

ПРАВИЛА УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ НА ПРИСУЖДЕНИЕ НАГРАДЫ В ОБЛАСТИ
РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА ПРЕМИИ «ПРОКСИМА»

г. Москва

**ПРАВИЛА УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ НА ПРИСУЖДЕНИЕ НАГРАДЫ В ОБЛАСТИ
РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА ПРЕМИИ «ПРОКСИМА»**

1. Термины и определения, используемые в настоящих Правилах:

1.1. Конкурс — мероприятие, проводимое Организатором в порядке, в срок и на условиях, определяемых настоящими Правилами, в целях определения лауреатов Премии «Проксима».

1.2. Организатор Конкурса — ООО «А.А.И.», ОГРН 1057747118681, ИНН/КПП 7704558179 / 771501001. Место нахождения: 127055, город Москва, вн. тер. г. муниципальный округ Марьино роща, ул. Образцова, д. 7.

1.3. Конкурс направлен на достижение общественно полезных целей: раскрытие, поддержку и поощрение создания и воплощения маркетинговых концепций в сфере маркетинга и рекламы, а также на поддержания интереса Клиентов Организатора к услугам Организатора. Конкурс не является лотереей (в соответствии с ФЗ №138-ФЗ от 11.11.2003 г. «О лотереях») или иным мероприятием, основанным на риске, не требует внесения платы за участие и получение Призов.

1.4. Премия — событие в области рекламы и маркетинга, включающее в себя проведение Конкурса в соответствии с настоящими Правилами, завершающееся церемонией награждения лауреатов Конкурса в соответствии с Положением о церемонии вручения Премии, расположенном на сайте <https://www.proximastar.ru> (далее — «Положение»).

1.5. Награда — диплом лауреата Конкурса в соответствии с присуждением призового места по итогам проведения Конкурса.

1.6. Жюри — эксперты в области рекламы и маркетинга, сотрудники компаний, производящих товары или услуги и использующие для продвижения своих продуктов и услуг на рынок инструменты рекламы и маркетинга. Утверждается Организационным Комитетом Премии. Членами Жюри не могут выступать сотрудники Организатора и лица, заинтересованные в результатах Конкурса и определении Лауреатов Премии.

1.7. Председатель Премии — лицо, определенное положением о церемонии вручения премии «Проксима» и обладающее правом решающего голоса при голосовании в случаях, определенных Правилами Конкурса.

1.8. Участник — юридическое лицо, создавшее (разработавшее и реализовавшее) по заказу Клиента или по своему личному запросу рекламную кампанию (комплекс рекламных и маркетинговых действий, направленных на привлечение внимания потребителей к товарам/услугам Клиента) в 2024 году, являющееся клиентами ООО «А.А.И.», направившее Работу на участие в Конкурсе.

1.9. Клиент Участника — юридическое лицо, индивидуальный предприниматель или физическое лицо, являющееся заказчиком/рекламодателем рекламной кампании Участника, представленной в Работе, использующее для продвижения своих продуктов и услуг на рынок инструменты рекламы и маркетинга Участника.

1.10. Работа — поданная конкурсантами заявка, содержащая в себе информацию об Участнике, Клиенте, а также рекламной кампании, разработанной и реализованной Участником по заказу Клиента, и отвечающая следующим критериям:

1.10.1. Проект, используемый в Работе, реализован на 80% (по срокам) в 2024 году.

1.10.2. Проект, используемый в Работе, реализован на 95% (по объему охваченной аудитории, кроме номинации Digital ООН (Цифровая наружная реклама), для которой условия не предусмотрено) в медиапространстве сети Интернет (справедливо для проектов, имеющих в какой-то части коммуникации офлайн-элементы (например, размещение QR-кодов на физических носителях).

1.10.3. Проект является авторским — идея и исполнение Проекта разработаны Участником и/или его сотрудниками. Если проект является локализацией/адаптацией международной практики — в текстовом формате подачи необходима соответствующая пометка.

1.10.4. В проектах, используемых в Работе, не должны упоминаться физические или юридические лица, а также СМИ и НКО, признанные Минюстом России иностранным агентом и/или выполняющим функции иностранного агента.

1.10.5. Работы, подаваемые для участия в Премии, не должны содержать прямого названия агентства, а также упоминания о нем, включая упоминания бренда во всех материалах, за

исключением Анкеты. Называть Клиента Участника разрешено. В случае инхаус-проектов запрещено упоминать об этом в материалах заявки.

