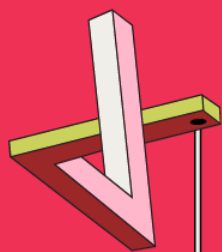


ERMIS

AWARDS

2016



ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ  
ERMIS PR



ERMIS  
AWARDS

## Ενότητα Ermis PR

Η Ενότητα περιλαμβάνει προγράμματα ή/και ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων. Η Ενότητα περιλαμβάνει 9 Κατηγορίες.

### Κατηγορίες

#### Διαχείριση Φήμης Εταιριών, Κρατικών Οργανισμών, Αντιμετώπιση Κρίσεων, Διαχείριση Κρίσιμων Θεμάτων.

##### Περιλαμβάνει:

1. Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων που στόχο έχουν την αναβάθμιση και προβολή της εταιρικής εικόνας και τη διαχείριση/προστασία της εταιρικής φήμης προς όλους τους stakeholders.
2. Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων που στόχο έχουν την αναβάθμιση και προβολή της εικόνας και τη διαχείριση/προστασία της φήμης οργανισμών του ευρύτερου Δημόσιου Τομέα και Οργανισμών της Τοπικής Αυτοδιοίκησης
3. Προγράμματα Πολιτικής Επικοινωνίας και προβολής της εικόνας και φήμης προσώπων και κομμάτων.
4. Προγράμματα προετοιμασίας μιας εταιρίας για να αντιμετωπίσει μια κρίση, προγράμματα επιτυχημένου επικοινωνιακού χειρισμού μιας κρίσης, καθώς και προγράμματα που αφορούν το χειρισμό ευαίσθητων θεμάτων (issues), τα οποία μπορούν να εξελιχθούν σε κρίσεις, όπως π.χ. μόλυνση περιβάλλοντος, γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα, ασφάλεια φαρμάκων, ηλεκτρομαγνητική ακτινοβολία κ.λπ.

### Stakeholders' Relations

##### Περιλαμβάνει:

1. Προγράμματα ανάπτυξης διαλόγου με κυβερνητικούς φορείς, δημόσια διοίκηση και τοπική αυτοδιοίκηση με στόχο την προώθηση των θέσεων επιχειρήσεων και οργανισμών και την επίτευξη αμοιβαίας κατανόησης και εποικοδομητικής συνεργασίας.
2. Προγράμματα εταιρικών Δημοσίων Σχέσεων που στοχεύουν σε χρηματοοικονομικά κοινά: μετόχους, θεσμικούς ή ιδιώτες επενδυτές, χρηματιστές και αναλυτές, το ευρύ επενδυτικό κοινό ή ακόμα και υποψήφιους στρατηγικούς εταίρους, υποστηρίζοντας εισαγωγές εταιριών στο Χρηματιστήριο, αυξήσεις κεφαλαίου, εξαγορές, συγχωνεύσεις, επενδύσεις κ.λπ.
3. Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων που απευθύνονται στο προσωπικό μιας εταιρίας -με την ευρεία έννοια: υπάλληλοι ολικής ή μερικής απασχόλησης, ελεύθεροι επαγγελματίες, συνεργάτες κ.λπ.- και στοχεύουν στην ανάπτυξη και διαχείριση των σχέσεων μεταξύ τους, σε καλύτερη ενημέρωση, την ανύψωση του ηθικού και την ενίσχυση της εμπιστοσύνης τους στην εταιρία.
4. Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων που απευθύνονται σε τοπικές κοινωνικές ομάδες όπως π.χ. opinion leaders και κατοίκους συγκεκριμένων περιοχών, στις οποίες μια εταιρία ή ένας φορέας έχει δραστηριότητα ή ιδιαίτερο ενδιαφέρον, με στόχο να προστατεύσουν, να προβάλλουν ή να κερδίσουν υποστήριξη για την παρουσία της εταιρίας.
5. Ετήσιες εταιρικές εκθέσεις (integrated, χρηματοοικονομικές, digital κτλ) ανεξάρτητα από το αν είναι online ή offline. Θα ληφθεί υπόψη η δημιουργική παρουσίαση, η ποιότητα γραπτού λόγου ή/και η επιδέξια χρήση design, καθώς και το engagement και η ανταπόκριση του κοινού/stakeholders στην επικοινωνία.

## Κοινωνία & Επιχειρηματικότητα

Περιλαμβάνει:

### 1. Εταιρική Υπευθυνότητα / Corporate Responsibility:

Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων που αφορούν στην εικόνα της εταιρίας ως κοινωνικού εταίρου, προάγοντας την έννοια της ανταποδοτικότητας εκ μέρους της επιχείρησης με στόχο την κοινή ωφέλεια.

