ENOTHTA
ERMIS BRANDING & DESIGN

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!

ΕΝΟΤΗΤΑ
ERMIS BRANDING & DESIGN

Η αξιολόγηση λαμβάνει υπόψη τα εξής κριτήρια: ***Ιδέα & Στρατηγική 60%*** *και* ***Υλοποίηση 40%***

Κατηγορίες

Corporate Identity	Υποστηρικτικό Υλικό
Λογότυπο & Εφαρμογές Λογοτύπου • **FMCG** Ενδεικτικά: 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 και σχετικά καταστήματα • **Consumer Goods** Ενδεικτικά: 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 και σχετικά καταστήματα • **Services** Ενδεικτικά: 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, πολιτισμικές εκδηλώσεις, αθλητικές εκδηλώσεις, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, ταχυδρομεία, ΔΕΚΟ, πολιτικά κόμματα • **Rebranding** Συνολική αλλαγή οπτικής ταυτότητας (λογοτύπου και εφαρμογών) επιχειρήσεων, οργανισμών, δημοσίων φορέων, μη κυβερνητικών και μη κερδοσκοπικών οργανισμών. Η συμμετοχή θα πρέπει να περιλαμβάνει τον ανασχεδιασμό της οπτικής ταυτότητας και την εφαρμογή της σε τουλάχιστον 3 διαφορετικά σημεία επαφής με το κοινό της. ***Θα πρέπει να σταλούν φωτογραφίες και από την προηγούμενη οπτική ταυτότητα και τις εφαρμογές της.***	**Υποχρεωτικά:** • **Key Visual** jpeg 516x516 px RGB • **Παρουσίαση Συμμετοχής** Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου. • **Λογότυπο σε jpeg ή** video στην περίπτωση που το λογότυπο είναι κινούμενο • **10 φωτογραφίες (jpeg)** κατά μέγιστο, στις οποίες να φαίνονται οι εφαρμογές του λογοτύπου *Προσοχή* *Στα γραφεία της ΕΔΕΕ θα πρέπει να παραδοθούν και δυο αντίτυπα από τις εφαρμογές λογοτύπου.* **Προαιρετικά:** • Case Study Video μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών Προδιαγραφές video (maximum) Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC
Πολλαπλές Εφαρμογές Ανάπτυξη της οπτικής ταυτότητας επιχειρήσεων, οργανισμών, δημοσίων φορέων, μη κυβερνητικών και μη κερδοσκοπικών οργανισμών. Δεν κρίνεται ο σχεδιασμός του λογοτύπου.	

ΕΝΟΤΗΤΑ
ERMIS BRANDING & DESIGN

Packaging Κάθε συμμετοχή μπορεί να περιλαμβάνει μεμονωμένη συσκευασία ή σειρά συσκευασιών	**Υποστηρικτικό Υλικό**
Τρόφιμα & Γαλακτοκομικά	**<u>Υποχρεωτικά:</u>** • Key Visual jpeg 516x516 px RGB • **Παρουσίαση Συμμετοχής** Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου. • **10 φωτογραφίες** (jpeg) κατά μέγιστο, με διαφορετικές γωνίες λήψης, προκειμένου να παρουσιάζεται ολοκληρωμένα η συσκευασία. *<u>Προσοχή</u>* *Στα γραφεία της ΕΔΕΕ θα πρέπει να παραδοθούν και 2 αντίγραφα της πραγματικής συσκευασίας.* **<u>Προαιρετικά:</u>** • **Case Study Video** μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών <u>Προδιαγραφές video (maximum)</u> Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC
Μη Αλκοολούχα Ποτά	
Αλκοολούχα Ποτά	
Είδη Προσωπικής Υγιεινής και Οικιακής Χρήσης *NEW*	
Άλλες Συσκευασίες	
Rebranding Ανασχεδιασμός παλαιοτέρων συσκευασιών. *<u>Θα πρέπει να σταλούν και δείγματα από την προηγούμενη συσκευασία.</u>*	
Εξέλιξη Σχεδιαστικής Πλατφόρμας *NEW* Ανάδειξη της δημιουργικής και στρατηγικής αξίας της εξέλιξης μιας υφιστάμενης σχεδιαστικής πλατφόρμας. Η κατηγορία αφορά έργα που βασίζονται σε μια ήδη αναγνωρίσιμη δημιουργική ιδέα ή πλατφόρμα επικοινωνίας και αξιολογεί τον τρόπο με τον οποίο την επεκτείνουν με νέα στοιχεία, εφαρμογές ή εκτελέσεις, διατηρώντας τη συνοχή, τη συνέπεια και τη διακριτή ταυτότητά της. *<u>Θα πρέπει να σταλούν και δείγματα από την αρχική σειρά συσκευασιών</u>*	

