ΕΝΟΤΗΤΑ
ERMIS AD

Ermis Awards 2026 | Key Dates

On Air Έργων
1 Αυγούστου 2025 έως και 31 Ιουλίου 2026

Υποβολή Συμμετοχών
Η υποβολή θα ολοκληρωθεί στις 1 Οκτωβρίου 2026

Ανακοίνωση Shortlist
18 Δεκεμβρίου 2026

Απονομή Βραβείων
29 Ιανουαρίου 2027

Οδηγίες για την Υποβολή Συμμετοχών

Τα **Ermis Awards είναι για όλους**. Αν έχετε μια καλή δουλειά στην οποία πιστεύετε, μη σας απασχολεί αν είχε μικρό ή μεγάλο budget, αν προέρχεται από μικρή ή μεγάλη εταιρία επικοινωνίας και ποιος είναι ο διαφημιζόμενος. Σημασία έχει η ιδέα, η εκτέλεση και η σωστή υποβολή. Είναι γνωστό ότι στα Ermis Awards έχουν υπάρξει έργα που υποβλήθηκαν μια και μόνη φορά και διακρίθηκαν με Grand Ermis.

Αν έχετε περισσότερες καλές δουλειές, προετοιμαστείτε σωστά, ενημερωθείτε, ιεραρχήστε τις προτεραιότητές σας και οργανώστε το χρόνο σας. Καταλαβαίνουμε ότι κάθε χρόνο στα Ermis Awards συνοδεύετε τα έργα σας με τον κόπο και τις προσδοκίες των ομάδων που τα δημιούργησαν. Δώστε και σε αυτή τη διαδικασία την προσοχή που αξίζει η δουλειά σας. Η εμπειρία δείχνει ότι οι καλές υποβολές φτάνουν πιο εύκολα σε βράβευση.

Πριν ξεκινήσετε να υποβάλετε τις συμμετοχές σας, διαβάστε τα παρακάτω tips.

1. Ξεκινήστε έγκαιρα την προετοιμασία των συμμετοχών

Το χρονικό διάστημα από την έναρξη της υποβολής μέχρι και την λήξη είναι μεγάλο. Μην επαναπαύεστε, όμως, και μην περιμένετε να εξαντληθεί η περιορισμένη δυνατότητα παρατάσεων. Ξεκινήστε την προετοιμασία των συμμετοχών από νωρίς. Πολύ συχνά γίνονται λάθη στην υποβολή εξαιτίας της πίεσης της τελευταίας στιγμής.

Tip
Βάλτε το εσωτερικό deadline σας μια εβδομάδα πριν την καταληκτική ημερομηνία υποβολής – όχι το αντίστροφο

2. Διαβάστε επιμελώς τον Κανονισμό και ακολουθήστε τους κανόνες

Η πλειονότητα των συμμετοχών που ακυρώνονται έχουν δημοσιευτεί εκτός του χρονικού διαστήματος που καλύπτει ο διαγωνισμός ή έχουν υποβληθεί περισσότερες φορές από το επιτρεπόμενο όριο. Δώστε ιδιαίτερη σημασία στους γενικούς όρους διαβάζοντας τον Γενικό Κανονισμό των Ermis Awards αλλά και στους περιορισμούς της κάθε ενότητας/κατηγορίας που μπορείτε να βρείτε στους επιμέρους Κανονισμούς των ενοτήτων.

Tip
Μην κατεβαίνετε αδιάβαστοι - αδικείτε τις συμμετοχές σας

3. Διαλέξτε προσεκτικά την ενότητα/κατηγορία/ομάδα που θα υποβάλετε το έργο σας

Ένα έργο μπορεί να ταιριάζει σε παραπάνω από μια ενότητες/κατηγορίες/ομάδες αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι έχει τις ίδιες πιθανότητες διάκρισης παντού. Συμμετοχές μπορεί να χάσουν μια διάκριση που ενδεχομένως θα είχαν λάβει εάν είχαν υποβληθεί σε ενότητα όπου είναι το δυνατό τους σημείο. Η διοργάνωση προτείνει σε συμμετέχοντες τη μετάταξη των έργων τους μόνο σε εξόφθαλμες περιπτώσεις που το έργο δεν ανήκει καθόλου στην ενότητα που έχει υποβληθεί.

Tip
Βρείτε αντικειμενικά τα δυνατά σημεία του έργου σας και ταιριάξτε τα με την αντίστοιχη περιοχή του διαγωνισμού

4Α. Υποστηρικτικό Υλικό. Μην αδικείτε τις συμμετοχές σας

Κάθε ενότητα έχει τα δικά της ζητούμενα. Διαβάστε τα με προσοχή. Ετοιμάστε το υποστηρικτικό υλικό ειδικά για την ενότητα που υποβάλλετε και φροντίστε να απαντά αυτά τα ζητούμενα. Οι κριτές είναι έμπειρα στελέχη της αγοράς, αλλά καλούνται να αξιολογήσουν τις συμμετοχές σύμφωνα με αυτό που βλέπουν και διαβάζουν και όχι σύμφωνα με αυτό που φαντάζονται, έχουν δει κάπου αλλού ή γνωρίζουν από συζητήσεις.

Tip
Ό,τι δεν αναφέρεται στο υλικό σας είναι για τους κριτές «ως μη γενόμενο». Μην αδικείτε τις συμμετοχές σας.