1.10.6. Рабочим языком Конкурса является русский, представление Работ для Премии на английском языке допустимо.

1.10.7. После того как заявка на Работу отправлена, редактировать ее невозможно.

1.11. Церемония — награждение лауреатов Конкурса в установленных номинациях в соответствии с Положением.

1.12. Лауреаты — победители Конкурса, получившие по результатам Конкурса диплом лауреата и золотую, серебряную или бронзовую награду.

1.13. Номинации, по которым присуждается Награда:

Поток 1. Коммуникационный продукт:

1. Цифровые рекламные креативы (баннеры, видеоролики и другие форматы).
2. PR и спецпроекты в медиа.
3. Веб-сайт.
4. Приложения (мобильные, игровые и проч.).
5. Бренд-сторителлинг в digital (бренд-сторителлинг в сети Интернет).
6. Искусственный интеллект.
7. Проекты в виртуальной, дополненной и смешанной реальности (VR, AR, MR).
8. Social Data & Insight (Проекты на основе анализа социальных данных).
9. Создание и управление сообществом.
10. Интеграции в видео.
11. Мультиплатформенность.
12. Бренд-медиа.
13. Инновации в ретейл-медиа.

Поток 2. Медиакампании:

1. Кампания в цифровых медиа.
2. Кампания в социальных медиа.
3. Кампания для мобильных устройств.
4. Кампания в цифровых нон-медиа-каналах (ретейл, банкинг, навигация, др.).
5. Маркетинговая кампания с привлечением лидеров мнений.
6. Цифровой микс.
7. Инновации в использовании Big Tech (Инновации в использовании современных технологий).
8. Digital OOH (Цифровая наружная реклама).
9. Non-TV видеокампания (Видеокампания без использования инвентаря на телевидении).

Поток 3. Перформанс-маркетинг:

1. Таргетирование аудитории.
2. Контекстная реклама.
3. Лидогенерация (affiliate, CPA, CPL, CPO).
4. Performance в цифровом ретейле (Перформанс в цифровом ретейле).
5. Мобильный перформанс (ASO, CPO, CPI, UA).
6. Email-маркетинг (Маркетинговые проекты с использованием электронной почты).
7. Programmatic-перформанс (Эффективность программатических закупок).

Поток 4. Эффективность:

1. Самая эффективная перформанс-кампания.
2. Самая эффективная кампания в digital-медиа (Самая эффективная кампания в цифровых медиа).
3. Самый эффективный коммуникационный продукт.

Если иное не определил Организатор на Сайте.

1.14. Настоящие Правила являются публичной офертой в соответствии с п. 2. ст. 437 Гражданского кодекса РФ, регламентируют порядок организации и проведения Конкурса.

1.15. Конкурс направлен на достижение общественно полезных целей: раскрытие, поддержку и поощрение творческих способностей Участников и создание условий для реализации их творческого потенциала, а также на поддержание интереса клиентов к услугам Организатора. Конкурс не является

лотерей (в соответствии с ФЗ №138-ФЗ от 11.11.2003 г. «О лотереях») или иным мероприятием, основанным на риске, не требует внесения платы за участие и получение Призов.

1.16. Территория проведения Конкурса: Конкурс проводится на территории Российской Федерации.

1.17. Информация об условиях проведения Конкурса размещается:

- на официальном сайте Организатора в сети Интернет по адресу: <https://www.proximastar.ru> (далее — «Сайт»).

2. Порядок проведения Конкурса

2.1. Сроки проведения Конкурса:

2.1.1. Подача Работ (заявок на участие в Конкурсе) — с 00 часов 00 минут 10 февраля 2025 года до 23 часов 59 минут 30 июня 2025 года по московскому времени.

2.1.2. Первый этап — онлайн-голосование Жюри, которое проводится Организатором в период с 15 августа 2025 года и не позднее чем 30 августа 2025 года (обе даты включительно) в сети Интернет.

2.1.3. Второй этап — голосование Жюри, которое проводится Организатором не позднее 30 сентября 2025 года после Первого этапа в соответствии с условиями настоящих Правил.

2.1.4. Определение Лауреатов — 27 октября 2025 года.

Срок вручения наград Лауреатам — 27 октября 2025 года в соответствии с Положением.

