гарантирует достоверность сведений, указанных в Заявке, а также наличие прав и согласий на использование и передачу Организатору всех материалов, включенных в Заявку/Кейс (тексты, изображения, логотипы, отзывы, скриншоты, статистика и т.п.).

5.4. Количество Заявок и участие в Номинациях.

5.4.1. Участник вправе подать не более 5 (пяти) Заявок (Кейсов) в рамках Премии.
5.4.2. Один Кейс может быть заявлен только в одну (1) Номинацию (принцип «1 кейс = 1 номинация»).
5.4.3. Премия включает 14 (четырнадцать) Номинаций, при этом подача Заявок осуществляется только в 13 (тринадцать) Номинаций. Номинация, определяемая путем народного голосования, не предусматривает подачу Заявок через Чат-бот (порядок участия/определения победителя по такой Номинации указывается на странице Премии и/или в Чат-боте).

5.5. Организатор вправе запросить у Участника дополнительные сведения и/или документы, подтверждающие информацию, указанную в Заявке (включая подтверждение результатов, согласия, подтверждение прав). В случае непредоставления запрошенных сведений/документов Организатор вправе отказать в допуске к участию и/или исключить Участника.

5.6. Подача Заявок агентствами/таргетологами от имени клиента.
5.6.1. Заявку подает лицо, которое заявляет свое участие в Премии и является Участником в смысле п. 4.1–4.2 Положения.
5.6.2. Рекламное агентство и/или таргетолог вправе подать Заявку (Кейс) только в отношении проекта (Кейса), в реализации которого такое лицо принимало участие.
5.6.3. Подача Заявки от имени третьих лиц, а также подача Кейсов по проектам, в реализации которых подающее лицо не участвовало, не допускается.
5.6.4. В случае совместной подачи (агентство + рекламодатель) применяется п. 4.6.4 Положения.

6. Номинации и минимальное количество кейсов

6.1. Перечень Номинаций публикуется на странице Премии: https://vkawards.ru; и/или в чат-боте в мессенджере MAX: @vk_awards_bot; и/или на сайте VK Реклама: https://ads.vk.ru; и/или в официальных сообществах/каналах Организатора в социальных сетях, включая ВКонтакте, Telegram и мессенджер MAX.

6.2. Для определения Победителя в Номинации требуется не менее 3 (трех) допущенных Кейсов.

6.3. Если в Номинации допущено менее 3 (трех) Кейсов, Организатор вправе:

- предложить Участникам выбрать другую Номинацию для участия; и/или
- объединить Номинации; и/или

- не определять Победителя в такой Номинации.

6.4. В случае принятия решения об изменении Номинации участия (в том числе при объединении Номинаций) Организатор уведомляет Участника по адресу электронной почты, указанному в Заявке, о соответствующих изменениях.

6.5. Если в Номинации допущено менее 3 (трех) Кейсов, Организатор вправе автоматически перенести Кейс Участника в другую Номинацию, наиболее соответствующую тематике Кейса и/или правилам Премии. Уведомление о переносе направляется Участнику по электронной почте, указанной в Заявке.

6.6. Участник вправе отказаться от переноса Кейса в другую Номинацию, направив уведомление Организатору ответным письмом (либо иным способом, указанным в уведомлении Организатора) в течение 3 (трех) рабочих дней с даты направления уведомления Организатором. При неполучении отказа в указанный срок Кейс считается перенесенным в другую Номинацию. При отказе Участника Организатор вправе не допускать Кейс к дальнейшему участию в Премии.

7. Порядок оценки и определения победителей

7.1. Оценка Кейсов и определение Победителей осуществляется Жюри.

7.2. Состав Жюри формируется Организатором и может включать сотрудников VK, а также внешних экспертов (представителей компаний и экспертов из различных отраслей).

7.3. Оценка Кейсов Жюри проводится в электронной форме с использованием Чат-бота. Каждый член Жюри оценивает Кейсы независимо.

7.4. Для отраслевых Номинаций (например, финансы, недвижимость и т.п.) Организатор вправе привлекать отраслевых экспертов.

7.5. Критерии оценки и веса.

7.5.1. Каждый Кейс оценивается Жюри по следующим критериям:

7.5.1.1. «Идея» — насколько идея отвечает поставленной задаче, учитывает особенности аудитории и контекста, обладает ясной логикой и содержательно выделяется среди других решений.

7.5.1.2. «Реализация» — насколько качественно, целостно и последовательно идея воплощена в кампании, обоснован ли выбор инструментов и форматов и насколько согласованно они работают на достижение общей цели.

