

РЕГЛАМЕНТ ПРЕМИИ

JOY 2018

О ПРЕМИИ

Ежегодная всероссийская премия JOY (Journalist of the Year) учреждена в 2011 году и проводится в восьмой раз по инициативе REPA (Real Estate Professionals' Association) – ассоциации профессионалов рынка недвижимости. Ассоциация существует с 2005 года и на сегодняшний день насчитывает более 4000 участников.

Лауреатами премии JOY ежегодно становятся выдающиеся журналисты, лучшие публикации, а также влиятельные СМИ рынка недвижимости. Наша премия является одним из самых ожидаемых и ярких событий года в сфере недвижимости.

ЗАДАЧИ ПРЕМИИ

- Поощрение лучших журналистов, освещающих рынок;
- Повышение профессионального уровня специалистов, работающих на рынке недвижимости в направлениях: маркетинг, PR-продвижение, связи с общественностью, журналистика;
- Консолидация рынка;
- Формирование новых стандартов освещения сферы недвижимости;
- Победа в премии оценивается профессиональным сообществом как важное достижение и способствует развитию рынка недвижимости в России.

НОМИНАЦИИ JOY 2018

1. Аналитический материал. Жилая недвижимость

Исследование различных секторов рынка жилой недвижимости по данным, основанным на экспертном мнении либо на официальных материалах и достоверных источниках. Обязательны: глубина проработки темы, знание рынка или сегмента, который исследует автор, выделение значимых актуальных тенденций/явлений

отрасли, четкая оценка ситуации, выводы и прогнозы. Обязательно наличие не менее трех различных источников информации.

2. Аналитический материал. Коммерческая недвижимость

Исследование сегмента коммерческой недвижимости по данным, основанным на экспертном мнении либо на официальных материалах и достоверных источниках. Обязательны: глубина проработки темы, знание рынка или сегмента, который исследует автор, выделение значимых актуальных тенденций/явлений отрасли, четкая оценка ситуации, выводы и прогнозы. Обязательно наличие не менее трех различных источников информации.

3. Журналистское расследование

Разоблачающий материал, в котором должны раскрываться истинные причины тех проблемных, негативных явлений, событий и ситуаций рынка, которые расследует журналист. Обязательны: четкая аргументация, тщательная проработка темы, неоспоримые доказательства разоблачения, актуальность материала/весомость темы и ее влияние на рынок.

4. Репортаж

Материал должен создавать «эффект присутствия» – события, явления и прочие факты переданы читателю с возможностью увидеть описываемое событие глазами очевидца (репортера). Обязательны: факты, важные примеры, насыщенность деталями, правильные акценты.

5. Видеорепортаж

Ролик, повествующий о каком-то информационном поводе в сфере недвижимости. Оцениваются актуальность темы и глубина проработки материала, эффект присутствия, информативность. Регистрация СМИ необязательна.

6. Авторская колонка

Повествование, поднимающее общественно важную тему и раскрывающее личное отношение автора к затронутой теме. В публикации прослеживается личность, характер автора, позиция журналиста в ответ на те или иные явления рынка. В данную номинацию могут подаваться издания без регистрации СМИ, но подающий работу должен быть журналистом, то есть основным местом работы – СМИ в качестве сотрудника редакции (редактор, корреспондент, журналист и др.).

7. Интервью года

Рассматриваются наиболее яркие, интересные интервью, посвященные рынку недвижимости. Оцениваются: выбор героя, погружение автора в тему, сценарий интервью, удалось ли эмоционально раскрыть проблему, стилистика беседы.

8. Полезные советы

Материал-инструкция, содержащий практические и достоверные сведения о тех или иных сегментах рынка недвижимости, которые могут использоваться/применяться читателями в реальной жизни.

9. Архиважно

Работы любых жанров журналистики, связанные с актуальными вопросами архитектуры городов, относящиеся к объектам недвижимости как к конкретным, так и в общем.

10. Спецноминация года – Урбанистика

Работы любых жанров журналистики, связанные с комфортной средой, градостроительством, умным городом, «зелеными технологиями», планированием городской инфраструктуры и т.д.

11. Новостник года

Выдающийся сотрудник редакции СМИ о недвижимости, который пишет новости. Для участия в номинации необходимо дать ссылки на три лучших новости в период с 13.10.2017 по 12.10.2018 года и пояснить, почему именно эти новости являются самыми выдающимися.