2.2. Для участия в Конкурсе, получения статуса Участника юридическим лицам необходимо:

- быть клиентами ООО «А.А.И.»;

- создать и реализовать рекламную кампанию Клиента в 2024 году (Работа);

- подать Заявку на участие в Конкурсе на Сайте и заполнить все требуемые поля анкеты (далее — «Анкета»), а также прикрепить к ней минимум 2 (два) документа: текстовое описание проекта по форме, а также презентация (ppt/пдф) и/или презентационное видео о проекте, рассказывающее о бизнес-задачах, стоящих перед исполнителями, способах и вариантах решения, выбранном решении, его исполнении и результатах проекта.

2.3. В случае соответствия Участника Конкурса и Работы условиям Конкурса, а также при условии надлежащего заполнения всех обязательных полей Заявки и прохождении модерации Оргкомитетом юридическое лицо получает статус Участника Конкурса.

2.4. Участник, направляя в Анкете материалы для участия в Конкурсе, подтверждает, что обладает всеми необходимыми правами и разрешениями в отношении предоставляемых материалов в Работе, а также что у Участника не существует никаких обязательств перед третьими лицами (в том числе перед авторами / иными правообладателями), препятствующих подаче Заявки и/или публикации информации о Заявке на Сайте Организатора.

2.5. Участник обязуется при предоставлении Организатору Работы, содержащей в себе объекты авторских прав, в том числе принадлежащих третьим лицам, не нарушать интеллектуальные права третьих лиц, при этом Участник обязуется самостоятельно и за свой счет заключить с соответствующими правообладателями договоры об использовании указанных объектов и/или получить письменные согласия на использование указанных объектов в Заявке и на Сайте Организатора до даты подачи Работы.

2.6. Участник обязуется оградить Организатора от любых претензий со стороны третьих лиц о правомерности использования последним Конкурсных Работ, а при возникновении — разрешить их самостоятельно и/или полностью возместить убытки, понесенные Организатором в связи с такими претензиями.

2.7. Организатор Конкурса оставляет за собой право в любое время изменить условия правил Конкурса.

2.8. Организатор Конкурса имеет право отклонить заявку на участие в Конкурсе в случае ее несоответствия условиям Конкурса без объяснения причин.

2.9. Для участия в Конкурсе не требуется внесения каких-либо денежных взносов.

3. Этапы проведения Конкурса, порядок голосования и оценка Работ.

3.1. Первый этап: онлайн-голосование.

Оценка Работ осуществляется Жюри на основании методики оценки, описанной в Положении о премии.

Для оценки Конкурсных Работ в каждой номинации Организационным комитетом назначаются представители компаний с релевантной экспертизой: коммуникации, перформанс, продакшен и т. д. При подаче Заявки на участие в Жюри кандидат выбирает из списка компетенций пять ключевых, сильнее всего у него развитых. На основании этих компетенций член Жюри включается Оргкомитетом в соответствующие рабочие группы по 25 человек для оценки Конкурсных Работ в рамках первого этапа.

Для оценки Конкурсных Работ в первом этапе Общее Жюри пользуется балльной системой, а именно:

Общее Жюри выбирает шорт-лист для следующего этапа путем онлайн-голосования, проставляя каждой работе от -3 до +6 баллов, принимая во внимание общее впечатление от Работы. Взвешенность оценки обеспечивается количеством голосующих — не менее 25 человек. Каждый эксперт оценивает не менее двух номинаций.

Работа считается перешедшей во Второй этап при получении средней оценки выше 3.

Если средняя оценка ниже у всех проектов номинации, то вся номинация не проходит на следующий этап голосования.

Критерии оценивания:

«Да» 6 — Новый стандарт индустрии 5 — Великолепный пример 4 — Отличная работа 3 — Хорошо выполненная работа 2 — Проект достоин внимания	«Нет» 1 — Средний уровень 0 — Клише -1 — Неконкурентоспособно -2 — Наносит ущерб бренду -3 — Опасно для повторения
---	--

3.2. Второй этап: офлайн.

Работы в каждой номинации оцениваются четырьмя группами Гранд-жюри по 15 человек. Группа членов Гранд-жюри постоянная, номинации для каждой группы и состав самих групп назначаются Организационным комитетом.

Каждая Конкурсная Работа оценивается Гранд-жюри по шкале от -3 до +6 (как на первом уровне), но не в целом, а по четырем критериям.

Критерии:

Стратегия	Идея	Реализация	Результат
Понимание задачи, а также ее актуальность в контексте рынка/аудитории/бизнеса, проработанность и понимание инсайта	Формулировка идеи и глубина ее проработки, а также ответ на инсайт/проблему.	Уровень реализации, качество использования конкретных инструментов.	Эффективность предложенного решения для достижения поставленной задачи.

