



RAQOBATNI RIVOJLANTIRISH VA
ISTE'MOLCHILAR HUQUQLARINI
HIMOYA QILISH QO'MITASI

marketing.uz

Генеральный партнёр

octobank

РЕГЛАМЕНТ КОНКУРСА TAF!25

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ
2. ОРГАНИЗАТОРЫ ФЕСТИВАЛЯ
3. ЭТАПЫ КОНКУРСА
4. УЧАСТНИКИ КОНКУРСА
5. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ
6. ЖЮРИ КОНКУРСА
7. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ
8. ПРОЦЕДУРА ГОЛОСОВАНИЯ
9. БЛОКИ И НОМИНАЦИИ КОНКУРСА
10. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РАБОТ
11. ПОДАЧА РАБОТ И ФОРМАТЫ ФАЙЛОВ
12. СПЕЦИАЛЬНЫЕ НАГРАДЫ КОНКУРСА
13. КОНКУРСНЫЕ НАГРАДЫ И РЕЙТИНГ БРЕНДОВ И АГЕНТСТВ
14. КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Приложение № 1

Приложение № 2

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

TAF! (Tashkent Advertising Festival!) — ежегодный международный ташкентский фестиваль рекламы, самое масштабное событие в сфере маркетинга и рекламы Узбекистана, отмечающий маркетинговые и креативные проекты, доказавшие влияние на бизнес-результаты и культуру бренда.

Миссия TAF! – создать профессиональную площадку для обмена мнениями, обсуждения актуальных вопросов, представления успешных маркетинговых и креативных 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.

Фестиваль состоит из конкурса TAF!25, международной рекламной конференции, выставки «Реклама года».

Образовательная программа события включает в себя масштабную конференцию с яркими спикерами и возможностью нетворкинга для руководителей компаний, руководителей и сотрудников рекламных и маркетинговых агентств, директоров и специалистов по маркетингу, рекламе и PR.

Конкурс TAF!25 — определение лучших маркетинговых и креативных проектов, реализованных за 2024 -2025 годы. Конкурс является международным, вся информация о конкурсе размещается на официальном сайте конкурса. Участие платное. Сроки и условия участия указаны в данном Регламенте.

Международная рекламная конференция – образовательная программа выступление международных и отечественных экспертов в области маркетинга и рекламы с актуальными кейсами и отраслевыми трендами, возможностью нетворкинга для сотрудников рекламных и маркетинговых агентств, директоров и специалистов по маркетингу, рекламе и PR, крупнейших компаний производителей.

Выставка «Реклама года» – площадка для демонстрации достижений и предложений для компаний, которые активно продвигаются, создают и размещают рекламу, уникальная возможность представить свою продукцию и рассказать об услугах. Цель выставки — консолидировать активных участников рекламного рынка и привлечь внимание конечных потребителей рекламных продуктов показом лучших достижений за год.

Официальный сайт TAF!25 – сайт на платформе marketing.uz, на котором размещается вся информация о фестивале с официальной информацией об участниках конкурса, составе жюри, программе конференции, участниках выставки «Реклама года», результатах голосования и список победителей. Официальный сайт TAF!25 является источником информации о фестивале. Актуальная информация о фестивале размещается на ресурсах организатора, указанных в Приложении № 1 настоящего Регламента.

2. ОРГАНИЗАТОРЫ ФЕСТИВАЛЯ

Организаторами фестиваля TAF!25 являются: Комитет по развитию конкуренции и защите прав потребителей Республики Узбекистан и Маркетинговая ассоциация Узбекистана.

3. ЭТАПЫ КОНКУРСА

Прием заявок: с 12 июня 2025 года по 2 сентября 2025 года включительно.

Голосование жюри (шорт лист): с 8 сентября 2025 по 15 сентября 2025 года включительно.

Выбор победителей международным жюри: с 17 сентября 2025 по 25 сентября 2025 года.

Объявление победителей конкурсов — на Церемонии награждения 11 октября 2025 г.

