

Положение
о премии Сибирской аграрной недели и Ассоциации Маркетологов
Агроотрасли

Лучший агромакетолог Сибири

01.05.2026 г.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение устанавливает порядок организации и проведения ежегодного конкурса на соискание премии Сибирской аграрной недели и Ассоциации Маркетологов Агроотрасли «Лучший агромакетолог Сибири» (далее — Премия), а также порядок определения победителей Премии.

1.2. Организаторы премии - Общество с ограниченной ответственностью «Сибирская Выставочная Компания» и Ассоциация Маркетологов Агроотрасли.

1.3. Премия реализуется для руководителей и специалистов маркетинговых подразделений компаний, работающих в сфере АПК.

1.4. Цели и задачи Премии:

1.4.1. Цели конкурса:

- Выявление и признание лучших специалистов в области агромаркетинга, которые вносят значительный вклад в развитие аграрного сектора.
- Повышение профессионального уровня и обмен передовыми практиками и инновационными подходами в агромаркетинге.
- Популяризация и укрепление роли маркетинга как одного из ключевых инструментов развития агропромышленного комплекса.
- Создание платформы для продвижения успешных кейсов и проектов, которые способствуют развитию конкурентоспособности и устойчивости агробизнеса.
- Формирование имиджа Сибири как перспективного и инновационного региона в сфере сельского хозяйства и агромаркетинга.

1.4.2. Задачи конкурса:

- Сбор и анализ лучших маркетинговых решений, стратегий и проектов в агросекторе Сибири и других регионов России.
- Поддержка профессионального роста и мотивация агромакетологов через публичное признание их достижений.
- Содействие развитию партнерских связей между специалистами, компаниями и организациями аграрного рынка.
- Распространение знаний и инновационных практик через публичные мероприятия, публикации и мастер-классы.

- Повышение информированности общества и бизнеса о значимости маркетинга в аграрной отрасли и продвижении сибирского агропродукта.
- 1.5. Официальный ресурс Премии: <https://sibagroweek.ru/premiya-agromarketolog>
контактный адрес: info@svkexpo.ru
 - 1.6. Положение о Премии утверждается ежегодно и действует в рамках календарного года.
 - 1.7. Положение размещается на официальном ресурсе Премии.
 - 1.8. Отбор победителей Премии осуществляется на конкурсной основе один раз в год.
 - 1.9. Организаторы Премии, Организационный комитет и Экспертный совет Премии строят свою работу на общепринятых принципах этики в целях повышения общественной ценности Премии, а также обеспечения доступности номинаций для соискателей, конфиденциальности предоставленной соискателями информации (кроме публичных номинаций), лежащей в основе принятия решения, коллегиальности и непредвзятости.

2. РАБОЧИЕ ОРГАНЫ ПРЕМИИ

- 2.1. Организационный комитет. Организационный комитет формируется из представителей Организаторов и Генерального партнера Премии. Является ведущим органом Премии и решает основополагающие задачи в процессе подготовки и реализации Премии:
 - 2.1.1. Определяет и привлекает партнеров Премии, включая спонсоров мероприятия;
 - 2.1.2. Определяет условия привлечения партнеров Премии, права и привилегии партнеров;
 - 2.1.3. Определяет ключевые параметры формата проведения (сроки по этапам мероприятия, виды Премий, критерии отбора, режим отбора победителей по номинациям) и церемонии награждения (время, место проведения, тайминг, порядок награждения);
 - 2.1.4. Утверждает число членов и состав Экспертного Совета Премии;
 - 2.1.5. Утверждает перечень партнерских премий и критерии отбора победителей;
 - 2.1.6. Производит первичный отбор заявок на соответствие критериям отбора;
 - 2.1.7. Запрашивает у соискателей дополнительную информацию, необходимую для принятия решения, от лица Экспертного совета;
 - 2.1.8. Утверждает победителей отбора на основании представления Экспертного Совета Премии и публичного голосования (по соответствующим номинациям), а также благодарственных писем по ходатайству Экспертного совета.
- 2.2. Экспертный совет. Экспертный совет формируется из представителей партнеров Премии, оказывающих организационную поддержку конкурсу, Генерального спонсора Премии и признанных экспертов отрасли. Организаторы Премии вправе выдвинуть своих представителей в члены Экспертного совета премии, при этом их общее число голосов не должно превышать 33% от общего числа. Члены Экспертного совета осуществляют свою деятельность на безвозмездной основе и обязуются не разглашать публично доступную им в рамках работы с Премией информацию. Экспертный совет отвечает за:
 - 2.2.1. Обработку заявок соискателей. Отклонение заявок при обоснованности сомнений, запрос дополнительных данных от соискателей.