Environmental Branding & Design	**Υποστηρικτικό Υλικό**
Retail Branding Σχεδιασμός και branding καταστημάτων, εκθεσιακών χώρων και περιβάλλοντος στο οποίο «ζει» το brand	**<u>Υποχρεωτικά:</u>** • **Key Visual** jpeg 516x516 px RGB • **Παρουσίαση Συμμετοχής** Συμπληρώνεται online κατά την

Supportive Promotional Material Μεμονωμένες κατασκευές ή προωθητικά υλικά από οποιοδήποτε κατασκευαστικό υλικό, που χρησιμοποιήθηκαν στα πλαίσια προώθησης προϊόντων/ υπηρεσιών, direct mail, εκδηλώσεων, συνεντεύξεων τύπου κ.λπ. ***Για τις συμμετοχές σε αυτή την ομάδα θα πρέπει να σταλούν και δυο αντίγραφα του πραγματικού προωθητικού υλικού.***	υποβολή του έργου. • **10 φωτογραφίες** (jpeg) κατά μέγιστο, με διαφορετικές γωνίες λήψης, προκειμένου να παρουσιάζεται ολοκληρωμένα το έργο **Προαιρετικά:** • **Case Study Video** μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών Προδιαγραφές video (maximum) Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC

Αυτοδιαφήμιση / Αυτοπροβολή	Υποστηρικτικό Υλικό
Λογότυπο και εφαρμογές του / εταιρική ταυτότητα, εταιρικά έντυπα, προωθητικά υλικά / κατασκευές, ευχετήριες κάρτες, ημερολόγια κ.λπ. για προβολή εταιριών επικοινωνίας ***Το υποστηρικτικό υλικό εξαρτάται από τη φύση του έργου που υποβάλλεται και αν απαιτείται να σταλούν φυσικά υλικά, θα πρέπει να παραδοθούν σε δύο αντίτυπα, στα γραφεία της ΕΔΕΕ.***	**Υποχρεωτικά:** • **Key Visual** jpeg 516x516 px RGB • **Παρουσίαση Συμμετοχής** Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου. • **10 φωτογραφίες** (jpeg) κατά μέγιστο, με διαφορετικές γωνίες λήψης, προκειμένου να παρουσιάζεται ολοκληρωμένα το έργο **Προαιρετικά:** • **Case Study Video** μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών Προδιαγραφές video (maximum) Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC

Visual Communication	Υποστηρικτικό Υλικό
Περιοδικά / Εφημερίδες Σχεδιασμός περιοδικών ή εφημερίδων. Στην κατηγορία αυτή μπορούν να συμμετάσχουν όλα τα περιοδικά ή εφημερίδες με οποιαδήποτε θεματολογία και περιοδικότητα, αρκεί αυτή να είναι σταθερή (και τουλάχιστον μία φορά το χρόνο). Τα περιοδικά αυτά μπορεί να κυκλοφορούν αυτόνομα ή να είναι συμπλήρωμα κάποιου άλλου εντύπου.	**Υποχρεωτικά:** • **Key Visual** jpeg 516x516 px RGB • **Παρουσίαση Συμμετοχής** Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου. • **10 φωτογραφίες** (jpeg) κατά
Βιβλία Σχεδιασμός βιβλίων	

Κατάλογοι Μουσείων & Καλλιτεχνών Σχεδιασμός καταλόγων μουσείων και καλλιτεχνών	μέγιστο, προκειμένου να παρουσιάζεται ολοκληρωμένα το έντυπο. *Προσοχή* *Στα γραφεία της ΕΔΕΕ θα πρέπει να παραδοθούν και 2 αντίγραφα του εντύπου.* **Ποαιρετικά:** • **Case Study Video** μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών Προδιαγραφές video (maximum) Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC
Προωθητικά / Διαφημιστικά Έντυπα Έντυπα, μπροσούρες ή φυλλάδια που χρησιμοποιήθηκαν στα πλαίσια προώθησης προϊόντων/ υπηρεσιών, εκδηλώσεων, συνεντεύξεων τύπου, direct mail,κ.λπ. Έντυπα, μπροσούρες ή φυλλάδια που χρησιμοποιήθηκαν ως κατάλογοι εστιατορίων, bar ή καφετεριών.	
Εταιρικά Έντυπα Εταιρικά έντυπα με αναφορά στο προφίλ / δραστηριότητες μιας εταιρίας, annual reports, ημερολόγια, ειδικές εκδόσεις, designkits, brand manuals κ.λπ.	
Posters Posters ή σειρά από posters, που χρησιμοποιήθηκαν στα πλαίσια της προώθησης προϊόντων / υπηρεσιών, εκδηλώσεων	

Digital Design	Υποστηρικτικό Υλικό
Sites	**Υποχρεωτικά:** • **Key Visual** jpeg 516x516 px RGB • **Παρουσίαση Συμμετοχής** Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου. • **10 φωτογραφίες** (jpeg) κατά μέγιστο ή **url** ή **video**, όπου να απεικονίζεται το δημιουργικό και η εφαρμογή του **Προαιρετικά:** • Case Study Video μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών Προδιαγραφές video (maximum) Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC
Εφαρμογές για Social Media	
Άλλες Digital Εφαρμογές	