4Β. Υποστηρικτικό Υλικό. Το Case study video δεν είναι το παν

Δώστε προσοχή στο εξής: Τα case study videos είναι χρήσιμα, γιατί δίνουν στις επιτροπές μια πλούσια εικόνα του έργου. Όμως, δεν είναι πανάκεια για κάθε χρήση. Ειδικά σε περιπτώσεις σύνθετων έργων, τα οποία υποβάλλονται σε περισσότερες από μια κατηγορίες το ίδιο, γενικό case study video - χωρίς επιμέρους επεξεργασία - μπορεί να υπονομεύσει τη συμμετοχή, γιατί οι επιτροπές αναζητούν απαντήσεις στα συγκεκριμένα ζητούμενα της κάθε κατηγορίας. Αν δεν μπορείτε να φτιάξετε tailor made case study video για κάθε κατηγορία, δώστε βάρος στη γραπτή παρουσίαση και επενδύστε στα επιμέρους ζητούμενα. Προσπαθήστε να είστε σαφείς, σύντομοι και συγκεκριμένοι.

Tip
Βεβαιωθείτε ότι έχετε προσαρμόσει την πληροφορία στα κριτήρια της κατηγορίας

5. Μπείτε στη θέση της Κριτικής Επιτροπής

Η κάθε επιτροπή έρχεται αντιμέτωπη με πληθώρα συμμετοχών. Γίνετε ξεκάθαροι, απλοποιήστε τα κείμενα σας και μην γενικολογείτε. Όπου απαιτείται, παρουσιάστε σαφή και μετρήσιμα αποτελέσματα, όπως αυτά συνδέονται με τους στόχους σας και το target group σας.

Tip
Πριν υποβάλετε ένα έργο, δώστε το υποστηρικτικό υλικό σε ένα senior στέλεχος της εταιρίας σας, που δεν έχει συμμετάσχει στη δημιουργία του project και ζητήστε το feedback του/της – μια ανεξάρτητη ματιά βοηθάει.

6. Ενημερωθείτε για τις διαδικασίες αξιολόγησης και τις Κριτικές Επιτροπές

Μέσα στο site της διοργάνωσης, μπορείτε να βρείτε όλες τις αναγκαίες πληροφορίες αναφορικά με τις διαδικασίες του διαγωνισμού και τις Κριτικές Επιτροπές. Διαθέστε λίγο χρόνο και διαβάστε τα, θα σας λυθούν πολλές από τις απορίες που πιθανόν έχετε.

Αν έχετε οποιαδήποτε απορία ή χρειάζεστε υποστήριξη κατά την προετοιμασία των συμμετοχών σας, μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί μας:

210 3246215
a.karmas@edee.gr, m.pritsiola@edee.gr

Καλή Επιτυχία

ENOTHTA
ERMIS AD

Κατηγορίες

Film

TV / Cinema

Περιλαμβάνει διαφημιστικές ταινίες που έχουν δημιουργηθεί για την τηλεόραση και τον κινηματογράφο.

Η κατηγορία αναδεικνύει τη δημιουργικότητα στη μικρή ή τη μεγάλη οθόνη. Τα έργα θα πρέπει να αφηγούνται ένα μοναδικό storytelling για το brand ή το προϊόν, με τρόπο εξαιρετικό.

Το ίδιο έργο μπορεί να υποβληθεί τόσο στις ομάδες του **Online Film** όσο και στις ομάδες του **TV / Cinema** μόνο εφόσον η εκτέλεσή του διαφοροποιείται ουσιαστικά, με τρόπο που ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές, τη χρήση και το περιβάλλον προβολής του κάθε μέσου.

Κυρίαρχα κριτήρια είναι η ιδέα και η εκτέλεση.

Αναλώσιμα Προϊόντα
ποτά αλκοολούχα και μη, γλυκίσματα, σνακς, παγωτά, γάλατα, γιαούρτια, ροφήματα, καφέδες, κάθε μορφής τρόφιμα, καλλυντικά, είδη προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, βιταμινούχα σκευάσματα, αναλγητικά, προφυλακτικά, εντομοαπωθητικά, καθαριστικά, απορρυπαντικά, τροφές ζώων, αναλώσιμα είδη γραφείου, βενζίνες, λιπαντικά, ελαστικά

Διαρκή Αγαθά / Τηλεφωνία
προϊόντα και υπηρεσίες τηλεφωνίας κινητής και σταθερής, τηλέφωνα, internet service providers, τηλεφωνικοί κατάλογοι, μικροσυσκευές, λευκές συσκευές, μαύρες συσκευές, λευκά είδη, έπιπλα σπιτιού και γραφείου, κλιματιστικά, θερμαντικά, δομικά υλικά, υπολογιστές, περιφερειακά, software, εξοπλισμός γραφείου, εργαλεία, μπαταρίες, συστήματα ασφαλείας, ρούχα, υποδήματα, αθλητικά είδη, αυτοκίνητα, δίτροχα, σκάφη, εξωλέμβιες μηχανές, φορτηγά

Τυχερά Παιχνίδια / Πολιτισμός / Αθλητισμός / Μέσα / Δημόσιο / Ενέργεια
λαχεία, τυχερά παιχνίδια, χορηγίες εκδηλώσεων, χορηγίες πολιτισμικών γεγονότων, πολιτισμικές εκδηλώσεις, χορηγίες αθλητικών γεγονότων και αθλητών, αθλητικές εκδηλώσεις και συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, ταχυδρομεία, ΔΕΚΟ, πολιτικά κόμματα

Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες / Τουρισμός / Αναψυχή / Συγκοινωνίες / Άλλα
τράπεζες, τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες, ασφαλιστικές εταιρίες, ασφαλιστικά προϊόντα και υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, leasing, συγχωνεύσεις εταιριών, εισαγωγές στο Χρηματιστήριο, κατάλογοι υπηρεσιών επαγγελματιών, εταιρίες διανομών και μεταφορών, εταιρίες security, αεροδρόμια, υπηρεσίες οδικής βοήθειας, ταξίδια, σχολές, εταιρίες πετρελαιοειδών, συγκοινωνίες

Λιανεμπόριο
Λιανεμπόριο, eCommerce, εστιατόρια, fast food

Εταιρική Επικοινωνία
Μη προϊοντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας

Αυτοδιαφήμιση
Προβολή διαφημιστικών επιχειρήσεων και γενικότερα εταιριών επικοινωνίας

Κοινωνικά Μηνύματα
Κοινωνικά μηνύματα τα οποία υπογράφονται από Μη Κερδοσκοπικούς Φορείς / Ιδρύματα και ΜΚΟ. Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής στη συγκεκριμένη ομάδα, έργα που υπογράφονται από εμπορικά brands / δημόσιο, ανεξάρτητα από το αν έχουν κοινωνικό μήνυμα / σκοπό. Αυτά διαγωνίζονται σε όποια από τις υπόλοιπες ομάδες, ταιριάζουν.

Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)
Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας και να έχουν παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών όπως αυτός ορίζεται στον παρόντα Κανονισμό

Υποστηρικτικό Υλικό

Υποχρεωτικά:

• **Key Visual**
jpeg 516x516 px RGB

• **Ταινία** χωρίς τα σήματα των εταιριών παραγωγής

**Τα Teasers υποβάλλονται στο ίδιο αρχείο, έχουν μεταξύ τους 2 δευτερόλεπτα μαύρο κενό και αποτελούν μία συμμετοχή.*

Προαιρετικά:

• **Case Study Video***
μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών**

Προδιαγραφές video (maximum)
Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps
Aspect ratio-Resolution: 1920x1080
Bit Rate: 5mb/s

Προσοχή:

Case Studies θα πρέπει να στέλνονται μόνο στις περιπτώσεις που είναι απαραίτητο, εξαιτίας της φύσης της ενέργειας, για τη σωστή κατανόηση της από τα μέλη της κριτικής επιτροπής. Case Studies που περιλαμβάνουν δημιουργικά ή άλλα στοιχεία που δε σχετίζονται με την κατηγορία που διαγωνίζεται το έργο, δε θα γίνονται δεκτά.

Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.

Online Film

Περιλαμβάνει διαφημιστικές ταινίες που δημιουργήθηκαν και έτρεξαν σε μέσα τεχνολογίας όπως, internet / mobile / διαδραστικά μέσα και οθόνες. Περιλαμβάνει και διαφημίσεις pre-rolls.
Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής case study videos ενεργειών που έχουν δημοσιευθεί σε μέσα τεχνολογίας όπως, internet / mobile / διαδραστικά μέσα.

Το ίδιο έργο μπορεί να υποβληθεί τόσο στις ομάδες του **Online Film** όσο και στις ομάδες του **TV / Cinema** μόνο εφόσον η εκτέλεσή του διαφοροποιείται ουσιαστικά, με τρόπο που ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές, τη χρήση και το περιβάλλον προβολής του κάθε μέσου.

Η κατηγορία αναδεικνύει τη δημιουργικότητα στη μικρή ή τη μεγάλη οθόνη. Τα έργα θα πρέπει να αφηγούνται ένα μοναδικό storytelling για το brand ή το προϊόν, με τρόπο εξαιρετικό.

Κυρίαρχα κριτήρια είναι η ιδέα και η εκτέλεση.

Αναλώσιμα Προϊόντα
ποτά αλκοολούχα και μη, γλυκίσματα, σνακς, παγωτά, γάλατα, γιαούρτια, ροφήματα, καφέδες, κάθε μορφής τρόφιμα, καλλυντικά, είδη προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, βιταμινούχα σκευάσματα, αναλγητικά, προφυλακτικά, εντομοαπωθητικά, καθαριστικά, απορρυπαντικά, τροφές ζώων, αναλώσιμα είδη γραφείου, βενζίνες, λιπαντικά, ελαστικά

Διαρκή Αγαθά / Τηλεφωνία
προϊόντα και υπηρεσίες τηλεφωνίας κινητής και σταθερής, τηλέφωνα, internet service providers, τηλεφωνικοί κατάλογοι, μικροσυσκευές, λευκές συσκευές, μαύρες συσκευές, λευκά είδη, έπιπλα σπιτιού και γραφείου, κλιματιστικά, θερμαντικά, δομικά υλικά, υπολογιστές, περιφερειακά, software, εξοπλισμός γραφείου, εργαλεία, μπαταρίες, συστήματα ασφαλείας, ρούχα, υποδήματα, αθλητικά είδη, αυτοκίνητα, δίτροχα, σκάφη, εξωλέμβιες μηχανές, φορτηγά

Τυχερά Παιχνίδια / Πολιτισμός / Αθλητισμός / Μέσα / Δημόσιο / Ενέργεια
λαχεία, τυχερά παιχνίδια, χορηγίες εκδηλώσεων, χορηγίες πολιτισμικών γεγονότων, πολιτισμικές εκδηλώσεις, χορηγίες αθλητικών γεγονότων και αθλητών, αθλητικές εκδηλώσεις και συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, ταχυδρομεία, ΔΕΚΟ, πολιτικά κόμματα

Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες / Τουρισμός / Αναψυχή / Συγκοινωνίες / Άλλα
τράπεζες, τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες, ασφαλιστικές εταιρίες, ασφαλιστικά προϊόντα και υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, leasing, συγχωνεύσεις εταιριών, εισαγωγές στο Χρηματιστήριο, κατάλογοι υπηρεσιών επαγγελματιών, εταιρίες διανομών και μεταφορών, εταιρίες security, αεροδρόμια, υπηρεσίες οδικής βοήθειας, ταξίδια, σχολές, εταιρίες πετρελαιοειδών, συγκοινωνίες

Λιανεμπόριο
Λιανεμπόριο, eCommerce, εστιατόρια, fast food

Εταιρική Επικοινωνία
Μη προϊοντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας

Screens & Events
Διαφημιστικές ταινίες που δημιουργήθηκαν και έτρεξαν αποκλειστικά σε εκδηλώσεις και διαδραστικές οθόνες. Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής ταινίες που έχουν προβληθεί και online.

360° & VR Film

Αυτοδιαφήμιση
Προβολή διαφημιστικών επιχειρήσεων και γενικότερα εταιριών επικοινωνίας.

Υποστηρικτικό Υλικό

Υποχρεωτικά:

- **Key Visual**
  jpeg 516x516 px RGB

- **Video**

**Τα Teasers υποβάλλονται στο ίδιο αρχείο, έχουν μεταξύ τους 2 δευτερόλεπτα μαύρο κενό και αποτελούν μία συμμετοχή.*

Προαιρετικά:

- **Case Study Video***
  μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών**

Προδιαγραφές video (maximum)
Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps
Aspect ratio-Resolution: 1920x1080
Bit Rate: 5mb/s

Προσοχή:

****Case Studies θα πρέπει να στέλνονται μόνο στις περιπτώσεις που είναι απαραίτητο, εξαιτίας της φύσης της ενέργειας, για τη σωστή κατανόηση της από τα μέλη της κριτικής επιτροπής. Case Studies που περιλαμβάνουν δημιουργικά ή άλλα στοιχεία που δε σχετίζονται με την κατηγορία που διαγωνίζεται το έργο, δε θα γίνονται δεκτά.***

*****Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.***

Κοινωνικά Μηνύματα
Κοινωνικά μηνύματα τα οποία υπογράφονται από Μη Κερδοσκοπικούς Φορείς / Ιδρύματα και ΜΚΟ. Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής στη συγκεκριμένη ομάδα, έργα που υπογράφονται από εμπορικά brands / δημόσιο, ανεξάρτητα από το αν έχουν κοινωνικό μήνυμα / σκοπό. Αυτά διαγωνίζονται σε όποια από τις υπόλοιπες ομάδες, ταιριάζουν.

Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)
Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας και να έχουν παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών όπως αυτός ορίζεται στον παρόντα Κανονισμό. Έργα που αφορούν Still Content θα πρέπει να έχουν συμπληρωμένη τη σύντομη περιγραφή και το url.

Print

Η κατηγορία αναδεικνύει τη δημιουργικότητα στις Καταχωρίσεις. Τα έργα θα πρέπει να κάνουν το «leap off the page» από το περιοδικό ή την εφημερίδα. Αυτό σημαίνει ευφυή ιδέα και δεξιοτεχνία στην υλοποίηση.

Κυρίαρχα κριτήρια είναι η ιδέα και η εκτέλεση.

Tips για τους κριτές: Είναι **Δημιουργική** αυτή η δουλειά? (Creative Excellence in concept and craft) **Κατανοητή** ? (περνάει το μήνυμα με σαφήνεια?) Είναι **Πρωτότυπη**? (φρέσκια, διαφορετική) **Engaging**? (με τράβηξε να την προσέξω αλλά και να συνεχίσω να τη θαυμάζω?)

Αναλώσιμα Προϊόντα
ποτά αλκοολούχα και μη, γλυκίσματα, σνακς, παγωτά, γάλατα, γιαούρτια, ροφήματα, καφέδες, κάθε μορφής τρόφιμα, καλλυντικά, είδη προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, βιταμινούχα σκευάσματα, αναλγητικά, προφυλακτικά, εντομοαπωθητικά, καθαριστικά, απορρυπαντικά, τροφές ζώων, αναλώσιμα είδη γραφείου, βενζίνες, λιπαντικά, ελαστικά

Διαρκή Αγαθά / Τηλεφωνία
προϊόντα και υπηρεσίες τηλεφωνίας κινητής και σταθερής, τηλέφωνα, internet service providers, τηλεφωνικοί κατάλογοι, μικροσυσκευές, λευκές συσκευές, μαύρες συσκευές, λευκά είδη, έπιπλα σπιτιού και γραφείου, κλιματιστικά, θερμαντικά, δομικά υλικά, υπολογιστές, περιφερειακά, software, εξοπλισμός γραφείου, εργαλεία, μπαταρίες, συστήματα ασφαλείας, ρούχα, υποδήματα, αθλητικά είδη, αυτοκίνητα, δίτροχα, σκάφη, εξωλέμβιες μηχανές, φορτηγά