Каждая Конкурсная Работа, таким образом, набирает сумму баллов по каждому из четырех критериев. Максимальная сумма баллов по одному критерию — 90 баллов.

Для каждого критерия присваивается «вес» (значимость для номинации), у каждой номинации вес критериев уникальный. Вес критерия равен размеру коэффициента, на который будет умножена сумма баллов Работы, полученных по конкретному критерию.

Сумма всех коэффициентов равна единице (100%). Вес критериев (коэффициентов) неизвестен жюри на момент голосования, что позволяет избежать подтасовки результатов.

После применения коэффициентов к сумме баллов, набранных по конкретному Критерию, суммы баллов по всем Критериям суммируются.

3.3. Определение Лауреатов

- **На золотую награду** могут претендовать Работы, набравшие в общем 45 и более баллов (50%+ от возможного). Если ни один проект не получил 45+ баллов, награда не присуждается. Награда присуждается Участнику, набравшему максимальное количество баллов из всех Участников.

Количество золотых наград — 1 штука в соответствующей Номинации.

- **На серебряную награду** могут претендовать проекты, набравшие 30 баллов и более (30% от возможного). Если ни один проект не получил 30+ баллов, награда не присуждается. Награда присуждается Участникам, набравшим максимальное количество баллов из всех Участников, но не получившим золотую награду.

Количество серебряных наград — до 2 штук в соответствующей Номинации. Решение о присуждении второй награды принимает Председатель Премии.

- **На бронзовую награду** могут претендовать проекты, набравшие 15 баллов и более. Если ни один проект не получил 15+ баллов, награда не присуждается. Награда присуждается Участникам, набравшим максимальное количество баллов из всех Участников, но не получившим золотую награду и серебряную награду.

Количество бронзовых наград — до 3 штук, в соответствующей Номинации.

Решение о присуждении второй и третьей награды принимает Председатель Премии.

3.4. Если разница между суммами баллов Работ меньше или равна 1%, определение лауреатов осуществляется Председателем Премии.

3.5. Председатель Премии оценивает Работы по той же методике, что и Гранд Жюри. Результаты его голосования суммируются с результатами голосования жюри.

3.6. Если разница между оценками Работ больше 1%, лауреатом становится проект с большим количеством баллов.

3.7. Результаты каждого этапа Конкурса отражаются в протоколе подсчета голосов. Протокол подписывается Организатором.

3.8. Результаты, установленные в протоколе, являются тайной и не подлежат разглашению до проведения Церемонии награждения победителей.

4. Права и обязанности Участников, Жюри и Организатора Конкурса.

4.1. Права Участника Конкурса:

4.1.1. Принимать участие в Конкурсе в порядке, определенном настоящими правилами.

4.1.2. Получать информацию об изменениях в правилах Конкурса.

4.2. Обязанности Участников Конкурса:

4.2.1. Ознакомиться с настоящими правилами. Выполнять все действия, связанные с участием в Конкурсе, в порядке, на условиях, в месте и сроки, установленные настоящими правилами. Участие в Конкурсе подтверждает полное согласие соответствующего Участника с условиями настоящих Правил.

4.2.2. Предоставлять Организатору Конкурса достоверные данные в Заявке и Работе, без искажения или сокрытия каких-либо фактов.

4.2.3. Нести полную ответственность за содержание и оформление Работ.

4.2.4. Указать в форме подачи заявки всех участников реализации рекламного проекта вместе с контактными данными (номер телефона и e-mail — электронная почта), которыми могут являться: второе основное агентство и/или все соисполнители. В противном случае работа снимается с конкурса.

4.2.5. Указать при подаче заявки информацию о том, что проект не является авторским (адаптации или т. п.). В случае отсутствия такой отметки и выявления этой особенности в последующем работа может быть снята с обсуждения на любом этапе конкурса. Любой участник Конкурса / третье лицо может подать жалобу в Организационный Комитет о том, что работа является адаптацией и/или авторство принадлежит другому агентству. Решение о снятии работы с обсуждения принимает Председатель Премии (в сложных случаях по согласованию с Экспертным Советом).

4.3. Обязанности Организатора:

4.3.1. Провести Конкурс в соответствии с настоящими правилами.

4.4. Права Организатора:

4.4.1. Организатор Конкурса пользуется всеми правами, предусмотренными настоящими правилами и действующим законодательством РФ.

4.4.2. Организатор вправе в любой момент изменить условия настоящих правил, а также досрочно прекратить или приостановить проведение Конкурса. В этом случае Организатор обязуется опубликовать данное решение на Сайте.