4. УЧАСТНИКИ КОНКУРСА

1. Участниками конкурса являются бренды-рекламодатели и компании-агентства, индивидуальные предприниматели – производители и распространители рекламы.
2. 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.
3. 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.

5. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ

1. Работы на конкурс могут подавать как бренды, так и агентства. Работа — 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 работы (кратко), проблема, решение, результат и пройти процедуру загрузки работы (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 заявку на соответствие требованиям конкурса (техническая модерация) и направляет участнику договор на оплату участия. После оплаты участия конкурсная работа отображается на сайте www.marketing.uz.
3. Участие в конкурсе платное. Стоимость участия за одну работу составляет:
 1. Ранняя регистрация – с 12 июня по 2 июля 2025 года включительно - 90 долларов США по курсу ЦБ РУз на день оплаты.
 2. Основная регистрация – с 3 июля по 4 августа 2025 года включительно - 120 долларов США по курсу ЦБ РУз на день оплаты.
 3. Поздняя регистрация – с 5 августа по 24 августа 2025 года включительно - 150 долларов США по курсу ЦБ РУз на день оплаты.
 4. Last call – 25 августа по 2 сентября 2025 года включительно – 180 долларов США по курсу ЦБ РУз на день оплаты.
5. Для партнеров Маркетинговой ассоциации Узбекистана предоставляется скидка в зависимости от статуса партнерства.

6. Для членов РАМУ, АКАР, АРИП предоставляется скидка 20% на все периоды регистрации.
7. Оплата осуществляется банковским переводом между юридическими лицами на основании договора или через платежные системы Узбекистана UZUM, Payme, Click.
8. 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 отдельно, в соответствии с п. 3 данного раздела Регламента.
9. Работа считается участвующей в конкурсе, только в случае соответствия следующим требованиям: работа предоставлена в срок, содержание работы соответствует номинациям конкурса, внесена оплата по договору.
10. Работы без авторизации на сайте и оплаты к участию в конкурсе не допускаются.
11. Оплата участия не является гарантией победы.
12. К участию в конкурсе не принимаются работы, идея или реализация которых была скопирована с работ других брендов. При обнаружении фэйковой работы, организаторы конкурса или жюри имеют право снять с участия без возврата оплаты за участие.
13. В случае отказа со стороны участника от участия в конкурсе, после подачи и оплаты работы, оплата не возвращается.
14. Жюри конкурса имеет право переместить работу в другую номинацию на любом этапе оценки конкурсных работ, с уведомлением об этом участника.
15. Участие в конкурсе означает, что участник ознакомился с данным Регламентом и согласен с ним. Договор об участии является письменным подтверждением согласия.
16. 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.
17. В случае возникновения споров решение об определении статуса конкурсной работы, принимает международное жюри.

6. ЖЮРИ КОНКУРСА

1. В конкурсе формируется два состава жюри.
Жюри для выбора шорт-листа формируется организаторами из ведущих отечественных специалистов в области маркетинга, рекламы, имеющих соответствующий профессиональный опыт и достижения.

Международное жюри — это высококвалифицированные отечественные и зарубежные представители маркетинговой и креативной индустрии, обладающие опытом работы в составе жюри конкурсов, высоким уровнем экспертизы и обладатели наград в своей сфере.
2. Из состава жюри формируются 4 команды экспертов. Каждую команду возглавляет Председатель, который осуществляет модерацию встреч.
3. Шорт-лист публикуется на сайте marketing.uz после завершения голосования жюри конкурса, но не позднее, чем за 3 дня до фестиваля.
4. Состав жюри конкурса публикуется на сайте marketing.uz.
5. **Процедура формирования состава жюри**

Формирование состава жюри осуществляется организаторами в период с 21.05.25 по 30.06.25. Организаторы и кураторы фестиваля определяют необходимое количество членов жюри в соответствии с прогнозируемым количеством заявок на участие в

конкурсе, а также проводит сбор и предварительный анализ анкет от кандидатов в состав жюри.