- 2.2.2. Вынесение заключения и отбор победителей и номинантов на утверждение Организационного комитета.
- 2.3. Экспертный совет вправе выходить с ходатайством о вручении двух равнозначных наград в рамках номинации, отклонять номинацию, при недостаточности оснований для выбора победителя, а также о вручении благодарственных писем по основаниям, не охваченных номинациями.

3. РУКОВОДСТВО И ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ РАБОЧИМИ ОРГАНАМИ ПРЕМИИ

- 3.1. В рамках Организационного комитета и Экспертного совета избирается Председатель Экспертного совета Премии и его Секретарь.
- 3.2. Заседания рабочих органов Премии считаются правомочными при присутствии не менее 2/3 участников. Заседания могут проводиться в гибридном формате: с очным и заочным участием.
- 3.3. Решения рабочих органов премии принимаются большинством голосов и оформляются Протоколом, подписываемым Председателем и Секретарем заседания.
- 3.4. При равном числе голосов «за» и «против» голос Председателя является решающим.
- 3.5. Информация о победителях и номинантах Премии, доступная членам Организационного комитета и Экспертного совета, носит закрытый характер и не подлежит разглашению до церемонии награждения, исключая этап народного голосования, когда шорт-лист номинантов будет вынесен на публичное голосование.

4. СТАТУСЫ ПАРТНЕРОВ ПРЕМИИ

- 4.1. Партнеры Премии оказывают организационную, информационную и финансовую поддержку реализации Премии. Могут принимать участие в церемонии награждения, имеют права и привилегии, утвержденные Организационным комитетом Премии.
- 4.2. Роли и статус Партнеров Премии:
 - 4.2.1. Генеральный спонсор – оказывает ключевую финансовую поддержку мероприятию, участвует в Экспертном совете и церемонии награждения, вручает одну из ключевых номинаций.
 - 4.2.2. Генеральный медиапартнер – оказывает всемерную поддержку в продвижении и популяризации Премии на всех доступных информационных ресурсах. Распространяет пресс-релизы и иную сопутствующую информацию. Имеет право участия представителя в Экспертном совете Премии.
 - 4.2.3. Спонсор номинации – вручает одну из номинаций, определенных Организационным комитетом для вручения спонсором. Оказывает значимую финансовую поддержку мероприятию, в том числе в виде подарков победителям.
 - 4.2.4. Официальный партнер и партнер - спонсоры мероприятия, в рамках пакета спонсорской поддержки.
 - 4.2.5. Официальный медиапартнер – оказывает информационную поддержку мероприятию.
 - 4.2.6. Статус Генерального спонсора и Генерального медиапартнера ограничены одним участником.

- 4.2.7. Амбассадор Премии – популяризатор Премии в агросообществе из числа отраслевых блогеров и публичных экспертов. Оказывает информационную поддержку Премии. Амбассадор Премии не может являться соискателем Премии. Амбассадор имеет право вручения награды одной из номинаций.

