

Η Ενότητα περιλαμβάνει προγράμματα δημιουργικής χρήσης των μέσων, παραδοσιακών και μη. Μια σειρά από κριτήρια θα ληφθούν υπόψη κατά τη διάρκεια της συνεδρίασης της επιτροπής και θα σταθμιστούν με τον παρακάτω τρόπο: **Ιδέα 30%, Στρατηγική 20%, Υλοποίηση 20%, Αποτελέσματα 30%**.

Κατηγορίες

Τηλεόραση	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>Στην κατηγορία αυτή διαγωνίζονται προγράμματα για προβολή προϊόντων, υπηρεσιών ή εταιριών τα οποία, τηρώντας το ισχύον νομικό πλαίσιο, που έχουν αξιοποιήσει δημιουργικά την τηλεόραση.</p>	<p><u>Υποχρεωτικά:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Key Visual jpeg 516x516 px RGB • Παρουσίαση Συμμετοχής (συμπληρωμένο word template) <p><u>Προαιρετικά:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Case Study Video μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών <p><u>Προδιαγραφές video (maximum)</u> Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC</p>
Έντυπα Μέσα	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>Στην κατηγορία αυτή διαγωνίζονται έργα που κάνουν δημιουργική χρήση των έντυπων μέσων, εφημερίδων ή περιοδικών.</p>	<p><u>Υποχρεωτικά:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Key Visual jpeg 516x516 px RGB • Παρουσίαση Συμμετοχής (συμπληρωμένο word template) <p><u>Προαιρετικά:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Case Study Video μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών <p><u>Προδιαγραφές video (maximum)</u> Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC</p>

Υπαίθρια Διαφήμιση	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>Στην κατηγορία αυτή διαγωνίζονται έργα που κάνουν δημιουργική χρήση των παραδοσιακών υπαίθριων μέσων διαφήμισης. Ενδεικτικά: στάσεις, πύργοι, μετρό, οχήματα</p>	<p><u>Υποχρεωτικά:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Key Visual jpeg 516x516 px RGB • Παρουσίαση Συμμετοχής (συμπληρωμένο word template) <p><u>Προαιρετικά:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Case Study Video μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών <p><u>Προδιαγραφές video (maximum)</u> Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC</p>
Ραδιόφωνο	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>Στην κατηγορία αυτή διαγωνίζονται έργα που έχουν αξιοποιήσει δημιουργικά το ραδιόφωνο.</p>	<p><u>Υποχρεωτικά:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Key Visual jpeg 516x516 px RGB • Παρουσίαση Συμμετοχής (συμπληρωμένο word template) <p><u>Προαιρετικά:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ραδιοφωνικό μήνυμα (mp3) ή • Case Study Video μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών <p><u>Προδιαγραφές video (maximum)</u> Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC</p>
Digital Platforms	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>Στην κατηγορία αυτή διαγωνίζονται καμπάνιες media που έχουν αξιοποιήσει δημιουργικά κάθε είδος ψηφιακής πλατφόρμας. Ενδεικτικά περιλαμβάνει: websites, microsities, games, search engines, banner ads, social media, instant messaging.</p>	<p><u>Υποχρεωτικά:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Key Visual jpeg 516x516 px RGB • Παρουσίαση Συμμετοχής (συμπληρωμένο word template) <p><u>Προαιρετικά:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Case Study Video μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών <p><u>Προδιαγραφές video (maximum)</u> Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC</p>

Data & Analytics	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>Τα έργα που διαγωνίζονται στη συγκεκριμένη κατηγορία θα πρέπει να επιδείξουν πώς μια καμπάνια media πέτυχε τους στόχους της μέσα από την πρωτότυπη χρήση, ανάλυση και εφαρμογή business ή customer data.</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 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC</p>
Low Budget	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>Στην κατηγορία αυτή διαγωνίζονται προγράμματα με <u>επένδυση media που δεν ξεπερνάει τα 30.000€</u>. Η ενέργεια που θα υποβληθεί δεν θα πρέπει να αποτελεί μέρος μιας μεγαλύτερης καμπάνιας.</p> <p>Η υποβάλλουσα εταιρία <u>θα πρέπει να συμπεριλάβει στην έκθεση τον τελικό οικονομικό απολογισμό</u> (και τι αυτός περιλαμβάνει), καθώς και να αναφέρει <u>πιθανές δωρεάν παροχές</u> (π.χ. από χορηγίες).</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 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC</p>
Άλλοι Τρόποι Επικοινωνίας	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>Στην κατηγορία αυτή διαγωνίζονται έργα που χρησιμοποίησαν νέους τρόπους επικοινωνίας κάνοντας δημιουργική χρήση μέσων, που δεν εντάσσονται σε καμία από τις παραπάνω Κατηγορίες.</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 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC</p>

Χρήση Πολλαπλών Μέσων	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>Στην κατηγορία αυτή διαγωνίζονται έργα που κάνουν δημιουργική χρήση σε τουλάχιστον δύο μέσα εκ των:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Τηλεόραση 2. Κινηματογράφος 3. Ραδιόφωνο 4. Έντυπα ΜΜΕ 5. Υπαίθρια διαφήμιση 6. Digital Platforms 7. Μέσα που εντάσσονται στην κατηγορία «Άλλοι Τρόποι Επικοινωνίας» 	<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 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC</p>

Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής έργα που αφορούν στην αυτοδιαφήμιση εταιριών επικοινωνίας.

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

Τηλεόραση	€ 300
Έντυπα Μέσα	
Υπαιθρια Διαφήμιση	
Ραδιόφωνο	
Digital Platforms	
Low Budget	
Data & Analytics	
Άλλοι Τρόποι Επικοινωνίας	
Χρήση Πολλαπλών Μέσων	€ 400

Όλα τα παραπάνω ποσά επιβαρύνονται με ΦΠΑ.

Για τα έργα που συμμετέχουν σε περισσότερες από μία Κατηγορίες, η συμμετοχή στην Κατηγορία «Χρήση Πολλαπλών Μέσων» χρεώνεται κανονικά και ακολούθως υπάρχει προσαύξηση 100% στο τέλος κάθε μεμονωμένης συμμετοχής.

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

Στην Ενότητα Ermis Media για συμμετοχές συνολικής καθαρής αξίας, προ ΦΠΑ:

- μεταξύ €751 και €1200 παρέχεται έκπτωση 5%
- μεταξύ €1201 και €1.500 έκπτωση 10%
- και από €1.501 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.

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 Media, 9μελής Επιτροπή Ενστάσεων με απαρτία 7 μέλη, αποτελούμενη από τον Πρόεδρο της Οργανωτικής Επιτροπής Ermis Awards, 2 μέλη της Οργανωτικής Επιτροπής Ermis Awards και μέλη της Διοικούσας Επιτροπής του Τομέα Διαφήμισης της 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 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 το βραβείο **Grand Ermis** της ενότητας. Το **Grand Ermis** ανακηρύσσεται μεταξύ των έργων που βραβεύτηκαν με **Ermis Gold** στις παραπάνω κατηγορίες. Εξαιρούνται όσες συμμετοχές έλαβαν **Ermis Gold** και αφορούν κοινωνικά μηνύματα.

Τέταρτο Στάδιο της διαδικασίας:

Ανακηρύσσονται οι διακρίσεις **Media Agency of the Year & Client of the Year**.