ENOTHTA
ERMIS ENTERTAINMENT & BRAND EXPERIENCE

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 ENTERTAINMENT & BRAND EXPERIENCE

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.

Entertainment

Δημιουργία, για λογαριασμό ενός brand, πρωτότυπου περιεχομένου (branded content), με στόχο την ψυχαγωγία του κοινού. Το περιεχόμενο (content) θα πρέπει να είναι φτιαγμένο με τρόπο που αναδεικνύει τις αξίες του brand και δημιουργεί awareness για αυτό, ενώ μπορεί, να είναι φτιαγμένο αποκλειστικά για το brand, είτε να το εντάσσει οργανικά σε προϋπάρχον format, σε συνεργασία με εκδότες, κανάλια, μέσα, παραγωγούς περιεχομένου, influencers κλπ.

Μια σειρά από κριτήρια θα ληφθούν υπόψη κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης των έργων, με κυρίαρχα, τη δημιουργική ιδέα, τη στρατηγική και το insight, την εκτέλεση και τα αποτελέσματα.

Οι κριτές θα αναζητήσουν τις ιδέες που το κοινό δε μπορούσε να προσπεράσει. Τις «κατανάλωσε» γιατί το κέρδισε το περιεχόμενο (branded content) και ταυτόχρονα εκτέθηκε και στα μηνύματα του brand.

Fiction Film 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.

Οι σειρές και τα επεισόδια διαγωνίζονται ως μια συμμετοχή.

Non-Fiction Film 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.

Οι σειρές και τα επεισόδια διαγωνίζονται ως μια συμμετοχή.

Fiction Film 5 minutes to 30 minutes

Πρωτότυπες ταινίες μυθοπλασίας, με διάρκεια 5 λεπτών έως 30 λεπτών, στον κινηματογράφο, την τηλεόραση ή online, που έχουν παραχθεί για λογαριασμό ενός brand και προάγουν το ίδιο ή τις αξίες του.

Οι σειρές και τα επεισόδια διαγωνίζονται ως μια συμμετοχή.

Non-Fiction Film 5 minutes to 30 minutes

Πρωτότυπα ντοκιμαντέρ, εκπομπές και ταινίες, με διάρκεια 5 λεπτών έως 30 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.

Οι σειρές και τα επεισόδια διαγωνίζονται ως μια συμμετοχή.

Υποστηρικτικό Υλικό

Υποχρεωτικά:

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

- **Παρουσίαση Συμμετοχής**
  Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου.

- 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 στην περιγραφή της συμμετοχής.

- Τα έργα που διαγωνίζονται στην ομάδα «Audio Content» και η μουσική που διαγωνίζεται στις ομάδες «Use of Original Music» και «Use of Licensed / Adopted Music», θα πρέπει να σταλούν και ξεχωριστά, είτε σε αρχείο mp3, είτε σε Link στο youtube ενσωματωμένο μέσα στην περιγραφή της συμμετοχής.

Προαιρετικά:

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

Προδιαγραφές video (maximum)
Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps

Fiction Film & Non-Fiction Film over 30 minutes Πρωτότυπες ταινίες μυθοπλασίας, πρωτότυπα ντοκιμαντέρ, εκπομπές και ταινίες, με διάρκεια μεγαλύτερη των 30 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. Οι σειρές και τα επεισόδια διαγωνίζονται ως μια συμμετοχή.	Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s ***Προσοχή**: Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.*
Audio Content Περιεχόμενο που έχει δημιουργηθεί για το ραδιόφωνο, Podcasts ή άλλες πλατφόρμες Audio. Οι σειρές και τα επεισόδια διαγωνίζονται ως μια συμμετοχή.	
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. Έργα που αφορούν product placement, προτείνεται να κατατεθούν στην **Ενότητα Media**.	
Use of Original Music Δημιουργία πρωτότυπου μουσικού περιεχομένου, μουσικού προγράμματος ή τραγουδιού	
Use of Licensed / Adapted Music Χρήση licensed μουσικού περιεχομένου, μουσικού προγράμματος ή τραγουδιού	
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)	
Emerging Technology Ψυχαγωγία του κοινού μέσα από τη δημιουργική χρήση της τεχνολογίας. Ενδεικτικά περιλαμβάνει: AR, VR, AI, Voice Technology, blockchain technology, gamification, metaverse κα.	

Brand Experience *Μια σειρά από κριτήρια θα ληφθούν υπόψη κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης των έργων, με κυρίαρχα, τη δημιουργική ιδέα, τη στρατηγική, την εκτέλεση και τα αποτελέσματα.*	Υποστηρικτικό Υλικό
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.	**Υποχρεωτικά:** • **Key Visual** jpeg 516x516 px RGB • **Παρουσίαση Συμμετοχής** Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου. **Προαιρετικά:**

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.	• **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: Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.
Emerging Technology Digital & Live Events που χρησιμοποιούν με δημιουργικό τρόπο την τεχνολογία με στόχο τη δημιουργία εμπειριών για το κοινό, που σχετίζονται με το brand, τις αξίες ή και τη στρατηγική επικοινωνίας του. Ενδεικτικά περιλαμβάνει: AR, VR, AI, Voice Technology, blockchain technology, gamification, metaverse κα.	

Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept Έργα Δ. Concept δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής σε άλλη κατηγορία / ομάδα.	Υποστηρικτικό Υλικό
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. 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 • **Παρουσίαση Συμμετοχής** Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου. **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: Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.

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	Εξόφληση **τελών συμμετοχής**	Με επιταγή ημέρας, μετρητά, ή κατάθεση στο λογαριασμό της ΕΔΕΕ

Τέλη Συμμετοχής

Για την Ενότητα Ermis Entertainment & Brand Experience, το τέλος συμμετοχής ορίζεται σε **€285 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 Entertainment & Brand Experience 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 Entertainment & Brand Experience 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 25 κριτές

Επιτροπή Ενστάσεων
Για την Ενότητα Ermis Entertainment & Brand Experience, 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 τρία στάδια κρίσης:

<u>Πρώτο Στάδιο Κρίσης:</u>
Αναδεικνύονται τα **Ermis Finalist**. Ως μέγιστο ποσοστό των Ermis Finalist ορίζεται το 33% των αρχικών συμμετοχών της ενότητας.

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:
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 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.