### 2. Εταιρικές Χορηγίες:

- i. Ετήσια Χορηγικά Προγράμματα Επιχειρήσεων/Οργανισμών με έμπρακτη ανάπτυξη χορηγίας ή υποστήριξη σειράς ενεργειών σε ετήσια βάση, με συγκεκριμένο στόχο και περιοχή διείσδυσης.
- ii. Χορηγία ή υποστήριξη επιχειρήσεων σε επιλεγμένες ενέργειες που αναβαθμίζουν το πολιτισμικό επίπεδο και ευαισθητοποιούν την κοινωνία με σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας ζωής.

Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών ή Φορέων με συγκεκριμένο προσανατολισμό (περιβάλλον, πολιτιστικά, επιστήμες, γράμματα, αθλητισμός, κοινωνικά κ.ά.) και σχεδιασμός ολοκληρωμένης πολιτικής διείσδυσης και τοποθέτησης στις επιλογές των χορηγών/υποστηρικτών.

## Υποστήριξη Στρατηγικών Marketing Προϊόντων/Υπηρεσιών (MARKETING PR)

Περιλαμβάνει προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων που έχουν στόχο να κτίσουν μάρκες, να γνωστοποιήσουν νέα προϊόντα ή υπηρεσίες και να υποστηρίξουν την εικόνα, τις πωλήσεις ή ακόμα και την πιστότητα των καταναλωτών στις μάρκες αυτές.

## Digital PR

Ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων, των οποίων κύριο κανάλι επικοινωνίας είναι τα digital μέσα (Χρήση Ambassadors ή Influencers στα Social Media, Websites, Blogs, Site κοινωνικής δικτύωσης κλπ). Η συμμετέχουσα εταιρία θα πρέπει να έχει την ευθύνη, για το σχεδιασμό της στρατηγικής της ενέργειας, την υλοποίηση αλλά και την επικοινωνιακή αξιοποίησή της. Θα ληφθούν υπόψη δείγματα δημιουργικής χρήσης κάποιας Social Media πλατφόρμας, επίπεδα engagement, social reach και στρατηγική.

## Low Budget

Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων, με ελάχιστη διάρκεια 3 μηνών και προϋπολογισμό που δεν ξεπερνάει τις 20.000€ τα οποία θα πρέπει εμφανώς να έχουν πετύχει τους στόχους τους και να αναφέρουν αναλυτικά τα εργαλεία επικοινωνίας που αξιοποιήθηκαν. Η συμμετέχουσα εταιρία θα πρέπει να έχει την ευθύνη, για το σχεδιασμό της στρατηγικής της ενέργειας, την υλοποίηση αλλά και την επικοινωνιακή αξιοποίησή της με αντίστοιχες ενέργειες προς τα MME. Η ενέργεια που θα υποβληθεί δε θα πρέπει να αποτελεί μέρος μιας μεγαλύτερης καμπάνιας.

## Εκδηλώσεις / Experiential Events

### Περιλαμβάνει:

1. Εκδηλώσεις που διοργανώνονται για την ανάπτυξη της εικόνας και των σχέσεων μιας επιχείρησης/οργανισμού ή την προβολή προϊόντων ή υπηρεσιών προς στοχευμένα κοινά ή το ευρύ κοινό.
2. Καμπάνιες δημοσίων σχέσεων που αξιοποιούν συναυλίες, φεστιβάλ, αθλητικές διοργανώσεις, εκθέσεις, live online streamed events κτλ. με σκοπό να προσδώσουν αξία και φήμη σε ένα brand ή επικοινωνιακό project στο πλαίσιο μίας ευρύτερης στρατηγικής δημοσίων σχέσεων.

## Integrated Campaigns Led by PR

Ολοκληρωμένα προγράμματα επικοινωνίας που ξεκινούν ή κατευθύνονται από τις Δημόσιες Σχέσεις. Τα προγράμματα πρέπει να αναπτύσσονται σε διαφορετικά μέσα / κανάλια επικοινωνίας, αλλά να είναι ξεκάθαρος ο κυρίαρχος ρόλος των Δημοσίων Σχέσεων. Οι υποψηφιότητες θα κριθούν βάσει του βαθμού που έχουν επιτύχει να ενοποιήσουν τα διαφορετικά κανάλια επικοινωνίας σε όλο το φάσμα της καμπάνιας και πρέπει να επιδείξουν πόσο καλά τα διαφορετικά μέσα συμπληρώνουν το ένα το άλλο ώστε να επικοινωνήσουν με επιτυχία το μήνυμα του brand ή/και να αλλάξουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή.