ΕΝΟΤΗΤΑ
ERMIS BRANDING & DESIGN

Motion Graphics	Υποστηρικτικό Υλικό
Ενδεικτικά περιλαμβάνει: animation για το internet (πχ websites, banners), τηλεόραση, διαδραστικά μέσα & οθόνες.	**Υποχρεωτικά:** • **Key Visual** jpeg 516x516 px RGB • **Παρουσίαση Συμμετοχής** Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου. • **Video** Προδιαγραφές video (maximum) Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC

Branding & Design Craft *NEW*	Υποστηρικτικό Υλικό
Εικονογράφηση Ανάδειξη της δημιουργικής και στρατηγικής αξίας της εικονογράφησης στη διαμόρφωση ταυτότητας, αφήγησης και επικοινωνιακής αποτελεσματικότητας ενός brand ή έργου. Η κατηγορία αξιολογεί την πρωτοτυπία της ιδέας, την αισθητική και τεχνική ποιότητα, καθώς και τη συμβολή της εικονογράφησης στην ενίσχυση του μηνύματος και της συνολικής εμπειρίας.	**Υποχρεωτικά:** • **Key Visual** jpeg 516x516 px RGB • **Παρουσίαση Συμμετοχής** Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου. • **10 φωτογραφίες** (jpeg) κατά μέγιστο ή **url** ή **video**, όπου να απεικονίζεται το δημιουργικό και η εφαρμογή του **Προαιρετικά:** • Case Study Video μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών Προδιαγραφές video (maximum) Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC
Φωτογραφία Ανάδειξη της δημιουργικής και στρατηγικής αξίας της φωτογραφίας ως μέσου οπτικής επικοινωνίας για brands και έργα. Η κατηγορία αξιολογεί τη σύλληψη της ιδέας, την αισθητική και τεχνική αρτιότητα, τη συναισθηματική απήχηση και την ικανότητα της εικόνας να ενισχύει την ταυτότητα, την αφήγηση και το μήνυμα του brand.	
Ονοματοδοσία Ανάδειξη της δημιουργικής και στρατηγικής αξίας της ονοματοδοσίας στη διαμόρφωση ταυτότητας, αφήγησης και επικοινωνιακής αποτελεσματικότητας ενός brand ή έργου. Η κατηγορία αξιολογεί την πρωτοτυπία, τη συνάφεια με τη στρατηγική, τη διαφοροποίηση και την ικανότητα του ονόματος να εκφράζει με σαφήνεια τον χαρακτήρα, τις αξίες και την προσωπικότητα του brand. Προσοχή Στην online παρουσίαση της συμμετοχής ο συμμετέχων θα πρέπει να εξηγήσει εξηγεί τη διαδικασία της σύλληψης από τον δημιουργό και πώς «κουμπώνει» το όνομα πάνω στη στρατηγική που έχει οριστεί για το brand ή το έργο. Ποιες είναι οι αναφορές, αν αυτές υπάρχουν και ποιες εικόνες δείχνουν τη σχέση του ονόματος με το brand ή έργο.	

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

ΕΝΟΤΗΤΑ
ERMIS BRANDING & DESIGN

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

Για την Ενότητα Ermis Branding & Design, το τέλος συμμετοχής ορίζεται στα **€200** 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 Branding & Design για συμμετοχές συνολικής καθαρής αξίας, προ ΦΠΑ:

- μεταξύ €651 και €800 παρέχεται έκπτωση 5%
- μεταξύ €801 και €1.200 έκπτωση 10%
- και από €1.201 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 25 κριτές θα βαθμολογήσουν online τα Finalists της ενότητας.

Επιτροπή Ενστάσεων
Για την Ενότητα Ermis Branding & Design, 7μελής Επιτροπή Ενστάσεων με απαρτία 5 μέλη, αποτελούμενη από τον Πρόεδρο της Οργανωτικής Επιτροπής Ermis Awards, 2 μέλη του Steering Committee των Ermis Awards και μέλη του τομέα Branding & Design 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.

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:

ΕΝΟΤΗΤΑ
ERMIS BRANDING & DESIGN

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:
Η Live Κριτική Επιτροπή επιλέγει αν θέλει να απονείμει βραβείο Grand Ermis. Τα Grand Ermis ανακηρύσσονται μεταξύ των έργων που βραβεύτηκαν με Ermis Gold στις παραπάνω κατηγορίες. Εξαιρούνται οι συμμετοχές που αφορούν κοινωνικά μηνύματα και υπογράφονται από Μη Κερδοσκοπικούς Φορείς / Ιδρύματα και ΜΚΟ ή αυτοπροβολή.