5. ВИДЫ ПРЕМИЙ

- 5.1. Номинация – награда Премии, в рамках критериев отбора которой определяется победитель.
- 5.2. Партнерская премия – инициированная общественными отраслевыми организациями, поддержавшими Премию, или партнерами Премии и утвержденная Организационный комитетом награда, в рамках согласованных критериев отбора которой определяется победитель. Количество партнерских премий ограничено одной на каждого инициатора. Общее число партнерских премий не может превышать 33% от общего числа наград.
- 5.3. Число наград определяется как общее количество наград по их статусам, вручаемых в рамках церемонии награждения.
- 5.4. Все соискатели Премии, подавшие заявки, прошедшие квалификационный отбор на соответствие форме и качеству, получают памятные дипломы участника отбора
- 5.5. ТОП-5 заявок, претендующих на победу в рамках номинаций, по итогам рассмотрения Экспертным советом, формируют шорт-лист номинации и публикуются на ресурсе Премии. Участники шорт-листа получают памятные дипломы.

6. ХАРАКТЕР ДАННЫХ В РАМКАХ НОМИНАЦИИ

- 6.1. В зависимости от характера данных, на основе которых выносится решение о победителе, номинации делятся на количественные и качественные. Количественный характер означает математическую исчислимость параметров для проведения отбора. Качественный характер данных выражается в описательной стилистике обоснования подаваемой заявки.
- 6.2. Публичный характер (опросы, голосование) применяется к номинациям по решению Организационного комитета.
- 6.3. Оцениваются результаты и достижения работы соискателей за предыдущий и текущий календарные годы.
- 6.4. Награды, оценивающие личные данные соискателей, обрабатываются в режиме защиты персональных данных и не подлежат разглашению, без разрешения соискателя, кроме данных непосредственного критерия отбора.

7. НОМИНАЦИИ ПРЕМИИ

7.1. Номинация «Лучший агромаркетолог Сибири»

7.1.1. Лучший специалист в маркетинге агробизнеса, работающего на территории Сибирского федерального округа, по стратегии, реализации кампаний и бизнес-результатам в отрасли.

7.1.2. Критерии оценки:

- Стратегическое планирование
– разработка комплексной маркетинговой стратегии, адаптированной к специфике агросектора (сезонность, B2B/B2C, региональные особенности).
- Креативность и инновации
– использование современных инструментов (цифровой маркетинг, контент, SMM, инфлюенсеры) для продвижения компании/товара/услуги.
- Эффективность кампаний
– достижение KPI (охват, лиды, конверсия, ROI), подтвержденное аналитикой и метриками.
- Интеграция с отраслью
– успешное продвижение на выставках, в том числе, и на Международной агропромышленной выставке «Сибирская аграрная неделя», партнерства с агрокомпаниями, работа с B2B-аудиторией (фермеры, переработчики).
- Коммуникация и брендинг
– создание узнаваемого имиджа бренда, работа с отраслевыми СМИ, контентом об агротрендах.
- Лидерство и влияние
– вклад в развитие агромаркетинга, публикации, выступления, менторство коллег.
- Адаптивность и результаты
– преодоление вызовов (санкции, логистика) с фокусом на устойчивый рост продаж/экспорта.

7.1.3. Система оценки — бальная от 0 до 5 баллов (где 0 — не соответствует ожиданиям; 1 — слабо; 2 — ниже среднего уровня ожиданий; 3 — соответствует ожиданиям; 4 — выше ожиданий; 5 — превосходит ожидания).

8. СТАТУС НАГРАД

- 8.1. Гран-при Премии - высшая награда Премии по ключевым номинациям. Параллельно с гран-при вручаются награды за 2 и 3 место в рамках номинации.
- 8.2. Лауреат Премии – единственная награда победителя номинации или победителя в рамках партнерской премии.

9. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ЭТАПЫ ПРЕМИИ

- 9.1. Реализации мероприятия включает в себя следующие этапы:
 - 9.1.1. Решение Организаторов о проведении мероприятий Премии;
 - 9.1.2. Утверждение номинаций и критериев отбора;
 - 9.1.3. Публичное информирование о Премии;
 - 9.1.4. Формирование Организационного комитета;
 - 9.1.5. Привлечение партнеров Премии;
 - 9.1.6. Формирование Экспертного совета;
 - 9.1.7. Привлечение соискателей;
 - 9.1.8. Сбор заявок;
 - 9.1.9. Обработка заявок – первичный отсев на соответствие критериям;

- 9.1.10. Передача материалов членам Экспертного совета и на ресурс для публичного голосования;
- 9.1.11. Вынесение решения о победителях;
- 9.1.12. Торжественная церемония награждения;
- 9.1.13. Подготовка отчетов о мероприятии для партнеров Премии.