Τυχερά Παιχνίδια / Πολιτισμός / Αθλητισμός / Μέσα / Δημόσιο / Ενέργεια
λαχεία, τυχερά παιχνίδια, χορηγίες εκδηλώσεων, χορηγίες πολιτισμικών γεγονότων, πολιτισμικές εκδηλώσεις, χορηγίες αθλητικών γεγονότων και αθλητών, αθλητικές εκδηλώσεις και συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, ταχυδρομεία, ΔΕΚΟ, πολιτικά κόμματα

Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες / Τουρισμός / Αναψυχή / Συγκοινωνίες / Άλλα
τράπεζες, τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες, ασφαλιστικές εταιρίες, ασφαλιστικά προϊόντα και υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, leasing, συγχωνεύσεις εταιριών, εισαγωγές στο Χρηματιστήριο, κατάλογοι υπηρεσιών επαγγελματιών, εταιρίες διανομών και μεταφορών, εταιρίες security, αεροδρόμια, υπηρεσίες οδικής βοήθειας, ταξίδια, σχολές, εταιρίες πετρελαιοειδών, συγκοινωνίες

Λιανεμπόριο
Λιανεμπόριο, eCommerce, εστιατόρια, fast food

Εταιρική Επικοινωνία
Μη προϊοντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας

Υποστηρικτικό Υλικό

Υποχρεωτικά:

- **Key Visual**
  jpeg 516x516 px RGB
- **Καταχώριση**
  jpeg 300 dpi RGB
- **Σύντομη Περιγραφή & URL**
  Αφορά μόνο την ομάδα "Still Content". Το url θα πρέπει να οδηγεί κατευθείαν στο υλικό της συμμετοχής.

Προαιρετικά:

- **Case Study Video***
  μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών**

Προδιαγραφές video (maximum)
Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps
Aspect ratio-Resolution: 1920x1080
Bit Rate: 5mb/s

Προσοχή:
Case Studies θα πρέπει να στέλνονται μόνο στις περιπτώσεις που είναι απαραίτητο, εξαιτίας της φύσης της ενέργειας, για τη σωστή κατανόηση της από τα μέλη της κριτικής επιτροπής. Case Studies που περιλαμβάνουν δημιουργικά ή άλλα στοιχεία που δε σχετίζονται με την κατηγορία που διαγωνίζεται το έργο, δε θα γίνονται δεκτά.

Still Content
Έργα στατικού περιεχομένου που έχουν δημιουργηθεί αποκλειστικά για ψηφιακές πλατφόρμες όπως Social Media, ψηφιακά μέσα, εταιρικά site κ.ο.κ.
Τα έργα θα αξιολογηθούν για τη δημιουργική ιδέα και την υλοποίηση και όχι για το engagement / reach.

Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής στη συγκεκριμένη ομάδα:
- Carousel Ads καθώς και video ή animated posts.
- Έργα που έχουν υποβληθεί και ως έντυπες καταχωρίσεις, σε κάποια από τις άλλες ομάδες Print.

Αυτοδιαφήμιση
Προβολή διαφημιστικών επιχειρήσεων και γενικότερα εταιριών επικοινωνίας.

Κοινωνικά Μηνύματα
Κοινωνικά μηνύματα τα οποία υπογράφονται από Μη Κερδοσκοπικούς Φορείς / Ιδρύματα και ΜΚΟ. Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής στη συγκεκριμένη ομάδα, έργα που υπογράφονται από εμπορικά brands / δημόσιο, ανεξάρτητα από το αν έχουν κοινωνικό μήνυμα / σκοπό. Αυτά διαγωνίζονται σε όποια από τις υπόλοιπες ομάδες, ταιριάζουν.

Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)
Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας και να έχουν παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών όπως αυτός ορίζεται στον παρόντα Κανονισμό.

***Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.*

Radio & Audio

Η κατηγορία αναδεικνύει τη δημιουργικότητα στο ραδιόφωνο και τις Audio Platformes. Αυτό σημαίνει ότι η δουλειά περνάει το μήνυμα μέσα από καινοτομία και υψηλό επίπεδο στον ήχο ή/και αφηγείται προφορικά μια ιστορία με εξαιρετικό τρόπο αξιοποιώντας την ιδιαιτερότητα του μέσου.

Κυρίαρχα κριτήρια είναι η ιδέα και η εκτέλεση.

Tips για τους κριτές: Είναι **Δημιουργική** αυτή η δουλειά? (Creative Excellence in concept and craft) **Κατανοητή** ? (περνάει το μήνυμα με σαφήνεια?) Είναι **Πρωτότυπη**? (φρέσκια, διαφορετική) **Engaging**? (με τράβηξε να την προσέξω αλλά και να συνεχίσω να τη θαυμάζω?

Αναλώσιμα Προϊόντα
ποτά αλκοολούχα και μη, γλυκίσματα, σνακς, παγωτά, γάλατα, γιαούρτια, ροφήματα, καφέδες, κάθε μορφής τρόφιμα, καλλυντικά, είδη προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, βιταμινούχα σκευάσματα, αναλγητικά, προφυλακτικά, εντομοαπωθητικά, καθαριστικά, απορρυπαντικά, τροφές ζώων, αναλώσιμα είδη γραφείου, βενζίνες, λιπαντικά, ελαστικά

Διαρκή Αγαθά / Τηλεφωνία
προϊόντα και υπηρεσίες τηλεφωνίας κινητής και σταθερής, τηλέφωνα, internet service providers, τηλεφωνικοί κατάλογοι, μικροσυσκευές, λευκές συσκευές, μαύρες συσκευές, λευκά είδη, έπιπλα σπιτιού και γραφείου, κλιματιστικά, θερμαντικά, δομικά υλικά, υπολογιστές, περιφερειακά, software, εξοπλισμός γραφείου, εργαλεία, μπαταρίες, συστήματα ασφαλείας, ρούχα, υποδήματα, αθλητικά είδη, αυτοκίνητα, δίτροχα, σκάφη, εξωλέμβιες μηχανές, φορτηγά