## 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/εξέλιξης της, που έχει αναπτυχθεί στην Ελλάδα. Δεν θεωρείται διεθνές concept μια διεθνής στρατηγική κατεύθυνση, όπως για παράδειγμα ένα slogan.

Οι συμμετέχουσες εταιρίες θα πρέπει απαραίτητα να καταθέτουν υλικό από το εξωτερικό προκειμένου να είναι εμφανής η διαφοροποίηση της ελληνικής εκδοχής.

*Σε όλες τις κατηγορίες η συμμετέχουσα εταιρία θα πρέπει να έχει την ευθύνη, για το σχεδιασμό της στρατηγικής της ενέργειας, την υλοποίηση αλλά και την επικοινωνιακή αξιοποίησή της με αντίστοιχες ενέργειες προς τα ΜΜΕ.*



Δ Υπερείδου 7  
105 58 Αθήνα

T 210 32.46.215  
F 210 32.46.880

E events@edee.gr  
www.ermisawards.gr

## Όροι Συμμετοχής

Στην Ενότητα Ermis PR δικαίωμα συμμετοχής έχουν εταιρίες που εδρεύουν στην Ελλάδα και στην Κύπρο και είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων.

Δικαίωμα συμμετοχής στα Ermis Awards έχουν τα έργα που παρουσιάστηκαν για πρώτη φορά κατά το διάστημα από **1 Δεκεμβρίου 2015 έως και 15 Δεκεμβρίου 2016.**

Στην ενότητα Ermis PR, διαγωνίζονται πρωτότυπα έργα επικοινωνίας, που απαραίτητα προωθούν μάρκες, προϊόντα ή υπηρεσίες. Δεν πρέπει να προσαρμόζουν ή να αναπαράγουν προγενέστερες δημιουργικές ιδέες για το ίδιο ή και για άλλο προϊόν, μάρκα ή υπηρεσία.

Ένα πρόγραμμα μπορεί να υποβληθεί είτε ως σύνολο σε μια κατηγορία και ένα μέρος του σε μια από τις υπόλοιπες, είτε όλα τα μέρη του αυτοτελώς στις κατηγορίες που αυτά εντάσσονται.

Κάθε νομικό ή φυσικό πρόσωπο έχει δικαίωμα **απεριόριστου αριθμού συμμετοχών** ανά Κατηγορία/Ομάδα.

Σε περίπτωση που το ίδιο έργο υποβληθεί από περισσότερα από ένα νομικά πρόσωπα, η διοργάνωση διατηρεί το δικαίωμα να κρίνει ποια συμμετοχή θα αποδεχθεί. Εφόσον το υποβληθέν προς βράβευση έργο έχει εκπονηθεί στα πλαίσια Κοινοπραξίας, προκειμένου να συμμετάσχει στη διαγωνιστική διαδικασία, θα πρέπει ανυπερθέτως να καθορίζεται διά ομοφώνου εγγράφου δηλώσεως των μελών της Κοινοπραξίας το πρόσωπο στο οποίο ανήκει το έργο. Εφόσον δεν υφίσταται η παραπάνω ομόφωνη δήλωση των μελών της Κοινοπραξίας, το έργο δεν συμμετέχει στην διαγωνιστική διαδικασία.

Καθίσταται σαφές ότι ο υποβάλλων τη συμμετοχή είναι αυτός που είχε την ιδέα και όχι αυτός που είχε την ευθύνη υλοποίησής της. Σε περίπτωση που η ιδέα ανήκει από κοινού σε δύο ή/και περισσότερες εταιρίες, θα πρέπει η συμμετοχή να υποβληθεί από κοινού. Επισημαίνεται ότι στο δελτίο συμμετοχής πρέπει να αναγράφονται οι συνεργάτες/συντελεστές που είχαν ουσιαστικό ρόλο στη δημιουργική σύλληψη ή/και υλοποίηση του υποβληθέντος προγράμματος.

Στην Ενότητα Ermis PR κάθε Κατηγορία/Ομάδα για να κριθεί αυτοτελώς στο **Πρώτο και Δεύτερο Στάδιο Κρίσης** πρέπει να αποτελείται από τουλάχιστον **1 συμμετοχή**. Η διοργάνωση 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 τις συμμετέχουσες εταιρίες διευκρινίσεις αναφορικά με τις συμμετοχές.