12. Региональное издание года

Печатное или онлайн-издание, посвященное целиком или частично рынку недвижимости, регионом интересов которого является любой регион РФ, кроме Москвы и Московской области. Издание должно быть влиятельным и значимым в своем регионе.

13. Информационное агентство года

Необходимо, чтобы информагентство уделяло значительное внимание новостям о недвижимости, преимуществом будет наличие специализированного раздела. Оценивается оперативность работы корреспондентов, полнота подачи и достоверность информации, удобство и функциональность самого ресурса.

14. Интернет-портал года

Информационный ресурс, посвященный недвижимости и функционирующий онлайн, не имеющий печатной или телевизионной версии.

15. Профильное издание года

Печатное издание, посвященное определенному сегменту рынка недвижимости (новостройки; коммерческая недвижимость; архитектура и т.п.), не содержащее контента, не относящегося к отрасли.

16. Ежедневное деловое издание года

Ежедневное печатное издание делового формата, публикующее материалы о рынке недвижимости на постоянной основе внутри издания или приложением.

17. Журналист года

Журналист, пишущий о рынке недвижимости и привлечший в году проведения премии внимание рынка интересным проектом, резонансными материалами, новым форматом преподнесения информации и т.п.

18. PR-специалист года

Представитель PR-подразделения компании, работающей на рынке недвижимости, получивший наивысшую оценку от журналистов за прошедший год. Оцениваются профессионализм и умение выстраивать долгосрочные отношения со СМИ.

19. PR-агентство года

Для участия в номинации необходимо представить лучший кейс (тематика - недвижимость и смежные области) за последние два года в формате презентации. Допускается подача нескольких лучших кейсов от одного агентства (отдельная заявка для каждого). Агентство кратко указывает свои достижения за два года и подробно рассказывает о выбранном кейсе, описывая поставленные цели, выбранное решение и результаты проведенной работы. Специальное Жюри оценивает все кейсы по таким критериям, как адекватность используемых инструментов поставленным целям, оригинальность и яркость идеи, эффективность проекта (экономическая, репутационная и т.д.). Цель номинации - выбрать лучшую команду PR-специалистов, которая не только отлично выполнила поставленную задачу, но и применила принципиально новые\оригинальные решения.

20. Пресс-служба года (компания)

Команда специалистов, представляющих коммерческую организацию рынка недвижимости, получившая наивысшую оценку журналистов за прошедший год. Оценивается по таким критериям, как оперативность, уникальность информации, открытость.

21. Пресс-служба года (госструктура)

Команда специалистов, представляющих государственную организацию, связанную с рынком недвижимости, получившая наивысшую оценку журналистов за прошедший год. Оценивается по таким критериям, как оперативность, уникальность информации, открытость.

22. NEWформат

Информационные проекты или СМИ по недвижимости из социальных сетей: каналы Youtube и Telegram, блоги, паблики Instagram, страницы Facebook, Vkontakte и др., функционировавшие в период с 13.10.2017 по 12.10.2018. Не могут подаваться странички компаний. Регистрация СМИ необязательна.

23. Корпоративное СМИ

Периодические печатные или электронные издания (не являющиеся официальными сайтами компании) радио-, теле-, видеопрограммы, служащие интересам определенной компании рынка недвижимости (или группы компаний) и выпускаемые по её (их) инициативе, содержащие уникальный контент. Издания должны выпускаться не реже 2 раз в год, иметь тираж не менее 100 экземпляров и не менее 8 полос для журналов и 4 полос для газет. Регистрация СМИ необязательна.

ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ – ЖЮРИ ПРЕМИИ

- В состав Экспертного совета премии входят издатели и журналисты ведущих СМИ рынка недвижимости, руководители PR-департаментов девелоперских компаний и представители профильных ассоциаций, а также независимые эксперты не из недвижимости.
- Участники Экспертного совета выбирают победителей конкурса в два этапа. 1 этап проходит путём персонального online-голосования на сайте Премии JOY. 2 этап – это очное судейство с участием ведущих СМИ и крупнейших экспертов рынка недвижимости.
- Участники Экспертного совета не могут быть номинированы в качестве Журналиста года и не могут подавать свои работы на конкурс.
- Если Оргкомитет премии знает, что член жюри может иметь предвзятое мнение относительно какой-либо из поданных работ (например, является работодателем автора, либо другие причины), то эта работа/эти работы становятся недоступны для онлайн-голосования данному члену жюри.

УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ

- **Срок подачи работ и СМИ на соискание Премии: с 01.10.2018 до 31.10.2018 г.**
- **На соискание Премии может быть подан любой тематический литературный материал, опубликованный в печатном или электронном СМИ в период с 13.10.2017 по 12.10.2018 года (включительно).**
- **Автор имеет право одновременно принять участие в нескольких номинациях (выставив на них разные работы).**
- **В одну номинацию может быть принято не более 2 (двух) работ от одного автора.**

- **Максимально от одного автора может быть принято 3 (три) работы на конкурс. Номинация Новостник года не учитывается – в нее можно подать даже при исчерпании количества поданных работ.**
- Принимаются только те работы и видеорепортажи, которые опубликованы в СМИ, оформленных официально и имеющих Свидетельство о регистрации СМИ. Исключением является номинация «Авторская колонка», куда принимаются блоги и публикации на ресурсах, не имеющих Свидетельства о регистрации (но при этом авторами материалов должны быть именно журналисты).
- В номинациях, где оцениваются сами издания, также принимаются только те СМИ, которые имеют Свидетельство о регистрации. Исключением являются номинации «NEWформат» и «Корпоративное издание года».
- По решению Оргкомитета премии может быть сделано исключение в части подачи статей для СМИ, не имеющего Свидетельства о регистрации, при условии, что это СМИ давно существует на рынке недвижимости, имеет формат, соответствующий стандартному, и является значимым, всеми уважаемым и авторитетным ресурсом.
- Автор должен иметь все юридические и интеллектуальные права на подаваемую работу.
- На конкурс не могут быть приняты работы, написанные на правах рекламы или на коммерческой основе. Если по мнению Оргкомитета работа носит рекламный характер, она будет снята с премии.
- Номинация, в которой будет представлена работа (или СМИ), определяется автором самостоятельно в зависимости от её тематики и формы. Однако финальное решение о соответствии поданного материала (или СМИ) номинации остаётся за Экспертным советом Премии.
- Подать работу (СМИ) на соискание Премии может как автор материала, так и любой участник рынка, который считает, что данная работа (или СМИ) достойна (достойно) участия в конкурсе. При подаче необходимо указать актуальные контактные данные автора (или редакции, дирекции СМИ), чтобы ему (им) пришло письмо о том, что его статья была подана (их СМИ было номинировано на конкурс)! (Обязательным требованием при подаче чужой заявки является указание актуального e-mail адреса и номера телефона для связи). Также контактные данные необходимы, чтобы Оргкомитет мог связаться с конкурсантами для уточнения технических вопросов. Заявки без контактных данных не могут быть приняты на конкурс.
- Оргкомитет Премии оставляет за автором право отказаться от участия в конкурсе. Отказ должен быть оформлен в письменном виде, с темой письма «Отказ от участия в премии JOY», и отправлен на e-mail оргкомитета Премии (pr@repa-pr.ru).
- Каждому члену Экспертного совета рекомендовано подать на конкурс 2 работы авторов СМИ рынка недвижимости, достойные внимания, по его мнению.
- Любая работа, независимо от способа её подачи, размещается на конкурсе только от имени автора.
- Для подачи работы на Премию участнику необходимо подать online-заявку через сайт Премии (www.joyrepa.ru), воспользовавшись функцией «Подать работу».
- Все тексты и pdf-файлы, прилагаемые к заявке, должны быть без упоминания автора и издания.
- Достоверность информации, указанной в заявках участников (информации об авторе, издании, информации в самих текстах и др.), может быть проверена организаторами Премии. В том числе организаторы вправе требовать предоставления источников, которыми пользовался автор при написании статьи, откуда

брались данные. В случае отсутствия объяснений в указанные сроки, а также в случае невозможности внести изменения, организаторы Премии оставляют за собой право отклонить эту заявку.

- После подачи каждая статья проходит стадию премодерации Оргкомитетом премии. Окончательное решение по участию работы в конкурсе принимается на этапе онлайн-судейства, в рамках которого члены Жюри вправе отклонить работы в случае несоответствия критериям или перенести их в другую номинацию.
- Если перемещения из номинации в номинацию требует работа, размещенная в СМИ, которое не имеет Свидетельства о регистрации СМИ, то работа автоматически отклоняется, так как только одна номинация «Авторская колонка» предполагает такое исключение – принимать работы, даже если СМИ не зарегистрировано официально.
- Заявки в номинациях за лучшие СМИ просматриваются Оргкомитетом премии, и в случае соответствия номинациям, также участвуют во всеобщем голосовании.
- Если в номинацию подано менее трех заявок, данная номинация снимается с конкурса в этом году.
- Все авторы, принявшие участие в конкурсе, могут посетить бесплатно церемонию награждения, при условии, что их работы не были отклонены.