Τυχερά Παιχνίδια / Πολιτισμός / Αθλητισμός / Μέσα / Δημόσιο / Ενέργεια
λαχεία, τυχερά παιχνίδια, χορηγίες εκδηλώσεων, χορηγίες πολιτισμικών γεγονότων, πολιτισμικές εκδηλώσεις, χορηγίες αθλητικών γεγονότων και αθλητών, αθλητικές εκδηλώσεις και συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, ταχυδρομεία, ΔΕΚΟ, πολιτικά κόμματα

Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες / Τουρισμός / Αναψυχή / Συγκοινωνίες / Άλλα
τράπεζες, τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες, ασφαλιστικές εταιρίες, ασφαλιστικά προϊόντα και υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, leasing, συγχωνεύσεις εταιριών, εισαγωγές στο Χρηματιστήριο, κατάλογοι υπηρεσιών επαγγελματιών, εταιρίες διανομών και μεταφορών, εταιρίες security, αεροδρόμια, υπηρεσίες οδικής βοήθειας, ταξίδια, σχολές, εταιρίες πετρελαιοειδών, συγκοινωνίες

Υποστηρικτικό Υλικό

Υποχρεωτικά:
- **Key Visual**
  jpeg 516x516 px RGB
- **Audio file σε mp3**
  bit rate min. 192 kbps

**Τα Teasers υποβάλλονται στο ίδιο track, με 2 δευτερόλεπτα κενό μεταξύ τους και αποτελούν μία συμμετοχή.*

Προαιρετικά:
- **Case Study Video***
  μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών**

Προδιαγραφές video (maximum)
Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps
Aspect ratio-Resolution: 1920x1080
Bit Rate: 5mb/s

Προσοχή:

Λιανεμπόριο
Λιανεμπόριο, eCommerce, εστιατόρια, fast food

Εταιρική Επικοινωνία
Μη προϊοντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας

Αυτοδιαφήμιση
Προβολή διαφημιστικών επιχειρήσεων και γενικότερα εταιριών επικοινωνίας.

Κοινωνικά Μηνύματα
Κοινωνικά μηνύματα τα οποία υπογράφονται από Μη Κερδοσκοπικούς Φορείς / Ιδρύματα και ΜΚΟ. Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής στη συγκεκριμένη ομάδα, έργα που υπογράφονται από εμπορικά brands / δημόσιο, ανεξάρτητα από το αν έχουν κοινωνικό μήνυμα / σκοπό. Αυτά διαγωνίζονται σε όποια από τις υπόλοιπες ομάδες, ταιριάζουν.

Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)
Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας και να έχουν παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών όπως αυτός ορίζεται στον παρόντα Κανονισμό.

Creative Use of Audio Content / Content Placement
Δημιουργική χρήση του Ραδιοφώνου ή μιας audio πλατφόρμας, με σκοπό την προώθηση των μηνυμάτων ενός brand. Δημιουργία και τοποθέτηση sponsored μηνυμάτων, στα κατάλληλα ραδιοφωνικά / audio προγράμματα και εκπομπές.

Case Studies θα πρέπει να στέλνονται μόνο στις περιπτώσεις που είναι απαραίτητο, εξαιτίας της φύσης της ενέργειας, για τη σωστή κατανόηση της από τα μέλη της κριτικής επιτροπής. Case Studies που περιλαμβάνουν δημιουργικά ή άλλα στοιχεία που δε σχετίζονται με την κατηγορία που διαγωνίζεται το έργο, δε θα γίνονται δεκτά.

Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.

Outdoor

Η κατηγορία αναδεικνύει τη δημιουργικότητα στα μέσα out-of-home. Τα έργα θα πρέπει να προσελκύουν το κοινό στα σημεία που εμφανίζονται. Αυτό σημαίνει ότι η δουλειά εκμεταλλεύεται σωστά το δημόσιο χώρο για να περάσει ένα συγκεκριμένο μήνυμα ή για να προκαλέσει μια νέα εμπειρία του καταναλωτή σε ό,τι αφορά το brand.

Κυρίαρχα κριτήρια είναι η ιδέα και η εκτέλεση.

Tips για τους κριτές: Είναι **Δημιουργική** αυτή η δουλειά? (Creative Excellence in concept and craft) **Κατανοητή** ? (περνάει το μήνυμα με σαφήνεια?) Είναι **Πρωτότυπη**? (φρέσκια, διαφορετική) **Engaging**? (με τράβηξε να την προσέξω αλλά και να συνεχίσω να τη θαυμάζω?