7.5.1.3. «Результат» — насколько кампания достигла заявленных бизнес-, коммуникационных или общественно значимых целей и насколько убедительно подтверждён полученный эффект с учётом масштаба и исходных условий проекта.

7.5.1.4. «Инновационность» — насколько нестандартно, обоснованно и эффективно использованы инструменты, форматы, технологии или подходы и какую дополнительную ценность они создали для решения задачи.

7.5.2. Итоговая оценка Кейса в каждой Номинации формируется на основании оценок по критериям, указанным в п. 7.6.1, с применением весов критериев, установленных для соответствующей Номинации. Веса критериев по Номинациям приведены в Приложении №1 к настоящему Положению.

7.5.3. Шкала оценивания (диапазон баллов по каждому критерию), а также порядок подсчёта итогового балла определяются Организатором и доводятся до сведения Жюри до начала этапа оценки Кейсов.

7.5.4. Для номинации «Признание пользователей VK» веса критериев применяются только при формировании шорт-листа (при применимости); победитель определяется пользовательским голосованием в порядке, установленном Организатором и опубликованном на ресурсах, указанных в п. 3.3 настоящего Положения.

7.6. Организатор вправе не раскрывать Участникам индивидуальные оценки и комментарии членов Жюри, если иное не указано Организатором.

7.7. Решения Жюри и Организатора по итогам Премии являются окончательными и не подлежат пересмотру, за исключением случаев выявления Организатором нарушений настоящего Положения.

8. Награды и призы

8.1. Победителям Премии предоставляются следующие награды:

- статуэтка;
- публичное признание статуса победителя и публикация Кейса на ресурсах Организатора (сайт/соцсети) — при условии соблюдения раздела 9.

8.2. Организатор вправе предусмотреть подарки от партнеров Премии. Перечень партнеров и описание подарков публикуются дополнительно на странице Премии и/или сообщаются Победителям.

8.3. Денежные выплаты победителям не предусмотрены.

8.4. Награды и подарки не подлежат обмену на денежный эквивалент.

9. Права на материалы и согласия

9.1. Подавая Заявку, Участник предоставляет Организатору право использовать предоставленные материалы Кейса (включая название компании/бренда, логотип,

изображения, тексты, цитаты, скриншоты, видео, статистику) на условиях простой (неисключительной) лицензии на территории всего мира на неограниченный срок, без выплаты вознаграждения, в целях:

- проведения Премии;
- публикации и продвижения Кейсов и результатов Премии;
- подготовки и распространения PRматериалов Организатора о Премии и сервисах VK.

9.2. Участник гарантирует наличие всех необходимых прав и согласий третьих лиц (включая сотрудников, клиентов, подрядчиков), если в Кейсе используются их данные/изображения/товарные знаки/коммерческие обозначения/отзывы и т.п.

9.3. Участник обязуется по запросу Организатора предоставить подтверждения прав/согласий, указанных в п. 9.2.

9.4. Участник самостоятельно несет ответственность за раскрытие в Кейсе сведений, составляющих коммерческую тайну и/или иную охраняемую законом тайну, и подтверждает, что предоставление таких сведений Организатору и их возможная публикация (в рамках п. 9.1) не нарушают права и законные интересы третьих лиц.

10. Обработка персональных данных

10.1. Организатор обрабатывает персональные данные Участников и/или представителей Участников, указанные в Заявке и/или переданные через Чат-бот (включая, но не ограничиваясь: ФИО, должность (при наличии), телефон, адрес электронной почты, MAX ID и иные сведения, предоставленные Участником), в целях проведения Премии, приема и рассмотрения Заявок и Кейсов, коммуникации с Участниками, подведения итогов, объявления результатов и вручения наград.

10.2. Отношения, связанные с обработкой персональных данных в рамках проведения Премии, регулируются:

- действующим законодательством Российской Федерации, включая Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»; и
- Политикой конфиденциальности чат-бота «Бизнес-премия VK: Проявление» для приема заявок и кейсов Премии «Бизнес-премия VK: Проявление» в мессенджере MAX, размещенной на странице Премии: https://vkawards.ru (далее — «Политика конфиденциальности чат-бота»).

10.3. Подавая Заявку и/или предоставляя персональные данные через Чат-бот, Участник (его представитель), действуя своей волей и в своем интересе, дает Организатору согласие на обработку своих персональных данных с использованием и без использования средств автоматизации на условиях настоящего Положения, Политики конфиденциальности чат-бота и законодательства РФ.

