



Η Ενότητα αφορά στην παραγωγή πρωτότυπου περιεχομένου από ένα brand ή στην οργανική ένταξή του μέσα σε αυτό. Οι διαγωνιζόμενες εταιρίες πρέπει να δείξουν πως παρήγαγαν, ανεξάρτητα ή σε συνεργασία με παραγωγούς περιεχομένου, περιεχόμενο με στόχο την ψυχαγωγία και εμπλοκή του κοινού. Αυτό μπορεί να είναι είτε φτιαγμένο για λογαριασμό ενός brand είτε να το εντάσσει οργανικά σε προϋπάρχον format, σε συνεργασία με εκδότες, κανάλια και μέσα.

Μια σειρά από κριτήρια θα ληφθούν υπόψη κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης των έργων, σταθμισμένα με τον παρακάτω τρόπο: **Ιδέα: 40%** - **Στρατηγική: 20%** - **Υλοποίηση: 20%** - **Αποτελέσματα: 20%**.

Entertainment	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>Fiction up to 5 minutes Πρωτότυπες ταινίες μυθοπλασίας, με διάρκεια λιγότερη των 5 λεπτών, στον κινηματογράφο, την τηλεόραση ή online, που έχουν παραχθεί για λογαριασμό ενός brand και προάγουν το ίδιο ή τις αξίες του.</p> <p><u>Οι σειρές και τα επεισόδια διαγωνίζονται ως μια συμμετοχή και ως διάρκεια του έργου νοείται η συνολική διάρκεια του παραχθέντος περιεχομένου.</u></p>	<p>Υποχρεωτικά:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Key Visual jpeg 516x516 px RGB • Παρουσίαση Συμμετοχής (συμπληρωμένο word template) • Τα film που διαγωνίζονται στις ομάδες Fiction και Non Fiction, θα πρέπει να σταλούν και ολόκληρα, όπως βγήκαν στον αέρα, είτε σε αρχείο mp4, είτε σε Link στο youtube ενσωματωμένο μέσα στο word template. • Η μουσική που διαγωνίζεται στην ομάδα «Use or Integration of Music», θα πρέπει να σταλεί και ξεχωριστά, είτε σε αρχείο mp3, είτε σε Link στο youtube ενσωματωμένο μέσα στο word template. <p>Προαιρετικά:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case Study Video μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών <p>Προδιαγραφές video (maximum) Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s</p> <p><i>*Προσοχή: Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.</i></p>
<p>Non Fiction up to 5 minutes Πρωτότυπα ντοκιμαντέρ, εκπομπές και ταινίες, με διάρκεια λιγότερη των 5 λεπτών, στον κινηματογράφο, την τηλεόραση ή online, που απεικονίζουν πραγματικά γεγονότα με τρόπο ρεαλιστικό και έχουν παραχθεί για λογαριασμό ενός brand και προάγουν το ίδιο ή τις αξίες του.</p> <p><u>Οι σειρές και τα επεισόδια διαγωνίζονται ως μια συμμετοχή και ως διάρκεια του έργου νοείται η συνολική διάρκεια του παραχθέντος περιεχομένου.</u></p>	
<p>Fiction Over 5 minutes Πρωτότυπες ταινίες μυθοπλασίας, με διάρκεια μεγαλύτερη των 5 λεπτών, στον κινηματογράφο, την τηλεόραση ή online, που έχουν παραχθεί για λογαριασμό ενός brand και προάγουν το ίδιο ή τις αξίες του.</p> <p><u>Οι σειρές και τα επεισόδια διαγωνίζονται ως μια συμμετοχή και ως διάρκεια του έργου νοείται η συνολική διάρκεια του παραχθέντος περιεχομένου.</u></p>	
<p>Non Fiction Over 5 minutes Πρωτότυπα ντοκιμαντέρ, εκπομπές και ταινίες, με διάρκεια μεγαλύτερη των 5 λεπτών, στον κινηματογράφο, την τηλεόραση ή online, που απεικονίζουν πραγματικά γεγονότα με τρόπο ρεαλιστικό και έχουν παραχθεί για λογαριασμό ενός brand και προάγουν το ίδιο ή τις αξίες του.</p> <p><u>Οι σειρές και τα επεισόδια διαγωνίζονται ως μια συμμετοχή και ως διάρκεια του έργου νοείται η συνολική διάρκεια του παραχθέντος περιεχομένου.</u></p>	
<p>Brand Integration into Existing Program Οργανική ένταξη ενός brand σε υπάρχον πρόγραμμα, σειρά, ταινία ή video, στον κινηματογράφο, στην τηλεόραση, online ή στο ραδιόφωνο, με τρόπο που δίνει ρόλο και περιεχόμενο στη μάρκα στο πλαίσιο της υφιστάμενης ιστορίας του προγράμματος.</p> <p><u>Έργα που αφορούν product placement, προτείνεται να κατατεθούν στην Ενότητα Media.</u></p>	
<p>Use or Integration of Music Δημιουργία, χρήση ή integration μουσικού περιεχομένου, μουσικού προγράμματος ή τραγουδιού</p>	
<p>Use or Integration of Printed Content Δημιουργία, χρήση ή integration έντυπου περιεχομένου, βιβλίων, περιοδικών, εφημερίδων ή άλλων εκδόσεων, ανεξάρτητα από το format (offline ή online)</p>	