Αναλώσιμα Προϊόντα
ποτά αλκοολούχα και μη, γλυκίσματα, σνακ, παγωτά, γάλατα, γιαούρτια, ροφήματα, καφέδες, κάθε μορφής τρόφιμα, καλλυντικά, είδη προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, βιταμινούχα σκευάσματα, αναλγητικά, προφυλακτικά, εντομοαπωθητικά, καθαριστικά, απορρυπαντικά, τροφές ζώων, αναλώσιμα είδη γραφείου, βενζίνες, λιπαντικά, ελαστικά

Διαρκή Αγαθά / Τηλεφωνία
προϊόντα και υπηρεσίες τηλεφωνίας κινητής και σταθερής, τηλέφωνα, internet service providers, τηλεφωνικοί κατάλογοι, μικροσυσκευές, λευκές συσκευές, μαύρες συσκευές, λευκά είδη, έπιπλα σπιτιού και γραφείου, κλιματιστικά, θερμαντικά, δομικά υλικά, υπολογιστές, περιφερειακά, software, εξοπλισμός γραφείου, εργαλεία, μπαταρίες, συστήματα ασφαλείας, ρούχα, υποδήματα, αθλητικά είδη, αυτοκίνητα, δίτροχα, σκάφη, εξωλέμβιες μηχανές, φορτηγά

Τυχερά Παιχνίδια / Πολιτισμός / Αθλητισμός / Μέσα / Δημόσιο / Ενέργεια
λαχεία, τυχερά παιχνίδια, χορηγίες εκδηλώσεων, χορηγίες πολιτισμικών γεγονότων, πολιτισμικές εκδηλώσεις, χορηγίες αθλητικών γεγονότων και αθλητών, αθλητικές εκδηλώσεις και συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, ταχυδρομεία, ΔΕΚΟ, πολιτικά κόμματα

Υποστηρικτικό Υλικό

Υποχρεωτικά:

- **Key Visual**
  jpeg 516x516 px RGB
- **Υπαίθρια Διαφήμιση**
  jpeg 300 dpi RGB
- **Φωτογραφία** που να απεικονίζει την Υπαίθρια Διαφήμιση στο πραγματικό της περιβάλλον.

Προαιρετικά:

- **Case Study Video***
  μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών**

Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες / Τουρισμός / Αναψυχή / Συγκοινωνίες / Άλλα τράπεζες, τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες, ασφαλιστικές εταιρίες, ασφαλιστικά προϊόντα και υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, leasing, συγχωνεύσεις εταιριών, εισαγωγές στο Χρηματιστήριο, κατάλογοι υπηρεσιών επαγγελματιών, εταιρίες διανομών και μεταφορών, εταιρίες security, αεροδρόμια, υπηρεσίες οδικής βοήθειας, ταξίδια, σχολές, εταιρίες πετρελαιοειδών, συγκοινωνίες	Προδιαγραφές video (maximum) Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s *Προσοχή*: ***Case Studies** θα πρέπει να στέλνονται μόνο στις περιπτώσεις που είναι απαραίτητο, εξαιτίας της φύσης της ενέργειας, για τη σωστή κατανόηση της από τα μέλη της κριτικής επιτροπής. Case Studies που περιλαμβάνουν δημιουργικά ή άλλα στοιχεία που δε σχετίζονται με την κατηγορία που διαγωνίζεται το έργο, δε θα γίνονται δεκτά.* ***Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.*
Λιανεμπόριο Λιανεμπόριο, eCommerce, εστιατόρια, fast food	
Poster Αφίσες τοποθετημένες εκτός των κλασσικών οριοθετημένων θέσεων outdoor (κυρίως στο εσωτερικό καταστημάτων / εταιριών κλπ)	
Εταιρική Επικοινωνία Μη προϊοντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας	
Αυτοδιαφήμιση Προβολή διαφημιστικών επιχειρήσεων και γενικότερα εταιριών επικοινωνίας.	
Κοινωνικά Μηνύματα Κοινωνικά μηνύματα τα οποία υπογράφονται από Μη Κερδοσκοπικούς Φορείς / Ιδρύματα και ΜΚΟ. Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής στη συγκεκριμένη ομάδα, έργα που υπογράφονται από εμπορικά brands / δημόσιο, ανεξάρτητα από το αν έχουν κοινωνικό μήνυμα / σκοπό. Αυτά διαγωνίζονται σε όποια από τις υπόλοιπες ομάδες, ταιριάζουν.	
Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα) Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας και να έχουν παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών όπως αυτός ορίζεται στον παρόντα Κανονισμό.	
Installations / Ειδικές Κατασκευές *New* Ενδεικτικά περιλαμβάνει: Interactive & digital screens, βιτρίνες καταστημάτων, ντύσιμο κτιρίων κλπ	

Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept 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. Δε θεωρείται διεθνές concept μια διεθνής στρατηγική κατεύθυνση, όπως για παράδειγμα ένα slogan.	**Υποστηρικτικό Υλικό**
Έργα Δ. Concept δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής σε άλλη Κατηγορία / Ομάδα. Η υποβάλλουσα εταιρία θα πρέπει απαραίτητα να καταθέτει υλικό από το εξωτερικό προκειμένου να είναι εμφανής η διαφοροποίηση της ελληνικής εκδοχής.	**Υποχρεωτικά:** • Key Visual jpeg 516x516 px RGB • Αρχείο **jpeg** ή **mp4 ή mp3** ανάλογα με το Μέσο στο οποίο ανήκουν

Η καταγραφή των περιεχομένων της κάθε Κατηγορίας / Ομάδας είναι ενδεικτική και κάθε μία για να κριθεί αυτοτελώς στο **Πρώτο και Δεύτερο Στάδιο Κρίσης** πρέπει να αποτελείται από τουλάχιστον 1 συμμετοχή. 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 on line 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	Εξόφληση **τελών συμμετοχής**	Με επιταγή ημέρας, μετρητά, ή κατάθεση στο λογαριασμό της ΕΔΕΕ

Τέλη Συμμετοχής

Film	**€ 285**
Print	
Radio & Audio	
Outdoor	
Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept	
Σειρές έργων	**€ 450**

Υπάρχει προσαύξηση 100% στο αντίστοιχο τέλος συμμετοχής για κάθε μεμονωμένη συμμετοχή, σε περίπτωση που συμμετέχει στο διαγωνισμό, και ως μέρος σειράς έργων, ή ως μέρος καμπάνιας στην ενότητα Campaigns.