10.4. Согласие, указанное в п. 10.3, дается на совершение следующих действий (операций) с персональными данными: сбор, запись, систематизация, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), извлечение, использование, передача (предоставление, доступ) в случаях, предусмотренных настоящим Положением, блокирование, удаление, уничтожение.

10.5. Персональные данные обрабатываются в течение срока проведения Премии, а также в течение одного календарного года после завершения Премии, если иной срок хранения/обработки не установлен законодательством Российской Федерации либо Политикой конфиденциальности чат-бота.

10.6. Организатор принимает необходимые организационные и технические меры для защиты персональных данных от неправомерного или случайного доступа, уничтожения, изменения, блокирования, копирования, предоставления, распространения и иных неправомерных действий.

10.7. В целях проведения Премии Организатор вправе передавать и/или поручать обработку персональных данных Участников и/или представителей Участников третьим лицам (включая партнеров Премии и членов Жюри) исключительно для целей проведения Премии, оценки Кейсов, определения Победителей, оглашения результатов и организации вручения наград/подарков, при условии соблюдения такими лицами требований законодательства Российской Федерации о персональных данных и обязательств по конфиденциальности.

11. Церемония награждения

11.1. Церемония награждения Победителей проводится офлайн. Участие в церемонии возможно только по приглашению Организатора.

11.2. Организатор вправе определять количество приглашенных лиц от каждого Победителя и порядок допуска на площадку проведения церемонии.

12. Заключительные положения

12.1. Во всем, что не урегулировано настоящим Положением, стороны руководствуются действующим законодательством Российской Федерации.

12.2. Все споры и разногласия, возникающие в связи с проведением Премии, подлежат разрешению в порядке, установленном действующим законодательством Российской Федерации.

12.3. Контакт для вопросов по Премии: vkawards@vk.company

13. Прочие условия

13.1. В случае возникновения ситуаций, допускающих неоднозначное толкование условий настоящего Положения и (или) вопросов, не урегулированных настоящим Положением, окончательное решение о таком толковании и (или) разъяснении принимается Организатором.

13.2. Организатор вправе в одностороннем порядке отказать в допуске к участию в Премии и/или исключить из числа Участников лиц, которые:

13.2.1. не соответствуют требованиям, предъявляемым к Участникам в соответствии с настоящим Положением;

13.2.2. нарушают права третьих лиц (в том числе авторские, исключительные и иные интеллектуальные права);

13.2.3. используют программное обеспечение или иные способы, нарушающие работу страницы Премии и/или Чат-бота и/или создающие возможность искажения результатов Премии;

13.2.4. используют для участия в Премии чужую учетную запись и/или предоставляют неполные и/или недостоверные сведения об Участнике и/или о Кейсе;

13.2.5. утратили соответствие требованиям настоящего Положения и/или выявлено несоответствие таким требованиям;

13.2.6. нарушают иные условия настоящего Положения и/или требования законодательства Российской Федерации.

13.3. В случае нарушения Участником условий настоящего Положения Участник считается дисквалифицированным, а результаты участия такого Участника в Премии могут быть аннулированы.

13.4. В случае возникновения у Организатора убытков, связанных с нарушением Участником условий настоящего Положения и/или прав третьих лиц, Участник обязуется самостоятельно и за свой счет урегулировать такие претензии и возместить Организатору причиненные убытки (при их наличии).

13.5. Участник вправе отказаться от участия в Премии в любой момент в период ее проведения, направив уведомление Организатору по адресу: vkawards@vk.company

13.6. Организатор не компенсирует Участнику расходы, связанные с участием в Премии, включая расходы на доступ в сеть Интернет, услуги связи и иные расходы.

13.7. В случае обстоятельств, неподконтрольных Организатору (пожар, наводнение, стихийное бедствие, атака на серверы, забастовка, сбои в работе сетей и т.п.), ставящих под угрозу финансовую или техническую возможность проведения Премии, Организатор вправе отменить Премию полностью или частично. При отмене Премии Участники не вправе требовать компенсацию в какой бы то ни было форме.

13.8. Если по какой-либо причине любой аспект Премии не может осуществляться так, как это запланировано, включая причины, связанные с вирусами, неполадками в сети Интернет, дефектами, манипуляциями, несанкционированным вмешательством, фальсификацией, техническими неполадками или иной причиной, неконтролируемой Организатором, которая искажает или затрагивает проведение Премии, Организатор вправе по своему усмотрению аннулировать, прекратить, изменить или временно приостановить проведение Премии.