Brand Experience	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>Live Brand Experience Δημιουργία πρωτότυπων live ενεργειών ή events ή installations που έχουν στόχο τη δημιουργία εμπειριών για το κοινό, που σχετίζονται με το brand, τις αξίες ή και τη στρατηγική επικοινωνίας του.</p>	<p>Υποχρεωτικά:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Key Visual jpeg 516x516 px RGB • Παρουσίαση Συμμετοχής (συμπληρωμένο word template)
<p>Digital & Mobile Experience Δημιουργία πρωτότυπων digital ενεργειών στο online, mobile, social media περιβάλλον που επιτρέπουν σε ένα brand να δημιουργήσει engagement με το κοινό μεγιστοποιώντας τη μετάδοση μηνυμάτων και την εμπλοκή του με αυτό, με τρόπο που ενισχύει τις αξίες του brand.</p>	<p>Προαιρετικά:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case Study Video μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών <p><u>Προδιαγραφές video (maximum)</u> Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s</p> <p><i>*Προσοχή: Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.</i></p>

Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept Έργα Δ. Concept δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής σε άλλη κατηγορία / ομάδα.	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>Η κατηγορία περιλαμβάνει έργα που προσαρμόζουν ή εξελίσσουν ένα διεθνές concept. Ως «διεθνές concept» ορίζεται η κυρίαρχη δημιουργική ιδέα που χρησιμοποιεί μια μάρκα σε περισσότερες από μια χώρες και η οποία έχει αποτελέσει τον κορμό μιας νέας εφαρμογής/προσαρμογής/εξέλιξής της, που έχει αναπτυχθεί στην Ελλάδα. Δεν θεωρείται διεθνές concept μια διεθνής στρατηγική κατεύθυνση, όπως για παράδειγμα ένα slogan.</p> <p>Η υποβάλλουσα εταιρία θα πρέπει απαραίτητα να καταθέτει υλικό από το εξωτερικό προκειμένου να είναι εμφανής η διαφοροποίηση της ελληνικής εκδοχής.</p>	<p>Υποχρεωτικά:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Key Visual jpeg 516x516 px RGB • Παρουσίαση Συμμετοχής (συμπληρωμένο word template) <p>Προαιρετικά:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case Study Video μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών <p><u>Προδιαγραφές video (maximum)</u> Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s</p> <p><i>*Προσοχή: Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.</i></p>

Σε κανένα σημείο της έκθεσης ή του video δεν πρέπει να αναφέρεται το όνομα της υποβάλλουσας ή της διαγωνιζόμενης εταιρίας.