ГОЛОСОВАНИЕ И ВЫБОР ПОБЕДИТЕЛЯ

- В голосовании могут принять участие только представители Экспертного совета премии (Жюри).
- В целях удобства работы жюри все номинации разбиваются на группы:

Лучшие публикации года:

1. Аналитический материал. Жилая недвижимость
2. Аналитический материал. Коммерческая недвижимость
3. Журналистское расследование
4. Репортаж
5. Видеорепортаж
6. Авторская колонка
7. Интервью
8. Полезные советы
9. Архиважно (архитектура объектов городской недвижимости)
10. Спецноминация года – Урбанистика

Лучшие СМИ года:

11. Региональное издание года
12. Интернет-портал года
13. Профильное издание года
14. Ежедневное деловое издание года
15. Информационное агентство года
16. NEWформат
17. Корпоративное СМИ года

А также персональные номинации:

18. Журналист года
19. Новостник года
20. PR-специалист года
21. Пресс-служба года (компания)
22. Пресс-служба года (госструктура)

- Голосование проходит в два этапа: онлайн-этап и очное обсуждение.
- Конкурсная работа становится доступной для голосования жюри онлайн-этапа после окончания приема работ. Онлайн-голосование начинается только после окончания приёма всех работ, всех СМИ и всех персон на конкурс.
- В первом этапе члены Экспертного совета определяют лучшие работы путем закрытого голосования в личном кабинете на сайте joypera.ru.
- Каждый участник онлайн-голосования получает доступ в личный кабинет на сайте Премии (www.joypera.ru) не позднее 06.11.2018.
- В целях обеспечения беспристрастности и объективности оценки, все конкурсные работы публикуются в личном кабинете голосующих без указания автора и издания, в котором они были опубликованы.
- На момент голосования в личном кабинете каждого члена Экспертного совета размещаются все конкурсные работы (издания, персоны), из которых надо выбрать лучших по мнению члена Жюри – количество определяется в инструкции, которую Оргкомитет направляет членам Жюри вместе с паролем к Личному кабинету.

- Второй этап голосования – очное Жюри, которое собирается в определенный Оргкомитетом премии день для обсуждения работ, набравших наибольшее количество голосов.
- В состав очного Жюри входят представители выдающихся СМИ рынка недвижимости, признанные эксперты рынка и лидеры мнений. Состав очного Жюри определяется Оргкомитетом премии.
- Очный этап оценивает номинации с работами и журналиста года. СМИ оцениваются только по результатам онлайн-голосования.
- Если очное Жюри решает, что в какой-то из номинаций в этом году не набралось достойных работ, номинация может быть отменена в этом году.
- Очное Жюри может учредить специальную награду и отметить ею вне конкурса достойные работы, определенного автора, издание, книгу и т.д.
- Победителями становятся номинанты, набравшие наивысший балл по итогам голосования.

НОМИНАЦИИ ПРЕСС-СЛУЖБА И PR-СПЕЦИАЛИСТ ГОДА

- В номинации Пресс-служба (компании или государственная) и PR-специалист года заявки от компаний и персон не подаются.
- Выбирают финалистов и победителей в этих номинациях только журналисты, подавшие свои работы на премию.
- Оргкомитет оставляет за собой право предложить журналистам выбрать номинантов из готового списка самых весомых представителей рынка, но данный список не является исчерпывающим, каждый журналист может проголосовать за кандидатуру не из списка, и этот голос будет учтен полноценно.
- Номинация Пресс-служба оценивается по таким критериям, как оперативность, уникальность информации, открытость.
- В номинациях не могут участвовать компании и персоны, которые одержали победу в прошлом году.

ЦЕРЕМОНИЯ НАГРАЖДЕНИЯ

- Объявление финалистов и победителей происходит в рамках торжественной церемонии вручения Премии JOY в декабре 2018 года.
- Все члены жюри могут бесплатно посетить церемонию награждения премии при условии, что они выполнили свои обязательства членов жюри в полном объеме.