

## JOY 2019

---

### О ПРЕМИИ

Ежегодная всероссийская премия JOY (Journalist of the Year) учреждена в 2011 году и проводится в девятый раз по инициативе REPA (Real Estate Professionals' Association) – ассоциации профессионалов рынка недвижимости. Ассоциация существует с 2005 года и на сегодняшний день насчитывает более 4500 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 2019

#### 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 автора, глубина проработки темы, аргументация и доказательства выводов, наличие практических предложений и советов по выбору жилья, сравнению видов и классов, 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 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 глазами очевидца (репортера). Обязательны: факты, важные примеры, насыщенность деталями, правильные акценты.

## **5. Авторская колонка**

Повествование, поднимающее общественно важную тему и раскрывающее личное отношение автора к затронутой теме. В публикации прослеживаются личность, характер автора и позиция по отношению к тем или иным явлениям рынка. В данную номинацию могут подаваться издания без регистрации СМИ.

## **6. 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.

## **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 до 30 минут, содержащий практические рекомендации и полезные советы для конечного потребителя. В номинации оцениваются: качество съемки, монтаж, новизна темы, стилистика подачи

контента. Работы, носящие выраженный рекламный, «заказной» характер, а также содержащие прямые оскорбления каких-либо компаний и их представителей не проходят первичную модерацию и не достигают этапа онлайн-голосования. Тематика роликов может быть любой, главное требование – тема имеет отношение к недвижимости: выбор застройщика/ЖК, отделка, юридические вопросы, дизайн интерьера и др., дискуссии экспертов и интервью с ними, 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. Радио**

На конкурс принимаются радиопередачи любого формата: записные программы, прямые эфиры, репортажи, интервью, аналитические комментарии, обзоры и дайджесты. Хронометраж программ, подаваемых на конкурс работ, – до 5 минут. Материал должен крепиться ссылкой к заявке. Все поданные радиопередачи должны касаться темы недвижимости или пограничных с ней тем (ЖКХ, благоустройство, городское планирование, социальные и коммерческие государственные программы и т.д.) Не принимаются рекламные ролики, партнерские материалы, а также материалы «на правах рекламы». Оцениваются полнота раскрытия и актуальность выбранной темы, интересные и нестандартные выводы, звуковое оформление программы.

Принимается не более одной работы от одного номинанта.

## **10. Архиважно**

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

## **11. Спецноминация года – Социальная ипотека**

Печатный материал о любой из государственных ипотечных социальных программ для улучшения жилищных условий граждан: кредитование с субсидией в виде пониженной процентной ставки и другие льготные ипотечные программы для многодетных семей, бюджетников, очередников и т.д. Материал любого формата, объясняющий разницу между социальной и коммерческой ипотекой, развивающий тему и помогающий разобраться читателю в особенностях и механизмах работы данной государственной программы.

## **12. Новостник года**

В номинацию подаются кандидаты от редакций, а также журналисты-новостники, чей труд кажется заметным оргкомитету и членам ассоциации REPA. На старте приема заявок проводится открытый опрос со списками

номинантов. Номинанты, попавшие в шорт-листы по итогам собранных заявок, заполняют анкеты-профайлы, эти анкеты выносятся на обсуждение жюри на offline-голосовании.

В рамках очного голосования оцениваются: происхождение информации, ее трактовка/изложение, беспристрастность, полноценность новостного материала.

### **13. Региональное издание года**

Печатное или онлайн-издание, посвященное 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. Информационное агентство года**

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

### **15. Интернет-портал года**

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

### **16. Профильное издание года**

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

### **17. Ежедневное деловое издание года**

Ежедневное печатное издание делового формата, публикующее материалы о рынке недвижимости на постоянной основе внутри издания или в формате специализированного приложения.

### **18. 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.

### **19. 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 (отдельная заявка для каждого). Агентство кратко указывает свои достижения за два года и подробно рассказывает о кейсе, описывая поставленные цели, выбранное решение и результаты проведенной 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, поданные номинантом в прошлом году.

### **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, ВКонтакте и др., функционировавшие в период с 13.10.2018 по 25.10.2019 гг. Не могут подаваться собственные 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 или группы компаний рынка недвижимости и выпускаемые по ее (их) инициативе, содержащие уникальный контент. Издания должны выпускаться не реже двух раз в год, иметь тираж не менее 100 экземпляров и не менее восьми полос (для журналов) и четырех полос (для газет). Регистрация СМИ необязательна. В данную номинацию могут подаваться только коммерческие структуры.