Η Οργανωτική Επιτροπή Ermis Awards διατηρεί το δικαίωμα, μετά την υποβολή συμμετοχών, να συγχωνεύσει ή / και να δημιουργήσει νέες ομάδες. Η κριτική επιτροπή έχει το δικαίωμα, μετάταξης των έργων που δεν υποβλήθηκαν στη σωστή Κατηγορία / Ομάδα, καθώς και τη δυνατότητα να ζητήσει από τους συμμετέχοντες διευκρινίσεις αναφορικά με τις συμμετοχές.



Τρόπος Υποβολής Έργων

Η υποβολή συμμετοχής γίνεται online μέσα από το site www.ermisawards.gr.

ΒΗΜΑ 1	Συμπλήρωση στοιχείων συμμετοχής	ONLINE
ΒΗΜΑ 2	Upload υποστηρικτικού υλικού	
ΒΗΜΑ 3	Οριστικοποίηση συμμετοχής/χών	
ΒΗΜΑ 4	Υπογραφή της Συγκεντρωτικής Κατάστασης (όπως αυτή <u>εκτυπώνεται</u> από το site) και αποστολή στα γραφεία της ΕΔΕΕ	ΕΔΕΕ Υπερείδου 7, 105 58 Αθήνα, υπόψη Γραμματείας Ermis Awards
ΒΗΜΑ 5	Εξόφληση τελών συμμετοχής	Με επιταγή ημέρας, μετρητά, ή κατάθεση στο λογαριασμό της ΕΔΕΕ

Τέλη Συμμετοχής

Για την Ενότητα Ermis Branded Entertainment & Content, το τέλος συμμετοχής ορίζεται σε **€250 συν ΦΠΑ**.

Η εξόφληση των τελών συμμετοχής γίνεται με επιταγή ημέρας, μετρητά, ή κατάθεση στο λογαριασμό της ΕΔΕΕ.

ALPHA BANK | 120-00-2320-000958
IBAN: GR 63 0140 1200 1200 0232 0000 958

Κλίμακες Εκπτώσεων

Στην Ενότητα Ermis Branded Entertainment & Content για συμμετοχές συνολικής καθαρής αξίας, προ ΦΠΑ:

- μεταξύ €1.001 και €3.000 παρέχεται έκπτωση 5%
- μεταξύ €3.001 και €5.000 έκπτωση 10%
- και από €5.001 και πάνω, έκπτωση 15%

Οι εκπτώσεις ισχύουν μόνο για τα μέλη της ΕΔΕΕ.

Προσοχή

- Η κατάθεση θα πρέπει να αναγράφει την επωνυμία της εταιρίας στην οποία θα εκδοθεί το αντίστοιχο τιμολόγιο.
- Μετά τη λήξη της προθεσμίας υποβολής συμμετοχών, σε οποιαδήποτε ακύρωση συμμετοχής για λόγους μη τήρησης των όρων του Κανονισμού, το τέλος συμμετοχής παρακρατείται και δεν επιστρέφεται.

Σύστημα Αξιολόγησης Έργων

Στην ενότητα Ermis Branded Entertainment & Content οι συμμετοχές θα αξιολογηθούν βάσει του πόσο πρωτότυπα κατάφεραν να δημιουργήσουν ψυχαγωγικό περιεχόμενο σε διαφορετικά μέσα και κανάλια, με τρόπο που έκανε τη μάρκα να ξεχωρίσει, να εμπλέξει το κοινό, να δημιουργήσει pop κουλτούρα, να πάει ενάντια στο clutter ψυχαγωγίας τραβώντας την προσοχή του κόσμου με νέο τρόπο.

