

РЕГЛАМЕНТ ПРЕМИИ

JOY 2020



О ПРЕМИИ

Ежегодная всероссийская премия JOY (Journalist of the Year) учреждена в 2011 году и проводится в 2020 году в юбилейный десятый 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: PR-продвижение, связи с общественностью, журналистика, маркетинг;
- Консолидация рынка;
- Формирование новых стандартов освещения сферы недвижимости;
- Победа в премии оценивается профессиональным сообществом как важное достижение и способствует развитию рынка недвижимости в России.

ПЕРЕЧЕНЬ НОМИНАЦИЙ JOY 2020 И ИХ ОПИСАНИЕ

(может меняться по решению Оргкомитета премии в связи с необходимым количеством поданных работ)

1. Аналитический материал. Жилая недвижимость

Структурированный и аргументированный текст, который позволяет читателю глубоко изучить предмет или проблему, затронутую в статье; целью материала является анализ фактов и оценочное суждение автора, то есть выводы.

Оцениваются: наличие точных цифр и показателей, анализ фактов и личная оценка их автором, глубина проработки темы, аргументация и доказательства выводов, наличие практических предложений и советов по выбору жилья, сравнению видов и классов жилья, его приобретению, инвестированию в недвижимость. Аналитика – мощный инструмент, позволяющий продавать товары и развивать бизнес, и тем не менее в данной номинации Оргкомитет не готов рассматривать материалы, опубликованные «на правах рекламы», даже если выводы в данных статьях подкреплены фактами, а сами статьи не носят однозначно рекламный характер. Принимается не более одного материала от одного соискателя. Обязательно наличие не менее трёх 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, чёткая оценка ситуации, выводы и прогнозы. Обязательно наличие не менее трёх различных источников информации.

3. Журналистское расследование

Материал, проникающий вглубь событий, в котором должны раскрываться истинные причины тех проблемных, негативных явлений, событий и ситуаций рынка, которые расследует журналист. Обязательны: чёткая аргументация, тщательная проработка темы, неоспоримые доказательства разоблачения, актуальность материала/весомость темы и её влияние на рынок.

4. Репортаж

Материал, написанный после того, как журналист лично побывал на месте события. Он должен создавать «эффект присутствия» – события, явления и прочие факты должны быть оперативно переданы читателю с возможностью увидеть описываемое глазами очевидца (репортёра). Обязательны: факты,

РЕГЛАМЕНТ ПРЕМИИ

JOY 2020



важные примеры, насыщенность деталями, правильные акценты. Если в этом году не будет подано необходимое количество работ в данную номинацию, она будет отменена Оргкомитетом.

5. Авторская колонка

Повествование от первого лица, поднимающее общественно важную тему и раскрывающее личное отношение автора к затронутым вопросам. В публикации прослеживаются личность, характер автора, позиция журналиста в ответ на те или иные явления рынка. В данную номинацию могут подаваться издания без регистрации СМИ.

6. Интервью года

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

7. Полезные советы

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

8. Полезное видео (B2C)

Видеоролик длительностью до 30 минут, содержащий практические рекомендации и полезные советы для конечного потребителя. В номинации оцениваются: качество съёмки, монтаж, новизна и актуальность темы, стилистика подачи контента. Работы, носящие выраженный рекламный, «заказной» характер, а также содержащие прямые оскорбления компаний и их представителей, не проходят первичную фильтрацию и не попадают на этап онлайн-голосования. Тематика роликов может быть любой, главное требование – тема должна иметь отношение к недвижимости: выбор застройщика/ЖК, отделка, юридические вопросы и др., дискуссии и интервью экспертов, помогающие зрителю лучше разобраться в теме или проблеме. Возможна также подача работ с уникальными комментариями, интервью со спикерами, снятыми в рамках мероприятий (отраслевых и тематических конференций, круглых столов и т.д.), но вне общих сессий и выступлений спикеров.

Принимается не более одного видео от одного номинанта. **Регистрация СМИ необязательна.**

9. Архиважно

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

10. Спецноминация года – Трансформация рабочего пространства

Материал про изменения пространства в офисных помещениях и обустройство рабочих мест в домашних условиях. Материал любого формата, показывающий тенденции развития, демонстрирующий и помогающий разобраться читателю в особенностях и механизмах трансформации объектов коммерческой и жилой недвижимости в разрезе современных требований к рабочим зонам.

11. Спецноминация года от Минстрой РФ – Вызов года.

Материал любого жанра, освещающий строительство объектов социального назначения в России во время пандемии.

12. Спецноминация года от ГК "Инград" – Лучшая инфраструктура для жизни

Материал любого жанра и формата, освещающий городскую инфраструктуру и жизнь в различных жк, какие есть удобства для жителей и др.

13. Региональное издание года

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

14. Интернет-портал года

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

15. Профильное издание года

Печатное издание, посвящённое определённому 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 в формате специализированного приложения.

17. 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.