## Τρόπος Υποβολής Έργων

Η υποβολή συμμετοχής στην Ενότητα Ermis PR γίνεται on line μέσα από το site [www.ermisawards.gr](http://www.ermisawards.gr).

<b>ΒΗΜΑ 1</b>	Έχει συμπληρωθεί πλήρως και υποβληθεί το σχετικό <b>Δελτίο Συμμετοχής</b> (επί Κοινοπραξίας, απαιτείται επιπλέον η ομόφωνη έγγραφη δήλωση των μελών της περί της πατρότητας του έργου).	ONLINE
<b>ΒΗΜΑ 2</b>	Έχουν υποβληθεί τα <b>δημιουργικά και άλλα υλικά</b> (σύμφωνα με τις προδιαγραφές του Κανονισμού).	ONLINE
<b>ΒΗΜΑ 3</b>	Έχει οριστικοποιηθεί η λίστα των συμμετοχών μιας εταιρίας ( <b>Συγκεντρωτική Κατάσταση</b> )	ONLINE
<b>ΒΗΜΑ 4</b>	Η <b>Συγκεντρωτική Κατάσταση</b> (όπως αυτή <u>εκτυπώνεται</u> από το site και <u>υπογράφεται</u> από τον νόμιμο εκπρόσωπο της εταιρίας) <b>υποβάλλεται στα γραφεία της ΕΔΕΕ.</b>	<b>ΕΔΕΕ</b> Υπερείδου 7, 105 58 Αθήνα, υπόψη Γραμματείας Ermis Awards, τηλ.: 210-3246.215-7
<b>ΒΗΜΑ 5</b>	Έχει εξοφληθεί το <b>τέλος συμμετοχής</b> που αναφέρεται στη Συγκεντρωτική Κατάσταση, όπως αυτή προκύπτει από το site.	Τα τέλη συμμετοχής εξοφλούνται μόνο με επιταγή ημέρας ή μετρητά, ή κατατίθενται στο λογαριασμό της ΕΔΕΕ στην ALPHA BANK 120-00-2320-000958 IBAN: GR 63 0140 1200 1200 0232 0000 958 Η κατάθεση θα πρέπει να αναγράφει την επωνυμία της εταιρίας στην οποία θα εκδοθεί το αντίστοιχο τιμολόγιο.

Αν ένα έργο διαγωνίζεται σε περισσότερες από μια Κατηγορίες/Ομάδες, τότε αυτό υποβάλλεται ξεχωριστά σε κάθε μία εξ αυτών.

## Υποστηρικτικά Υλικά Συμμετοχών

### Υποχρεωτικά

1. Παρουσίαση Έργου PR (*Αρχείο Word*)
2. *Key Visual* της συμμετοχής  
*Μια χαρακτηριστική εικόνα της συμμετοχής που θα χρησιμοποιηθεί για την προβολή του έργου στο website της διοργάνωσης.*

### Προαιρετικά

1. Video, μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών, με μια σύντομη παρουσίαση της κάθε συμμετοχής.
2. Αν το δημιουργικό υλικό μιας συμμετοχής περιλαμβάνει φωτογραφίες, θα πρέπει να ενσωματωθούν στο αρχείο word (στο πεδίο 10. Δημιουργικό Υλικό).
3. Αντικείμενα, προωθητικά πακέτα και κατασκευές μπορούν να ενταχθούν στην έκθεση word υπό μορφή φωτογραφίας.

### Προσοχή

- Η χρησιμοποίηση του word template που παρέχει η διοργάνωση και είναι διαθέσιμο στο [www.ermisawards.gr](http://www.ermisawards.gr), καθώς και η τήρηση των οδηγιών που αυτό περιλαμβάνει, είναι υποχρεωτικά.
- Σε κανένα σημείο της έκθεσης ή του Video δεν πρέπει να αναφέρεται το όνομα της συμμετέχουσας εταιρίας.

## Τεχνικά Χαρακτηριστικά των αρχείων

Τα παρακάτω χαρακτηριστικά αφορούν τις ελάχιστες προδιαγραφές των αρχείων που πρέπει να κατατεθούν online.

### **Key Visual**

Jpg 516x516 px RGB

### **Video**

MP4 -

Codec: H.264

Frame rate: 25Fps

Resolution: 1024 x 576 PAL 16:9

Bit Rate: 10 mb/s

Audio: ACC

### **Ραδιόφωνο:**

MP3

Bit rate minimum 192 kbps,

### **Url**

Θα πρέπει να υποβάλλονται σε πραγματικό περιβάλλον (direct link στο δημιουργικό).