Состав жюри формируется из экспертов, заполнивших анкету кандидата, полученную путем личного приглашения от организаторов и кураторов фестиваля, по рекомендации членов жюри прошедших фестивалей TAF! или по личному запросу.

На этапе формирования лонг-листа и этапе выбора победителей оба состава жюри делятся на 4 блока в соответствии с указанными в анкете компетенциями, реализованными проектами и пожеланиями по номинациям. Формирование блоков осуществляет организатор и кураторы конкурса, определяя их численность, основываясь на том количестве работ, которые были поданы на участие в конкурсе.

6. **Права и обязанности членов жюри**

Члены жюри шорт-листа обязаны:

- ознакомиться с лонг-листом и выбрать работы для шорт-листа;
- самостоятельно оценивать работы, основываясь на личном профессиональном опыте, положениях и требованиях настоящего Регламента и профессиональных стандартах в своей профессиональной области. Вмешательство третьих лиц в деятельность жюри не допускается;

Члены международного жюри обязаны:

- ознакомиться с лонг-листом и выбрать работы для шорт-листа;
- принять участие в онлайн обсуждении для выбора победителей
- самостоятельно оценивать работы, основываясь на личном профессиональном опыте, положениях и требованиях настоящего Регламента и профессиональных стандартах в своей профессиональной области. Вмешательство третьих лиц в деятельность жюри не допускается;
- в ходе обсуждения при выборе победителей комментировать каждый из проектов, расписав его преимущества, недостатки, сильные и слабые стороны;
- присутствовать на онлайн голосовании с включенной камерой.

Члены жюри не имеют права:

- оценивать проекты, к которым они (или компания, которую они представляют) имеют прямое или опосредованное отношение;
- единолично переносить работу из одной категории в другую, если, по их мнению, выбранная категория больше соответствует поданной работе;
- разглашать информацию об участниках шорт-листа и победителях.

7. Все права и обязанности жюри определяются Положением о жюри.

8. С каждым членом жюри подписывается Соглашение и неразглашении информации.

7. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

1. Организационный комитет TAF!25 (далее — «Оргкомитет») в своей работе руководствуется положениями настоящего Регламента.
2. Представители Оргкомитета осуществляют контроль за соблюдением Регламента участниками конкурса, председателями и членами жюри.
3. При возникновении спорных вопросов, не учтённых Регламентом, Оргкомитет должен принять самостоятельное решение, на основании положений данного Регламента.
4. **Обязанности Оргкомитета:**
 - формирование двух составов жюри конкурса;
 - приём заявок на участие в конкурсе и консультация по организационным вопросам участия;
 - своевременная рассылка всех материалов участникам и членам жюри;
 - заблаговременное приглашение членов жюри для голосования на этапе формирования шорт-листа и этапе определения победителей;

- обеспечение условий для своевременного голосования членами жюри согласно Регламенту;
 - качественное техническое обеспечение обоих этапов голосования, позволяющее членам жюри получить полноценное впечатление о каждом из оцениваемых проектов;
 - документирование процесса голосования и его результатов;
 - иные вопросы, необходимые для организации и проведения конкурса.
5. Со всеми сотрудниками Оргкомитета подписывается Соглашение о конфиденциальности.

8. ПРОЦЕДУРА ГОЛОСОВАНИЯ

1. Официальными документами заседания жюри являются:
Положение о жюри;
Протокол голосования;
Видеозапись голосования.
2. Определение победителей конкурса осуществляется в два этапа. Оба этапа голосования проводятся онлайн.