Όλα τα παραπάνω ποσά επιβαρύνονται με **ΦΠΑ**.

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

ALPHA BANK | 120-00-2320-000958

IBAN: GR 63 0140 1200 1200 0232 0000 958

Προσοχή. Η κατάθεση θα πρέπει να αναγράφει την επωνυμία της εταιρίας στην οποία θα εκδοθεί το αντίστοιχο τιμολόγιο.

Κλίμακες Εκπτώσεων

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

- μεταξύ €5.001 και €10.000 παρέχεται έκπτωση 5%
- μεταξύ €10.001 και €15.000 έκπτωση 10%
- και από €15.001 και πάνω, έκπτωση 15%

Οι εκπτώσεις ισχύουν μόνο για τα μέλη της ΕΔΕΕ.

Προσοχή
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 Κριτικές Επιτροπές

- **Film / Διεθνές Concept**

Τουλάχιστον 11 μέλη με απαρτία τα 9 μέλη

- **Print / Radio & Audio / Outdoor**

Τουλάχιστον 11 μέλη με απαρτία τα 9 μέλη

Σημείωση: Η οργανωτική επιτροπή διατηρεί το δικαίωμα, ανάλογα με τον αριθμό των συμμετοχών της κάθε κατηγορίας, να αναθέσει τις κατηγορίες στις επιτροπές με διαφορετικό τρόπο.

Online Κριτική Επιτροπή

Τουλάχιστον 25 κριτές.

Επιτροπή Ενστάσεων

Για την Ενότητα Ermis Ad, 7μελής Επιτροπή Ενστάσεων με απαρτία 5 μέλη, αποτελούμενη από τον Πρόεδρο της Οργανωτικής Επιτροπής Ermis Awards, 2 μέλη του Steering Committee Ermis Awards και μέλη της Διοικούσας Επιτροπής του Τομέα Διαφήμισης της ΕΔΕΕ.

Στάδια Κρίσης & Βαθμολόγηση

Η διαδικασία αξιολόγησης έχει τρία στάδια κρίσης:

Πρώτο Στάδιο Κρίσης:
Αναδεικνύονται τα **Ermis Finalist**. Ως μέγιστο ποσοστό των Ermis Finalist ορίζεται το 33% των αρχικών συμμετοχών της κάθε κατηγορίας.
Ειδικά για την κατηγορία Film, τα Ermis Finalist υπολογίζονται ξεχωριστά για τα υποβληθέντα έργα στο «TV / Cinema» και στο «Online Film» και ως μέγιστο ποσοστό ορίζεται το 33% των αρχικών συμμετοχών σε κάθε ένα από αυτά.

Στο πρώτο στάδιο κρίσης, συμμετέχουν οι παρακάτω επιτροπές:

1. **Live Κριτική Επιτροπή**

Τα μέλη της live κριτικής επιτροπής συνεδριάζουν είτε σε φυσικό χώρο είτε online. Ψηφίζουν μυστικά, αφού προηγηθεί συζήτηση σε κλίμακα 1 έως 9, για το κάθε έργο. Η ψήφος κάθε κριτή δεν γίνεται γνωστή στους άλλους κριτές, ούτε ανακοινώνονται αποτελέσματα ψηφοφορίας σε αυτή τη φάση. Η ψήφος της live 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, σε κλίμακα 1 έως 9.
Η ψήφος της online επιτροπής θα αποτελεί το 30% της τελικής βαθμολογίας του κάθε έργου. Ανάλογα με τον αριθμό συμμετοχών, τα μέλη της Online επιτροπής, μπορεί να μην αξιολογούν το σύνολο των έργων που διαγωνίζονται, αλλά μέρος αυτών. Για να προσμετρήσει στην τελική ψήφο μιας συμμετοχής η ψήφος της Online Κριτικής Επιτροπής, θα πρέπει να την έχουν ψηφίσει τουλάχιστον 10 κριτές.

Δεύτερο Στάδιο Κρίσης:
Ανακηρύσσονται τα βραβεία **Ermis Bronze**, **Ermis Silver** και **Ermis Gold** από το σύνολο των Ermis Finalist.

Τα μέλη της live κριτικής επιτροπής θα βαθμολογήσουν τα έργα μυστικά και αφού έχει προηγηθεί συζήτηση, σε κλίμακα 1 έως και 9.

Τρίτο Στάδιο Κρίσης:
Στην Ενότητα Ermis Ad απονέμονται συνολικά **4 βραβεία Grand Ermis** δηλαδή από 1 σε κάθε μία εκ των 4 κατηγοριών, Film, Print, Radio & Audio και Outdoor. Τα Grand Ermis ανακηρύσσονται μεταξύ των έργων που βραβεύτηκαν, με Ermis Gold μετά από συζήτηση και μυστική ψηφοφορία από τη Live Επιτροπή. Εξαιρούνται όλα τα έργα που αφορούν αυτοδιαφήμιση ή και έχουν κοινωνικό μήνυμα και υπογράφονται από Μη Κερδοσκοπικούς Φορείς / Ιδρύματα και ΜΚΟ, καθώς και τα έργα Δ. Concept.