18. Корпоративное СМИ

Периодические печатные или электронные издания (не являющиеся официальными сайтами компаний) радио-, теле-, видеопрограммы, служащие интересам определённой компании рынка недвижимости (или группы компаний) и выпускаемые по её (их) инициативе, содержащие уникальный контент. Издания должны выпускаться не реже двух раз в год, иметь тираж не менее 100 экземпляров и не менее 8 полос для журналов и 4 полос для газет соответственно. Регистрация СМИ необязательна. В данную номинацию могут подаваться только коммерческие структуры. Победители прошлого года не могут участвовать в данной номинации.

19. Другой формат

Информационные проекты или СМИ, касающиеся темы недвижимости или пограничных с ней тем (ЖКХ, благоустройство, городское планирование, социальные и коммерческие государственные программы и т.д.), из социальных сетей (каналы YouTube и Telegram, страницы Instagram, Facebook,

«ВКонтакте» и др.), подкасты и радиопередачи, материалы на которых выходили в период с 26.10.2019 по 25.10.2020 года (включительно). Не могут участвовать странички компаний. Регистрация СМИ необязательна. Оцениваются полнота раскрытия и актуальность выбранных тем, интересные и нестандартные выводы, звуковое и графическое оформление материала.

20. 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.

21. Новостник года

В номинацию принимаются кандидаты от редакций, а также журналисты-новостники, чей труд кажется заметным Оргкомитету и членам ассоциации REPA. В заявке необходимо указать, в чём особая заслуга данного новостника. Номинанты, попавшие в шорт-листы по итогам online-голосования, заполняют анкеты-профайлы, после чего эти анкеты выносятся на обсуждение Жюри на offline-голосовании. В рамках очного голосования оцениваются: источники информации, её трактовка/изложение, беспристрастность, полноценность новостного материала.

22. PR-агентство года

Для участия в номинации необходимо представить лучший кейс по тематике «Недвижимость и смежные области» за последние два года в формате презентации. Допускается подача нескольких лучших кейсов от одного агентства (для каждого – отдельная заявка). Агентство кратко указывает свои достижения за два года и подробно рассказывает о выбранном кейсе, описывая поставленные цели, выбранное решение и результаты проведённой работы. Специальное Жюри оценивает все кейсы по таким критериям, как соответствие 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. Запрещается подавать кейсы, подававшиеся номинантом в прошлом году.

23. 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.

24. Пресс-служба года (госструктура)

JOY 2020

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.

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.
- Авторы статей, победивших в 2019 году, а также лауреаты номинаций «Новостник года» и «Журналист года» JOY 2019, автоматически попадают в Экспертный совет 2020. Эксперт вправе отказаться от предложенной возможности стать членом Жюри.
- 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 и новостника года, а также не могут подавать свои работы на конкурс.

JOY 2020

-
- Если Оргкомитет премии знает, что член Жюри может иметь предвзятое мнение относительно какой-либо из поданных работ (например, является работодателем автора, либо есть другие причины), то эта работа/эти работы становятся недоступны для онлайн-голосования данному члену Жюри.

УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ

1. Срок подачи работ и СМИ на соискание премии: с 26.10.2020 по 18.11.2020.

- На соискание премии может быть подан любой тематический литературный материал, опубликованный в печатном или электронном СМИ в период с 26.10.2019 по 25.10.2020 гг. (включительно).
- Автор имеет право одновременно принять участие в нескольких номинациях.
- Одна работа не может быть подана в несколько номинаций.
- В одну номинацию может быть принято не более 2 (двух) работ от одного автора. В номинации «Аналитический материал. Жилая недвижимость» и «Полезное видео» (B2C) может быть подано не более одной работы.
- Максимальное количество принятых работ от одного автора не может превышать 3 работ на конкурс. Номинации «Журналист года» и «Новостник года» не учитываются.

-
- Принимаются только те работы, которые опубликованы в СМИ, оформленных официально и имеющих Свидетельство о регистрации СМИ. Исключением являются номинации «Авторская колонка», «Полезное видео (B2C)», «Корпоративное СМИ» куда принимаются блоги и публикации на ресурсах, не имеющих Свидетельства о регистрации.
 - В номинации, где оцениваются сами издания, также принимаются работы, опубликованные только в тех СМИ, которые имеют Свидетельство о регистрации. Исключением являются номинации «Другой формат» и «Корпоративное издание года».
 - По решению Оргкомитета премии, может быть сделано исключение в вопросе подачи статей для СМИ, не имеющего Свидетельства о регистрации, при условии, что это СМИ давно существует на рынке недвижимости, имеет соответствующий стандартному формат 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 отклонена.
 - 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.

- При проверке текстов во всех номинациях всегда уточняются:
 - полнота информации /раскрытия темы
 - наличие интересных и достоверных данных
 - стиль изложения /лёгкость чтения и восприятия текста
 - уникальность
 - труднодоступность спикера/редкость комментария

На этапе первичной модерации снимаются с конкурса работы, не прошедшие проверку на плагиат, содержащие заимствования, повторы, неуникальные комментарии; составленные из одних комментариев тексты; компилированные материалы.

- 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 своей или чужой заявки необходимо указать актуальные контактные данные автора** (или редакции, дирекции СМИ), чтобы участнику пришло письмо о том, что его статья была подана (их СМИ было номинировано на конкурс), а также для уточнения технических вопросов, которые могут возникнуть у Оргкомитета. Заявки без контактных данных не могут быть приняты на конкурс.