## **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 сферы недвижимости.
- Авторы статей, победивших в 2018 году, а также лауреаты номинаций Новостник года и Журналист года JOY 2018, автоматически попадают в Экспертный совет 2019. Эксперт вправе отказаться от предложенной возможности стать членом жюри, но подавать работы на премию JOY 2019 ему как победителю прошлого года запрещено.
- Участники Экспертного совета выбирают победителей конкурса в два этапа. Первый этап проходит путем персонального online-голосования на сайте Премии JOY. Второй этап – 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 наличествуют какие-то другие причины, позволяющие это предполагать), 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 29.10.2019 по 15.11.2019.**
  - На соискание Премии может быть подан любой тематический литературный материал, опубликованный в печатном или электронном СМИ в период с 13.10.2018 по 25.10.2019 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. В номинации «Аналитический материал. Жилая недвижимость», «Радио» и «Полезное видео» (B2C) может быть подано не более одной работы.
  - Максимально от одного автора может быть принято 3 (три) работы на конкурс. Номинация «Новостник года» не учитывается: в нее можно податься даже при исчерпании количества поданных работ.
  - Авторы статей, победивших в 2018 году, не могут подавать работы на премию JOY 2019.

- Принимаются только те работы, видеорепортажи и радиопередачи, которые опубликованы в СМИ, оформленных официально и имеющих Свидетельство о регистрации СМИ. Исключением являются номинации «Авторская колонка» и «Полезное видео» (B2C), куда принимаются блоги и публикации на ресурсах, не имеющих Свидетельства о регистрации.
- 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 соответствующий стандартному формат и является значимым, всеми уважаемым и авторитетным ресурсом.
- Автор должен иметь все юридические и интеллектуальные права на подаваемую работу.
- Одна работа не может быть подана в несколько номинаций.
- 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 ее тематики и формы. Однако финальное решение о соответствии поданного материала (или СМИ) номинации остается за Экспертным советом Премии.
- При проверке текстов во всех номинациях всегда анализируется:
  - полнота информации/раскрытие темы
  - наличие интересных и достоверных данных
  - стиль изложения/легкость чтения, 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 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 ([media@repa-pr.ru](mailto:media@repa-pr.ru)).
- Каждому члену Экспертного совета рекомендовано подать на конкурс две работы авторов СМИ рынка недвижимости, которые, по его мнению, достойны внимания.
- Любая работа, независимо от способа ее подачи, размещается на конкурсе только от имени автора.
- Для подачи работы на Премию участнику необходимо подать online-заявку через сайт Премии ([www.joyrepa.ru](http://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. Помимо прочего, организаторы вправе требовать предоставления источников, которыми пользовался автор при написании статьи, откуда он(а) взял(а) данные. В случае неполучения 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 работу при условии ее несоответствия требованиям (перечисленным выше критериям) либо перенести работу 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. А именно – принимать работы, даже если СМИ не зарегистрировано официально.
- Если в номинацию подано менее трех заявок, данная номинация снимается с конкурса в 2019 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).
- Состав Экспертного совета очного этапа определяется оргкомитетом.
- 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. Авторская колонка
6. Интервью
7. Полезные советы
8. Полезное видео (B2C)
9. Радио
10. Архиважно (архитектура объектов городской недвижимости)
11. Спецноминация года – Социальная ипотека

**Лучшие СМИ года:**

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

**А также персональные номинации:**

19. Журналист года
20. Новостник года
21. PR-агентство года
22. Пресс-служба года (компания)
23. 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 приема 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 joyrepa.ru.
- Каждый участник онлайн-голосования получает доступ в личный кабинет на сайте Премии ([www.joyrepa.ru](http://www.joyrepa.ru)) не позднее 19.11.2019.
- 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. Число выбранных 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 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.
- Если очное Жюри решает, что в какой-то из номинаций в этом году не набралось достойных работ, номинация в 2019 году может быть отменена.
- Очное Жюри оставляет за собой право 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.

## **НОМИНАЦИЯ ПРЕСС-СЛУЖБА**

В номинацию Пресс-служба (государственная, или компании) заявки от компаний и персон не подаются.

- Финалистов и победителей в этой номинации выбирают сами журналисты рынка недвижимости.

- Оргкомитет оставляет за собой право предложить журналистам номинантов из заранее подготовленного списка самых достойных представителей рынка, но данный список не является исчерпывающим: каждый журналист может проголосовать за кандидатуру не из списка, и этот голос в плане весомости будет считаться равным остальным.
- Номинация «Пресс-служба» оценивается по таким критериям, как оперативность, уникальность подаваемой информации, открытость.
- В номинации 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 12 декабря 2019 года.
- Все члены жюри могут бесплатно посетить церемонию награждения премии при условии, что они выполнили свои обязательства членов жюри в полном объеме.