3. Первый этап. Формирование «шорт-листа»

- В формировании шорт-листа принимают участие оба состава жюри. Процесс голосования проходит в онлайн формате в указанный в Регламенте период, каждый член жюри принимает индивидуальное решение по каждой работе.
- Члены жюри голосуют в своих личных кабинетах: достойна ли представленная работа пройти во второй этап, нажимая на одну из трех кнопок: «Шорт»/ «Не шорт»/ «Я аффилирован».
- В случае, если член жюри аффилирован с оцениваемым проектом, член жюри нажимает кнопку «Я аффилирован».
- В случае, если по мнению члена жюри проект был заявлен в неправильной номинации, член жюри оставляет соответствующий комментарий.
- Члены жюри просматривают все работы без участия заявителей.
- Число членов жюри, оценивающих одну работу, должно быть не менее 7 человек.
- На основании итоговой оценки работы распределяются по группам: «Шорт», «Не шорт».

Второй этап. Выбор победителей

- В определении победителей участвует только состав международного жюри.
- Процесс голосования проходит в онлайн формате в формате обсуждений, в указанный в Регламенте период каждый член жюри принимает индивидуальное решение по каждой работе.
- Каждый член жюри в процессе голосования выставляет проекту баллы по каждому критерию оценивания, присваивая проекту 3 категории: Золото - 9 баллов, Серебро -5 баллов, Бронза - 5 баллов.

9. БЛОКИ И НОМИНАЦИИ КОНКУРСА

БЛОК 1. Marketing & Creative Effectiveness

1. Brand Launch / Re-launch Campaign
2. Long-Term Campaign Effectiveness
3. Short-Term Campaign Effectiveness
4. Budget Breakthrough Campaign Effectiveness
5. Cultural Codes & Insights
6. B2B Activation Effectiveness
7. B2C Activation Effectiveness

8. Event Marketing Campaign Effectiveness
9. PR Campaign Effectiveness
10. Influencer Campaign Effectiveness

БЛОК 2. Creativity & Craft (Omnichannel & Integrated)

1. Best Integrated Creative Campaign
2. Low Budget Creative Campaign
3. Best Creative Strategy

БЛОК 3. Creativity & Craft (One-Channel)

1. Best Film Idea & Script
2. Film Craft Excellence
3. Print & OOH Excellence
4. Non-standard OOH & Ambient
5. Creative Use of Audio Media

БЛОК 4. Branding & Design

1. Best New Brand Identity Design
2. Best Brand Identity Refresh / Re-design
3. Best Packaging Design
4. Excellence in Visual Communications
5. Best Digital & Interactive Design

БЛОК 5. Social & ESG Campaigns

1. Best Social Impact Campaign
2. ESG Communications Excellence
3. Best Social PR Campaign

БЛОК 6. Digital Campaigns

1. Best Digital & Interactive Campaign
2. Best SMM & Influencer Campaign

БЛОК 7. Media Campaigns

1. Excellence in Media Strategy
2. Best Integrated Media Campaign
3. Creative Use of Single Media

БЛОК 8. PR Campaigns

1. Best Integrated PR Campaign
2. Best Reputation Management Campaign
3. Event-based PR Campaign

БЛОК 9. Concept

1. Best Concept — Unrealised/Speculative Projects

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РАБОТ

10.1. Критерии для Marketing & Creative Effectiveness

Критерий	Доля, %	Описание
Постановка задачи и KPI	10	Ясность бизнес-целей и измеримых KPI
Инсайт & Стратегия	15	Обоснованность стратегического подхода
Креативная идея & Реализация	10	Релевантность идеи поставленной задаче
Эффективность	55	Доказанный прирост бизнес- и маркетинговых метрик
Инновация / ESG-вклад	10	Новизна, устойчивость, социальное воздействие

10.2. Критерии Creativity & Craft

Критерий	Доля, %	Описание
Постановка задачи	10	Чёткая формулировка вызова
Инсайт & Стратегия	15	Глубина исследования и логика решения

Креативность решения	30	Оригинальность идеи, storytelling, концептуальная смелость
Craft / Производство	20	Качество исполнения, арт-дирекшн, production value
Эффективность	20	Измеряемый вклад идеи в показатели бренда или поведения аудитории
Инновация	5	Использование новых технологий, ESG-акцент