4.5. Права Жюри Конкурса:

4.5.1. Получать информацию об изменениях в правилах Конкурса.

4.6. Обязанности Жюри Конкурса:

4.6.1. Участвовать в голосовании на Первом и Втором этапах Конкурса в порядке, определенном настоящими правилами.

4.6.2. Быть непредвзятым в оценке Работ Участников.

4.7. Организатор, Участник, Жюри освобождаются от ответственности за невыполнение или ненадлежащее выполнение своих обязательств, если такое невыполнение явилось результатом действия обстоятельств непреодолимой силы (форс-мажор) в том числе: войны, революции, бунта, террористического акта, действий и решений официальных органов и других подобных обстоятельств.

4.8. Организатор не несет ответственности за технические сбои, в том числе за задержки электронных сообщений, а также за любые иные технические сбои интернет-провайдеров, предоставляющих услуги связи Участникам Конкурса, а также за технические неполадки на Сайте, в случае если они возникли не по вине Организатора.

5. Согласие на обработку персональных данных.

5.1. Принимая условия настоящих Правил, Участник дает свое согласие на хранение, обработку и использование Организатором принадлежащих представителю Участника персональных данных, используемых Организатором в рамках организации Премии, в соответствии с Федеральным Законом от 27.07.2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных», с использованием средств автоматизации или без использования таких средств с целью ведения информационного учета в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации.

Данное согласие действует в течение 3 (трех) лет с даты проведения Конкурса и может быть отозвано представителем Участника в любой момент путем обращения в адрес Организатора.

Перечень персональных данных, на обработку которых дается согласие Участником:

- ФИО,
- компания,
- должность,
- электронная почта.

Перечень действий с персональными данными представителя Участника, на совершение которых представитель Участника дает свое согласие Организатору, и общее описание используемых Организатором способов обработки:

- Получение персональных данных у субъекта персональных данных.
- Хранение персональных данных (в электронном виде и на бумажном носителе).
- Уточнение (обновление, изменение) персональных данных.

5.2. Представитель Участника, совершая действия, направленные на участие в Премии, дает свое согласие на обработку Организатором своих персональных данных в соответствии с согласиями на обработку персональных данных, доступных на Сайте.

5.3. Представители Участника для участия в Премии передают Организатору свои персональные данные (фамилию, имя, отчество; пол, фотоизображение; должность, название компании, фотографию) для размещения таких данных на Сайте в соответствии с Согласием на распространение персональных данных неопределенному кругу лиц, доступным на Сайте.

5.4. Участник обязуется получить предварительное письменное согласие от всех физических лиц, указанных в Заявке (сотрудников Участника, сотрудников Клиентов, сотрудников третьих лиц) на передачу их персональных данных Организатору и размещении их на Сайте.

5.5. Обработка персональных данных, указанных в п. 5.1.–5.3. Правил, необходима для проведения Конкурса. Участие в Конкурсе без предоставления указанных персональных данных невозможно.

6. Заключительные положения.

6.1. Информирование о проведении Конкурса и его условиях производится посредством размещения настоящих правил на Сайте.