-
- В номинации «Другой формат» заявки не подаются. Победителей в этой номинации определяет Экспертный совет посредством очного голосования. Оргкомитет оставляет за собой право предложить собственный список наиболее интересных участников, но очное Жюри может дополнить список и голосовать за кандидатуры из любого списка.
 - В номинациях «Пресс-служба года» (компания и госструктура) заявки не подаются. Выбирают финалистов и победителей в этой номинации сами журналисты рынка недвижимости. Оргкомитет оставляет за собой право предложить журналистам выбрать номинантов из готового списка наиболее весомых представителей рынка, но данный список не является исчерпывающим: каждый журналист может проголосовать за кандидатуру не из списка, и этот голос будет учтён полноценно.
 - 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 (svetlana@repa-pr.ru).
 - Каждому члену Экспертного совета рекомендовано подать на конкурс 2 работы авторов СМИ рынка недвижимости, достойные, по его или её мнению, внимания.
 - 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 упоминания автора и издания в текстах и pdf-файлах, прилагаемых к заявке, должны быть скрыты.
 - Достоверность информации, указанной в заявках участников (информации об авторе, издании, информации в самих текстах и др.), может быть проверена организаторами премии. Оргкомитет премии вправе требовать предоставления источников данных, которыми пользовался автор при написании статьи. В случае отсутствия объяснений в озвученные Оргкомитетом 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 работу в случае её несоответствия требованиям или перенести работу в другую номинацию (при перемещении в другую номинацию работа заново проходит этап премодерации, то есть проверяется на соответствие критериям новой номинации, в том числе на наличие у издания Свидетельства о регистрации СМИ).

-
- Заявки в номинациях за лучшие СМИ просматриваются Оргкомитетом премии и, в случае соответствия номинациям, также участвуют во всеобщем голосовании.
 - Если в номинацию подано менее трёх заявок, данная номинация снимается с конкурса в этом году.
 - Все авторы, работы которых были приняты на конкурс, могут посетить бесплатно церемонию награждения.

ГОЛОСОВАНИЕ И ВЫБОР ПОБЕДИТЕЛЯ

- Победителями становятся номинанты, набравшие наивысший балл по итогам двухступенчатого голосования.
- В голосовании могут принять участие только представители Экспертного совета премии (Жюри).
- Состав Экспертного совета определяется Оргкомитетом.
- Для 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. Авторская колонка
 6. Интервью года
 7. Полезные советы
 8. Полезное видео (B2C)
 9. Архиважно (архитектура объектов городской недвижимости)
 10. Спецноминация года – Трансформация рабочего пространства
 11. Спецноминация года от Минстрой РФ – Вызов года
 12. Спецноминация года от ГК "Инград" – Лучшая инфраструктура для жизни

Лучшие СМИ года:

13. Региональное издание года
14. Интернет-портал года
15. Профильное издание года
16. Ежедневное деловое издание года
17. Информационное агентство года
18. Корпоративное СМИ года
19. Другой формат

А также персональные номинации:

20. Журналист года

-
21. Новостник года
 22. PR-агентство года
 23. Пресс-служба года (компания)
 24. 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 приёма 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 путём закрытого голосования в личном кабинете на сайте joyrepa.ru.
- Каждый участник онлайн-голосования получает доступ в личный кабинет на сайте премии (www.joyrepa.ru) не позднее 24.11.2020.
- 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 представляет собой работу Жюри в очном формате. Жюри собирается в определённый Оргкомитетом премии день для обсуждения работ и кандидатур журналистов, набравших наибольшее количество голосов. В 2020 году очное голосование может быть проведено с помощью видеоконференции в Zoom.
- В состав очного Экспертного совета входят представители выдающихся СМИ рынка недвижимости, признанные эксперты рынка и лидеры мнений.
- Лучшие СМИ года определяются только по результатам онлайн-голосования.
- Если очный Экспертный совет решает, что в какой-либо номинации в этом году не было достойных работ, номинация может быть отменена в этом году.
- Очный Экспертный совет может учредить специальную награду и отметить ею достойные работы, определённого автора, издание и т.д.

JOY 2020

- Голосование в номинации «Журналист года» осуществляется следующим образом: на этапе онлайн-голосования у членов Экспертного совета есть возможность выдвинуть 1 (одну) кандидатуру, подкреплённую аргументом, почему именно этот журналист достоин премии (также сохраняется возможность самовыдвижения). Из всех кандидатур к этапу очного голосования формируется полный список персон, а на этапе очного голосования Экспертный совет в свою очередь голосует за победителя.

ЦЕРЕМОНИЯ НАГРАЖДЕНИЯ

- Объявление финалистов и победителей запланировано в рамках торжественной церемонии вручения премии JOY 21 января 2021 года. По решению Оргкомитета, церемония награждения может быть перенесена на более позднюю дату или проведена в online-формате.
- Все члены Жюри могут бесплатно посетить церемонию награждения премии при условии, что они выполнили свои обязательства членов Жюри в полном объёме.