10.3. Критерии для категорий Branding & Design

Критерий	Доля, %	Описание
Постановка задачи	10	Цель дизайна/брендинга
Инсайт & Стратегия	15	Глубина исследования и логика решения Обоснованность визуальной концепции
Креативность решения	25	Оригинальность и выразительность айдентики
Craft / Производство	40	Качество дизайна, типографика, упаковка, UI/UX
Эффективность	10	Вклад в бренд-метрики, пользовательский опыт
Инновация	0	-

10.4. Критерии для категорий Social & ESG Campaigns

Критерий	Доля, %	Описание
Постановка задачи	10	Социальная/экологическая проблема
Инсайт & Стратегия	15	Глубина исследования аудитории и контекста
Креативность решения	15	Новизна социальной идеи, storytelling
Execution / Craft	10	Качество реализации, партиципативность
Impact / Results	50	Подтверждённый социальный/экологический эффект
Инновация	0	-

10.5. Критерии для категорий Digital, Media & PR Campaigns

Критерий	Доля, %	Описание
Постановка задачи	10	Медиаподход / PR-логика, data-driven insight
Инсайт & Стратегия	25	Идея, формат, channel-fit
Креативность решения	25	Идея, формат, channel-fit
Execution / Craft	15	Медиапланирование, продакшн, оптимизация
Impact / Results	20	Достижение KPI (reach, PR value, conversions)
Инновация	5	Использование новых технологий / non-traditional media

10.6. Специальные акценты по категориям по категориям

- **Best Integrated Creative Campaign** — кросс-канальная идея, объединяющая медиа- и потребительские точки контакта в целостный опыт.
- **Фокус оценки:** оригинальность big idea, единство истории во всех каналах, креативная адаптация под medium, измеримый уровень вовлечённости аудитории.
- **Low Budget Creative Campaign** — решение, достигшее выдающегося креативного эффекта при бюджете ≤ 20 000 USD или < 25-го перцентиля по рынку.
- **Фокус оценки:** находчивость, эффективность расходования, простота продакшна при высокой креативности, непропорциональный media/earned impact.
- **Best Creative Strategy** — стратегический подход, превращающий глубокий инсайт в мощную креативную идею.
- **Фокус оценки:** качество исследования, ясность проблемы, логика «insight → idea → impact», strength of creative brief и KPI linkage.

- **Best Film Idea & Script** — сильное сторителлинг-решение для видео-формата (до стадии продакшна).
- **Фокус оценки:** оригинальный сюжет, драматургия, диалоги, эмоциональный резонанс, потенциал viral.
- **Film Craft Excellence** — превосходное производство готового фильма.
- **Фокус оценки:** режиссура, операторская работа, монтаж, звук, VFX/CGI, цветокоп, overall production value.
- **Print & OOH Excellence** — выдающаяся печатная или наружная работа.
- **Фокус оценки:** сила визуальной идеи, копирайт, арт-дирекшн, мгновенная считываемость.
- **Non-standard OOH & Ambient** — нестандартные решения в городской среде и ambient-experience.
- **Фокус оценки:** инновационность форм-фактора, интерактивность, wow-эффект, earned media potential.
- **Creative Use of Audio Media** — инновационное использование радио, подкастов, стриминга, spatial audio.
- **Фокус оценки:** креативный звукодизайн, storytelling через аудио, технологичность (3D-audio, персонализация), доказанное вовлечение (слушательские метрики).