Θα διακριθούν οι συμμετοχές που κατάφεραν με δημιουργικό τρόπο να αξιοποιήσουν είτε ένα μόνο μέσο (π.χ. online video), είτε συνδυασμό από διάφορες πλατφόρμες και κανάλια (ραδιόφωνο, τηλεόραση, social media, mobile, events κλπ) με στόχο να διαδοθεί το περιεχόμενο στο κοινό.

Επιτροπές

Live Κριτική Επιτροπή

Τουλάχιστον 11 μέλη με απαρτία τα 9 μέλη

Online Κριτική Επιτροπή

Τουλάχιστον 30 κριτές θα βαθμολογήσουν online τα Finalists της ενότητας.

Επιτροπή Ενστάσεων

Για την Ενότητα Ermis Branded Entertainment & Content, 7μελής Επιτροπή Ενστάσεων με απαρτία 5 μέλη, αποτελούμενη από 1 μέλος της Οργανωτικής Επιτροπής των Ermis Awards και 6 επαγγελματίες του ευρύτερου χώρου της Επικοινωνίας εντός ή εκτός ΕΔΕΕ.

Στάδια Κρίσης & Βαθμολόγηση

Η διαδικασία αξιολόγησης έχει τέσσερα στάδια κρίσης:

Πρώτο Στάδιο Κρίσης:

Αναδεικνύονται τα **Ermis Finalist**, δηλαδή όσα από τα αρχικά υποβληθέντα έργα συγκέντρωσαν περισσότερες από 50% θετικές ψήφους (NAI). Ως μέγιστο ποσοστό των Ermis Finalist ορίζεται το 33% των αρχικών συμμετοχών της κάθε ενότητας.

Δεύτερο Στάδιο Κρίσης:

Ανακηρύσσονται τα βραβεία **Ermis Bronze**, **Ermis Silver** και **Ermis Gold** από το σύνολο των Ermis Finalist, μέσω των εξής κριτικών επιτροπών:

1. Live Κριτική Επιτροπή

Τα μέλη της live κριτικής επιτροπής, η οποία συνεδριάζει, με φανερή ψηφοφορία, δηλώνουν για το κάθε έργο αν θεωρούν ότι αξίζει να βραβευθεί με Gold, Silver, Bronze ή θα παραμείνει με τη διάκριση Finalist. Η ψήφος της κριτικής επιτροπής θα αποτελεί το 70% της τελικής βαθμολογίας του κάθε έργου.

2. Online Κριτική Επιτροπή

Τα μέλη της online κριτικής επιτροπής, ψηφίζουν μέσω ηλεκτρονικής πλατφόρμας και επιλέγουν για το κάθε έργο, αν θεωρούν ότι αξίζει να βραβευτεί με Gold, Silver ή Bronze ή θα παραμείνει με τη διάκριση Finalist. Η

ψήφος της online επιτροπής θα αποτελεί το 30% της τελικής βαθμολογίας του κάθε έργου. Για να προσμετρηθεί στην τελική ψήφο μιας συμμετοχής η ψήφος της Online Κριτικής Επιτροπής, θα πρέπει να την έχουν ψηφίσει τουλάχιστον 15 κριτές.

Οι ψήφοι θα δημοσιοποιηθούν για κάθε κριτή ονομαστικά και για τις δύο επιτροπές, μετά το πέρας της διοργάνωσης.

Τρίτο Στάδιο Κρίσης:

Η Live Κριτική Επιτροπή επιλέγει αν θέλει να απονείμει βραβείο Grand Ermis. Το Grand Ermis ανακηρύσσεται μεταξύ των έργων που βραβεύτηκαν με Ermis Gold. Εξαιρούνται όσες συμμετοχές έλαβαν Ermis Gold και αφορούν κοινωνικά μηνύματα, καθώς και οι συμμετοχές που έλαβαν Ermis Gold στην Κατηγορία «Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept».

Τέταρτο Στάδιο της διαδικασίας:

Ανακηρύσσεται η διάκριση Client of the Year.