13.9. Организатор не несет ответственности за какие-либо прямые или косвенные потери Участников, связанные с участием в Премии, в том числе возникшие вследствие сбоев в телекоммуникационных и энергетических сетях, действий вредоносных программ, недобросовестных действий третьих лиц, направленных на несанкционированный доступ и/или выведение из строя программного и/или аппаратного комплекса Организатора, а также обстоятельств непреодолимой силы.

Редакция от «22» октября 2026 года.

Приложение №1
к Положению о публичном конкурсе
«Бизнес-премия VK: Проявление»

Критерии оценки и веса

1. Общие положения

1.1. Настоящее Приложение устанавливает веса критериев оценки Кейсов по Номинациям Премии.
1.2. Критерии оценки применяются в значениях, указанных в п. 7.6.1 Положения: «Идея», «Реализация», «Результат», «Инновационность».
1.3. Веса критериев выражены в процентах и в сумме по каждой Номинации составляют 100%.

2. Веса критериев по Номинациям

2.1. «ИИ в рекламе»

- Идея — **20%**
- Реализация — **25%**
- Результат — **20%**
- Инновационность — **35%**
  Логика распределения весов: 20% «Идея» — оценивается, насколько применение ИИ отвечает задаче, а не используется ради самого факта применения; 25% «Реализация» — важно качество интеграции ИИ в кампанию; 20% «Результат» — кампания должна достигать заявленных целей, но результат не является единственным основанием для победы; 35% «Инновационность» — ключевой критерий, т.к. ИИ должен играть ключевую роль в решении задачи и применяться обоснованно и эффективно.

2.2. «Перформанс-кампания»

- Идея — **15%**
- Реализация — **20%**
- Результат — **50%**
- Инновационность — **15%**

Логика распределения весов: 15% Идея: должна соответствовать задаче и аудитории, но в этой номинации она играет поддерживающую роль; 20% Реализация: оцениваем рекламную кампанию в части выбора инструментов и форматов; 50% Результат: главный критерий. Насколько эффективно кампания решила заявленные бизнес-задачи; 15% Инновационность: нестандартные подходы учитываются, но не являются главными и не могут компенсировать слабую эффективность

2.3. «Коллаборация с инфлюенсером»

- Идея — **30%**

- Реализация — **30%**
- Результат — **25%**
- Инновационность — **15%**
  Логика распределения весов: 30% Идея: оцениваем, насколько обоснован выбор инфлюенсера и есть ли содержательная связь между автором, брендом и задачей кампании; 30% Реализация: важны нативность интеграции, качество контента и соответствие подачи стилю автора и его аудитории; 25% Результат: учитываем достижение поставленных коммуникационных или бизнес-целей; 15% Инновационность: нестандартные форматы приветствуются, но органичность коллаборации и результат здесь важнее новизны

2.4. «Интеграция в мероприятие VK»

- Идея — **20%**
- Реализация — **35%**
- Результат — **20%**
- Инновационность — **25%**
  Логика распределения весов: 20% Идея: оцениваем, насколько интеграция соответствует мероприятию, бренду и интересам аудитории; 35% Реализация: главный критерий. Важны качество воплощения, заметность бренда, продуманность взаимодействия с посетителями; 20% Результат: учитываем, насколько интеграция решила заявленные коммуникационные или бизнес-задачи; 25% Инновационность: оригинальная механика усиливает оценку, но не должна быть самоцелью и заменять качественную реализацию

2.5. «Комплексное продвижение на площадках VK»

- Идея — **20%**
- Реализация — **30%**
- Результат — **30%**
- Инновационность — **20%**
  Логика распределения весов: 20% Идея: оцениваем наличие единого замысла, который объединяет все задействованные площадки и инструменты; 30% Реализация: важно, насколько последовательно распределены роли между площадками и насколько согласованно они работают вместе; 30% Результат: комплексный подход должен давать общий эффект и помогать достигать заявленных целей; 20% Инновационность: оцениваем нестандартность сочетания продуктов и форматов

2.6. «Сезонная кампания»

- Идея — **20%**
- Реализация — **30%**
- Результат — **30%**
- Инновационность — **20%**
  Логика распределения весов: 20% Идея: главный критерий. Важны точность попадания в сезон/событие/контекст и органичность их связи с брендом; 30% Реализация: оцениваем своевременность запуска, качество исполнения и последовательность раскрытия сезонной идеи; 30% Результат: важно подтвердить,