Branding & Design Categories (19–23)

- **Best New Brand Identity Design** — создание уникальной визуальной системы для нового бренда.
- **Фокус оценки:** оригинальность концепции, целостность визуальных элементов (логотип, цвет, типографика), адаптивность к носителям, соответствие брендинговой стратегии.
- **Best Brand Identity Refresh / Re-design** — эволюция или перезапуск существующей айдентики без потери узнаваемости.
- **Фокус оценки:** баланс новизны и преемственности, улучшение восприятия, системность и масштабируемость, эффективность внедрения.
- **Best Packaging Design** — упаковка, усиливающая ценность продукта и выражающая суть бренда.
- **Фокус оценки:** форма и функциональность, shelf-impact, экологичность, производственная реализуемость, user experience.
- **Excellence in Visual Communications** — выдающийся графический/иллюстрационный дизайн в коммуникациях.
- **Фокус оценки:** арт-дирекшн, композиция, мастерство иллюстрации/CGI, информационная ясность.
- **Best Digital & Interactive Design** — дизайн веб-сайтов, приложений или интерактивных систем.
- **Фокус оценки:** UX/UI, визуальная эстетика, доступность (accessibility), технологичность, метрики вовлечения.

Social & ESG Campaign Categories (24–26)

- **Best Social Impact Campaign** — коммуникация, решающая конкретную социальную проблему.
- **Фокус оценки:** доказанный социальный эффект, вовлечение стейкхолдеров, устойчивость решения, PR-value.
- **ESG Communications Excellence** — эффективная коммуникация инициатив ESG.
- **Фокус оценки:** прозрачность, доказанный вклад по ESG-метрикам/SDG, stakeholder engagement, репутационный эффект.
- **Best Social PR Campaign** — PR-активность, продвигающая социальную/благотворительную цель.
- **Фокус оценки:** earned media, изменение восприятия, партнёрства, охват целевых групп.

Digital Campaign Categories (27–28)

- **Best Digital & Interactive Campaign** — digital-first идея с использованием веб, mobile, AR/VR и др.
- **Фокус оценки:** кроссплатформенность, глубина пользовательского взаимодействия, технологическая инновация, достижение KPI.
- **Best SMM & Influencer Campaign** — использование соцсетей и инфлюенсеров для достижения бизнес-целей.
- **Фокус оценки:** контент-стратегия, релевантность инфлюенсеров, engagement, growth & conversions.

Media Campaign Categories (29–31)

- **Excellence in Media Strategy** — стратегическое распределение медиа-ресурсов для максимизации KPI.
- **Фокус оценки:** инсайт-driven planning, сегментация аудитории, channel mix innovation, эффективность бюджета.
- **Best Integrated Media Campaign** — синергичная медийная кампания во множестве каналов.
- **Фокус оценки:** целостность, data-driven оптимизация, динамическая атрибуция, business impact.
- **Creative Use of Single Media** — нестандартное использование одного медиа-канала.
- **Фокус оценки:** оригинальность формата, breakthrough execution, cost-effectiveness, измеримый эффект.

PR Campaign Categories (32–34)

- **Best Integrated PR Campaign** — комплексная PR-программа с медиа, соцсетями и ивентами.
- **Фокус оценки:** storytelling, stakeholder outreach, репутационный сдвиг, earned media value.
- **Best Reputation Management Campaign** — антикризисный/репутационный проект.
- **Фокус оценки:** стратегия и скорость реакции, прозрачность коммуникации, повышение репутационных индексов.
- **Event-based PR Campaign** — PR-активность вокруг мероприятия.
- **Фокус оценки:** pre-event buzz, on-site coverage, post-event impact, share of voice.

Concept Category (35)

- **Best Concept** — нереализованный или спекулятивный проект, демонстрирующий потенциал идеи.
- **Фокус оценки:** оригинальность концепции, проработка, реализуемость, потенциальное влияние на бренд/общество.

11. ПОДАЧА РАБОТ И ФОРМАТЫ ФАЙЛОВ

11.1 Общие языковые требования

- **Все материалы предоставляются на английском языке.** Использование слов или выражений на других языках, которые могут исказить смысл при переводе на русский, не допускается.

11.2 Обязательный пакет материалов

1. **Заявка (Entry Form)**
 - Заполняется онлайн на сайте фестиваля TAF!25 все поля обязательны.
2. **Видеокейс**
 - Озвучка на английском или английские субтитры.
 - Для участников-резидентов РФ: добавьте русские субтитры.