- 6.2.** Решения Организатора Конкурса по всем вопросам, связанным с проведением Конкурса, являются окончательными и не подлежащими пересмотру или оспариванию Участниками.
- 6.3.** Организатор Конкурса оставляет за собой право размещать дополнительную информацию о Конкурсе в период проведения Конкурса и после завершения Конкурса.
- 6.4.** Организатор Конкурса оставляет за собой право вступать в письменные переговоры либо иные контакты с Участниками Конкурса.
- 6.5.** Принимая участие в Конкурсе, Участник и член Жюри предоставляет Организатору свое согласие на получение сообщений от Организатора.
- 6.6.** Факт участия Участника в Конкурсе означает полное согласие данного Участника с условиями правил Конкурса.
- 6.7.** Заполняя форму для участия в Премии, Участник предоставляет Организатору на весь срок проведения Премии неисключительное право (неисключительную лицензию) на использование произведений без выплаты вознаграждения на территории всех стран мира следующими способами:
- воспроизведение произведения / записи исполнения, то есть изготовление одного и более экземпляра произведения / записи исполнения в любой материальной форме без ограничения тиража, в том числе в форме звуко- или видеозаписи, на любых видах носителей любых форматов, в том числе запись на электронных носителях, в память ЭВМ и других технических устройств;
 - распространение произведения / записи исполнения путем продажи или иного отчуждения его оригинала и/или экземпляров;
 - публичный показ произведения, то есть любая демонстрация оригинала или экземпляра произведения непосредственно либо на экране с помощью пленки, диапозитива, телевизионного кадра или иных технических средств, а также демонстрация отдельных фрагментов/частей Произведения без соблюдения их последовательности непосредственно либо с помощью технических средств в месте, открытом для свободного посещения, или в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, независимо от того, воспринимается произведение в месте его демонстрации или в другом месте одновременно с демонстрацией произведения;
 - публичное исполнение произведения / записи исполнения, то есть представление произведения / записи исполнения в живом исполнении или с помощью технических средств, а также показ произведения в месте, открытом для свободного посещения, или в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, независимо от того, воспринимается произведение / запись исполнения в месте его представления, сообщения или показа либо в другом месте одновременно с представлением, сообщением или показом произведения / записи исполнения;
 - сообщение в эфир, то есть сообщение произведения/исполнения / записи исполнения для всеобщего сведения по радио или телевидению, за исключением сообщения по кабелю. При этом под сообщением понимается любое действие, посредством которого произведение/исполнение становится доступным для слухового и (или) зрительного восприятия независимо от его фактического восприятия публикой. При сообщении произведений/исполнений в эфир через спутник под сообщением в эфир понимается прием сигналов с наземной станции на спутник и передача сигналов со спутника, посредством которых произведение/исполнение может быть доведено до всеобщего сведения независимо от его фактического приема публикой. Сообщение кодированных сигналов признается сообщением в эфир, если средства декодирования предоставляются неограниченному кругу лиц организацией эфирного вещания или с ее согласия;
 - сообщение по кабелю, то есть сообщение произведения / исполнения / записи исполнения для всеобщего сведения по радио или телевидению с помощью кабеля, провода, оптического волокна или аналогичных средств. Сообщение кодированных сигналов признается сообщением по кабелю, если средства декодирования предоставляются неограниченному кругу лиц организацией кабельного вещания или с ее согласия;
 - ретрансляция, то есть прием и одновременное сообщение в эфир (в том числе через спутник) или по кабелю полной и неизменной радио- или телепередачи либо ее существенной части, сообщаемой в эфир или по кабелю организацией эфирного или кабельного вещания;
 - доведение произведения / исполнения / записи исполнения до всеобщего сведения таким образом, что любое лицо может получить доступ к произведению/исполнению из любого места и в любое время по собственному выбору (доведение до всеобщего сведения);

- переработка произведения, при этом под переработкой произведения понимается создание производного произведения (обработки, экранизации, аранжировки, инсценировки и тому подобного);

- использование произведения совместно с другими объектами авторских и/или смежных прав и/или совместно с иными объектами, в том числе в сопровождении слов, музыки, изображения, а также использование отдельно музыки и текста музыкального произведения с текстом;

- использование произведения и/или его частей путем включения в состав сложных объектов и/или составных произведений, дальнейшее использование в составе сложных объектов и/или составных произведений всеми способами, предусмотренными Гражданским кодексом Российской Федерации, а также иными способами, не запрещенными законодательством Российской Федерации.

6.8. Организатор вправе использовать РИД при демонстрации Организатором положительных результатов своей деятельности в целях рекламы собственных творческих и производственных возможностей в любых самопрезентациях, в том числе размещать РИД в своем персональном портфолио (презентации), выполненном на любом бумажном/электронном носителе, а также и в портфолио (презентации), размещенном на собственном интернет-сайте / ресурсе не для коммерческого использования, и иными способами, предназначенными для неопределенного круга лиц, без получения дополнительного письменного разрешения/согласия Участника, без ограничений по сроку и использованию такого права.

6.9. Организатор оставляет за собой право сохранения на Сайте логотипов (товарных знаков) Участников Конкурса и после окончания проведения Конкурса с целью информационного освещения участия Участника в Конкурсе. При этом Участник может направить на официальный электронный адрес hello@proximastar.ru письмо об удалении принадлежащего ему логотипа или товарного знака с Сайта, и такие логотипы или товарные знаки будут удалены по первому обращению Участника.

6.10. Термины, употребляемые в настоящих правилах, относятся исключительно к настоящему Конкурсу.

6.11. Конкурс, настоящие правила Конкурса, а также любая деятельность, связанная с Конкурсом, регулируются законодательством РФ. Организатор Конкурса вправе в любое время вносить изменения в настоящие правила Конкурса при условии информирования на Сайте.

6.12. Все спорные вопросы, касающиеся настоящего Конкурса, регулируются действующим законодательством РФ.