## Τέλη Συμμετοχής

Για την Ενότητα Ermis PR, το τέλος συμμετοχής ορίζεται σε €200 συν ΦΠΑ

### Κλίμακες Εκπτώσεων

Στην Ενότητα Ermis PR, 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 εταιρίες μέλη της ΕΔΕΕ.

## Τα Βραβεία

### Ermis Finalist

Διάκριση για τις συμμετοχές που προκρίνονται στο Δεύτερο Στάδιο Κρίσης.

### Ermis Bronze, Ermis Silver και Ermis Gold

Ανάγλυφες πλακέτες που απονέμονται κατά το Δεύτερο Στάδιο Κρίσης.

### Grand Ermis

Ανάγλυφη πλακέτα που απονέμεται κατά το Τρίτο Στάδιο Κρίσης.

### PR Agency of the Year

Τιμητική Διακρίση για την Εταιρία Επικοινωνίας, οι βραβεύσεις της οποίας στην Ενότητα Ermis PR συγκέντρωσαν την υψηλότερη βαθμολογία.\*

### Client of the Year

Τιμητική Διάκριση για το διαφημιζόμενο, οι βραβεύσεις του οποίου σε όλες τις ενότητες των Ermis Awards (εξαιρουμένης της ενότητας Ermis Production) συγκέντρωσαν την υψηλότερη βαθμολογία.\*

\*Δείτε στην εισαγωγή του κανονισμού την κλίμακα βαθμολογίας και τους όρους ανάδειξης των τιμητικών διακρίσεων.

*Όλα τα Βραβεία/ Διακρίσεις των Ermis Awards απονέμονται στο όνομα του νομικού ή φυσικού προσώπου που υπέβαλε νομίμως τη δήλωση συμμετοχής για το βραβευμένο έργο, εφόσον δε πρόκειται περί έργου εκπονηθέντος στα πλαίσια Κοινοπραξίας, στο όνομα του νομικού προσώπου του οποίου - σύμφωνα με την προσκομισθείσα υπογεγραμμένη από όλα τα μέρη της Κοινοπραξίας δήλωση - το έργο απετέλεσε εξ ολοκλήρου δημιουργικό προϊόν.*





Δ Υπερείδου 7  
105 58 Αθήνα

T 210 32.46.215  
F 210 32.46.880

E [events@edee.gr](mailto:events@edee.gr)  
[www.ermisawards.gr](http://www.ermisawards.gr)

## Στάδια Κρίσης & Βαθμολόγηση

Η διαδικασία αξιολόγησης της Ενότητας Ermis Media έχει τέσσερα στάδια κρίσης:

### Πρώτο Στάδιο Κρίσης:

Αναδεικνύονται οι Ermis Finalist, δηλαδή όσα από τα αρχικά υποβληθέντα έργα συγκέντρωσαν τουλάχιστον 50% θετικών ψήφων (NAI).

### Δεύτερο Στάδιο Κρίσης:

Ανακηρύσσονται τα βραβεία Ermis Bronze, Ermis Silver και Ermis Gold από το σύνολο των Ermis Finalist. Τα μέλη της επιτροπής, 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. Για να βραβευθεί ένα έργο θα χρειαστεί την ψήφο των 2/3 της επιτροπής.

### Τρίτο Στάδιο Κρίσης:

Η Κριτική Επιτροπή επιλέγει αν θέλει να απονεμίσει 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, καθώς και το χρυσό της κατηγορίας Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept.

Έργα που βραβεύονται με Grand Ermis διατηρούν τα Ermis Gold στην Κατηγορία τους.

### Τέταρτο Στάδιο της διαδικασίας:

Ανακηρύσσονται οι διακρίσεις PR Agency of the Year & Client of the Year.

## Επιτροπές

### Κριτική Επιτροπή

Τουλάχιστον 11 μέλη με απαρτία τα 8 μέλη

### Επιτροπή Ενστάσεων

Για την Ενότητα Ermis PR, 7μελής Επιτροπή Ενστάσεων με απαρτία 5 μέλη, αποτελούμενη από τον Πρόεδρο της ΟΕ Ermis Awards, 2 μέλη της ΟΕ Ermis Awards και μέλη της Διοικούσας Επιτροπής του Τομέα Δημοσίων Σχέσεων της ΕΔΕΕ.