что выбранный момент действительно помог решить поставленные задачи; 20% Инновационность: новизна подхода учитывается, но уступает по значимости релевантности контексту и результату

2.7. «Спецпроект года»

- Идея — **20%**
- Реализация — **30%**
- Результат — **25%**
- Инновационность — **25%**
  Логика распределения весов: 20% Идея: оцениваем силу общего замысла и его соответствие задаче, но идея рассматривается вместе с масштабом её воплощения; 30% Реализация: главный критерий. Качество механики сложного проекта и её обоснованность; 25% Результат: спецпроект должен достигать заявленных целей и создавать значимый эффект для бренда или бизнеса; 25% Инновационность: оцениваем нестандартность подхода

2.8. «Коллаборация брендов»

- Идея — **30%**
- Реализация — **30%**
- Результат — **25%**
- Инновационность — **15%**
  Логика распределения весов: 30% Идея: оцениваем, насколько объединение брендов создаёт новую ценность для аудитории; 30% Реализация: важны равноправное и органичное присутствие партнёров; 25% Результат: коллаборация должна решать задачи участников и приносить коммуникационный или бизнес-эффект; 15% Инновационность: оригинальность партнёрства учитывается, но содержательная часть первостепеннее

2.9. «Региональный масштаб»

- Идея — **30%**
- Реализация — **20%**
- Результат — **35%**
- Инновационность — **15%**
  Логика распределения весов: 30% Идея: оцениваем силу решения, соответствие бизнес-задаче и потенциал к масштабированию бизнеса; 20% Реализация: важны качество использования доступных инструментов и последовательность воплощения идеи; 35% Результат: главный критерий. Значимость достигнутого эффекта для выполнения бизнес-задачи и влияние кампании на масштабирование бизнеса в регионе и во вне; 15% Инновационность: нестандартные подходы учитываются, но не являются главными и не могут компенсировать слабую эффективность

2.10. «Сила бренда»

- Идея — **30%**
- Реализация — **25%**
- Результат — **35%**

- Инновационность — **10%**
  Логика распределения весов: 30% Идея: оцениваем силу сообщения, его релевантность аудитории и соответствие бренду; 25% Реализация: важны последовательность раскрытия идеи, качество исполнения и узнаваемость коммуникации; 35% Результат: главный критерий. Вклад кампании в знание, восприятие, атрибуты бренда или укрепление связи с аудиторией; 10% Инновационность: нестандартность может усиливать кампанию, но не является обязательным условием сильной охватной кампании

2.11. «Сила авторов VK AdBlogger»

- Идея — **25%**
- Реализация — **30%**
- Результат — **30%**

- Инновационность — **15%**
  Логика распределения весов: 25% «Идея» —оцениваем соответствие выбранных авторов задаче, бренду и ЦА; 30% «Реализация» —важны качество интеграций и нативность подачи; 30% «Результат» — оцениваем, насколько применение VK AdBlogger помогло достичь заявленных коммуникационных, маркетинговых или бизнес-целей; 15% «Инновационность» — какие инсайты были выявлены в рамках рекламной кампании / с какими челленджами столкнулись

2.12. «Мобильный успех»

- Идея — 15%
- Реализация — **25%**
- Результат — **45%**
- Инновационность — **15%**
  Логика распределения весов: 15% Идея: должна соответствовать задаче продвижения, но играет вспомогательную роль по отношению к эффективности; 25% Реализация: оцениваем качество работы с аудиторией, рекламными инструментами и этапами пользовательского пути; 45% Результат: главный критерий. Насколько кампания решила заявленную задачу продвижения приложения; 15% Инновационность: учитывается, но не может заменить подтверждённую эффективность кампании

2.13. «Социальная инициатива»

- Идея — **30%**
- Реализация — **25%**
- Результат — **35%**
- Инновационность — **10%**
  Логика распределения весов: 30% Идея: оцениваем точность ответа на общественно значимые вызовы; 25% Реализация: важны качество исполнения, последовательность действий и соответствие цели; 35% Результат: главный критерий. Реальный общественный или коммуникационный эффект; 10% Инновационность: новые технологии и форматы вторичны

2.14. «Признание пользователей VK»

- Идея — **25%**
- Реализация — **25%**
- Результат — **25%**
- Инновационность — **25%**
  Примечание: так как кейсы в данном пункте не объединяются по конкретному критерию, они распределяются в равных пропорциях

Редакция от «22» октября 2026 года.