- Ссылка на **YouTube, Vimeo или VK Video**; разрешение $\geq 720p$ (рекомендуется 1080p).
 - Длительность ≤ 3 минут.
3. **PDF-презентация** (рекомендуется)
 - ≤ 15 слайдов, формат 16:9.
 - Должна содержать: 1) описание продукта/услуги; 2) цели и задачи кампании; 3) показатели эффективности (бизнес, маркетинговые, тех/медиа KPI).
 4. **Presentation Board** (опционально)
 - .jpg / .png, ширина ≥ 1772 px, ≥ 150 DPI, ≤ 75 MB.
 - Визуальные ключевые элементы, графики, диаграммы.

11.3 Дополнительные материалы

- **Аудиофайл** (для категорий «Creative Use of Audio Media» / «Excellence in Audio»): mp3 192 kbps или видео-ссылка (YouTube/Vimeo/VK Video) с оригинальной аудиодорожкой и англ. субтитрами ($\geq 720p$).
- **Фото-подтверждение реализации** (для Outdoor & Indoor, Ambient и офлайн-ивентов): high-res jpg/png.
- **Подтверждение результатов**: исходные отчёты, графики, таблицы, исследования (PDF, Excel) — загружать в поле «Дополнительные файлы».

11.4 Ограничения и дисквалификация

- Запрещено размещать логотип или название агентства в любом компоненте работы, а также в ссылках, названиях файлов и каналах.
- Материалы, не соответствующие техническим параметрам или языковым требованиям, могут быть отклонены оргкомитетом без возврата вноса.
- Нарушение авторских прав, этических или законодательных норм Узбекистана ведёт к дисквалификации

12. СПЕЦИАЛЬНЫЕ НАГРАДЫ КОНКУРСА

1. Кроме основных номинаций в конкурсе TAF!25 присуждаются 3 специальные награды: «Лучший рекламодатель 2025 года»
«Лучшее рекламное агентство 2025 года»
«Лучший рекламный проект 2025 года» - Гран-при
2. Обладатели специальных наград определяются путем суммирования всех набранных баллов по итогам побед по голосованию экспертов в основных номинациях: золото – 9 балла, серебро – 5 балла, бронза – 3 балл.
3. За победу Гран-при в рейтинг начисляется 15 баллов.
4. Все партнеры фестиваля TAF!25 получают от организаторов фестиваля специальные награды, отражающие маркетинговые результаты работы компании за 2025 год.

13. 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! 25.
2. Участник, получивший специальную награду «Лучший рекламодатель 2025 года», получает диплом и фирменную статуэтку конкурса TAF! 25.
3. Участник, получивший специальную награду «Лучшее рекламное агентство 2025 года», получает диплом и фирменную статуэтку конкурса TAF! 25.
4. Проект, получивший специальную награду «Лучший рекламный проект 2025 года – Гран-при» получает диплом и фирменную статуэтку конкурса TAF! 25.
5. Участник, получивший специальную награду партнера фестиваля, получает диплом и фирменную статуэтку конкурса TAF! 25.

6. Оглашение результатов голосования экспертов, потребителей и вручение специальных наград проходят на торжественной Церемонии награждения 11 октября 2025 года. До Церемонии информация о победителях и призерах конкурса является строго конфиденциальной и не разглашается.
7. 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.
8. 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.
9. Результаты конкурса среди экспертного жюри учитываются в Рейтинге с коэффициентом три, среди потребителей с коэффициентом два.
10. 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, 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, узб, англ), размещающие информацию о конкурсе TAF!25
 Сайт <https://marketing.uz>
 Telegram <https://t.me/uzbekmarketing>
 Instagram https://instagram.com/uzbekmarketing?utm_medium=copy_link
 Facebook <https://www.facebook.com/uzbekmarketing>
 YouTube <https://www.youtube.com/@MarketingUzbekistan2016>

Приложение № 2

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

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