10. ТРЕБОВАНИЯ К СОИСКАТЕЛЯМ

- 10.1. Соискатели - руководители и специалисты маркетинговых подразделений компаний с фокусом работы в агроотрасли должны соответствовать следующим требованиям:
 - 10.1.1. Срок существования юридического лица, представляемой организации на момент подачи заявки не менее 1,5 лет;
 - 10.1.2. Регистрация и ведение операционной деятельности на территории Российской Федерации;
 - 10.1.3. Полнофункциональный режим операционной деятельности, связанной с аграрной индустрией.
 - 10.1.4. Соискатели Премии, подавая заявку, принимают заявляемые ценности и подходы, разделяют их, гарантируют в интересах общественной ценности Премии и деловой репутации компании предоставление объективной, фактически обоснованной, достоверной для рассматриваемого периода информации. Выявление факта предоставления недостоверной информации влечет отклонение заявки и отвод к участию в отборе следующего года.
- 10.2. Соискатель – публичный отраслевой деятель должен вести публичную отраслевую деятельность не менее года.
- 10.3. Соискатель – сотрудник подразделения должен соответствовать критериям отбора и, подавая заявку, соглашается с обработкой его персональных данных.

11. ПОРЯДОК ПРИВЛЕЧЕНИЯ СОИСКАТЕЛЕЙ ПРЕМИИ

- 11.1. Организационный комитет реализует два режима привлечения соискателей Премии:
 - 11.1.1. Запрос информации. Направляется цифровыми каналами коммуникации в адрес потенциальных участников.
 - 11.1.2. Публично размещенная информация с приглашением принять участие в соискании Премии и оказание содействия в процедурных действиях.
- 11.2. Для любого из указанных порядков привлечения соискателей обязательно предоставление доступа к формам заявок, в том числе на официальном ресурсе Премии.
- 11.3. Отраслевой деятель подает заявку на соискание самостоятельно, сопровождая ее кратким описанием своей деятельности.
- 11.4. Соискатель - сотрудник компании подает заявку через работодателя.

12. ТРЕБОВАНИЯ К ЗАЯВКАМ СОИСКАТЕЛЕЙ

- 12.1. Заявка соискателя должна быть подана по установленной форме. Организационный комитет обеспечивает информационную помощь и реализует разъяснительную работу с представителями участников.

- 12.2. Соискатели принимают на себя обязательства по предоставлению достоверной информации. Экспертный совет вправе отклонить заявку при сомнениях в достоверности.
- 12.3. Заявки, поданные с нарушениями, не рассматриваются, соискатель уведомляется об отклонении заявки и необходимости ее исправления.
- 12.4. Заявка должна быть подана не позднее 30 сентября 2026 года.
- 12.5. Подача заявки на соискание Премии означает принятие соискателем условий настоящего Положения.
- 12.6. Информация из заявок соискателей не подлежит публичному оглашению в рамках Политики конфиденциальности.

13. ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРЕМИИ

- 13.1. Источниками финансирования мероприятия является спонсорская помощь от партнеров Премии и средства организаторов.
- 13.2. Партнеры (спонсоры) Премии получают права и привилегии в рамках пакета оказываемой поддержки
- 13.3. Реализация прав партнеров лежит на Организационном комитете.
- 13.4. По итогам мероприятия партнеры Премии получают отчет и необходимые материалы в соответствии с условиями договора.

14. ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

- 14.1. Информационное сопровождение осуществляется на официальном ресурсе Премии и через ресурсы официальных медиапартнеров Премии.
- 14.2. Правомочными спикерами от лица мероприятия являются члены Организационного комитета и Экспертного совета.

15. КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

- 15.1. Вся необходимая контактная информация должна быть размещена на официальном ресурсе Премии
- 15.2. Организационный комитет обязан обеспечить обратную коммуникационную связь по вопросам организации мероприятия