

Τα Ermis Digital διοργανώνονται από την ΕΔΕΕ, με την υποστήριξη του Συμβουλίου Ψηφιακής Επικοινωνίας Ελλάδος (ΕΔΕΕ Digital).

Κατηγορίες

<h3>A. Web Campaigns</h3> <p>Online campaigns που έχουν χρησιμοποιήσει τουλάχιστον δύο εκτελέσεις στο web, όπως 1 website, 1 online video, 1 online διαφήμιση, κ.α. Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί <u>μόνο σε μία</u> από τις παρακάτω ομάδες.</p>	<h3>Υποστηρικτικό Υλικό</h3>
<h4>A01. Food</h4> <p>Ενδεικτικά: λάδια, βούτυρα, μαργαρίνες, αλλαντικά, σάλτσες, μαγιονέζες, ζυμαρικά, ψωμιά, αρτοσκευάσματα, κονσέρβες, κατεψυγμένα τρόφιμα, έτοιμα φαγητά, γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα, δημητριακά, μπισκότα, σοκολατοειδή, τούρτες, γλυκίσματα, καραμέλες, τσίχλες, κάθε είδους σνακ, κρουασάν, πατατάκια, παγωτά</p>	<h4><u>Υποχρεωτικά:</u></h4> <ul style="list-style-type: none"> • Key Visual jpeg 516x516 px RGB • Παρουσίαση Συμμετοχής (συμπληρωμένο word template)
<h4>A02. Drinks</h4> <p>Ενδεικτικά: ούισκι, τζιν, βότκα, μπίρες, κρασιά, RTDs, καφές, χυμοί, αναψυκτικά, εμφιαλωμένα νερά, τσάι, ροφήματα</p>	<h4><u>Προαιρετικά:</u></h4> <ul style="list-style-type: none"> • Case Study Video μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών
<h4>A03. Consumer Products & Retail Spaces</h4> <p>Ενδεικτικά: καλλυντικά, αρώματα, σαμπουάν, κρέμες μαλλιών, βαφές μαλλιών, κρέμες σώματος, σερβιέτες, παιδικές πάνες, σαπούνια, οδοντόκρεμες, διαλύματα, χαρτιά υγιείας, χαρτομάντιλα, αναλγητικά, βιταμινούχα σκευάσματα, φυτικές ίνες, καραμέλες λαϊμού, έμπλαστρα, προφυλακτικά, ξυριστικές μηχανές, ξυραφάκια, τεστ εγκυμοσύνης, άλλα προϊόντα φαρμακείου, είδη περιποίησης ζώων, ρούχα ανδρικά, γυναικεία ή παιδικά, πιτζάμες, εσώρουχα, υποδήματα, αθλητικά υποδήματα, αθλητικά είδη και ρουχισμός, ρολόγια, κοσμήματα, δερμάτινα είδη, οπτικά είδη, είδη ταξιδιού, καθαριστικά, απορρυπαντικά, αρωματικά χώρου, εντομοαπωθητικά, χαρτιά κουζίνας, βαφές υποδημάτων, χρώματα, βούρτσες, αυτοκόλλητα, σκούπες, σφουγγαρίστρες, σανίδες σιδερώματος, μικροσυσκευές, λευκές συσκευές, μαύρες συσκευές, ηλεκτρικά είδη, μπαταρίες (εκτός αυτοκινήτου), έπιπλα και στολισμός σπιτιού, κλιματιστικά, κασέτες ήχου και εικόνας, CDs, DVDs, βιντεοκάμερες, φωτογραφικές μηχανές και φιλμ, φωτιστικά, εργαλεία, έπιπλα κήπου, διακοσμητικά, συστήματα ασφαλείας, θερμαντικά, λευκά είδη, χαλιά, δομικά υλικά, έπιπλα γραφείου, αναλώσιμα είδη γραφείου, υπολογιστές, κινητά τηλέφωνα, tablets, hardware, software, καταστήματα, πολυκαταστήματα, εστιατόρια γρήγορης εστίασης, αλυσίδες εστιατορίων, καφετέριες, ινστιτούτα ομορφιάς, κομμωτήρια, καταστήματα καλλυντικών, φαρμακεία, πολυκαταστήματα, supermarkets, online αγορές, δημοπρασίες</p>	<h4><u>Προδιαγραφές video (maximum)</u></h4> <p>Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 25mb/s Audio: AAC</p>
<h4>A04. Automotive & Related Products</h4> <p>Ενδεικτικά: αυτοκίνητα, τζιπ, μηχανές, μηχανοκίνητα οχήματα, ανταλλακτικά, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, επισκευές, συστήματα navigation, πετρελαιοειδή, καύσιμα, λιπαντικά και σχετικά προϊόντα και υπηρεσίες</p>	
<h4>A05. Financial & Insurance Services & Products</h4> <p>Ενδεικτικά: τραπεζικά προϊόντα ή υπηρεσίες, ασφαλιστικά προϊόντα ή υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, επενδύσεις, ακίνητα, leasing, δάνεια, επενδυτικά προϊόντα, ασφάλειες ζωής, ασφάλειες αυτοκινήτου</p>	
<h4>A06. Travel, Tourism, Entertainment & Leisure</h4> <p>Ενδεικτικά: ταξίδια, ταξιδιωτικοί προορισμοί, ταξιδιωτικά πρακτορεία, ξενοδοχεία, εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων, παιδικά παιχνίδια, παιχνίδια για ενήλικες, ηλεκτρονικά παιχνίδια, τυχερά παιχνίδια, λαχεία, γυμναστήρια, κέντρα ψυχαγωγίας, χώροι αναψυχής, catering, θεματικά πάρκα, ταινίες, κινηματογράφοι, θέατρα, μουσεία, ποδήλατα, αεροπορικές εταιρίες, ναυτιλιακές εταιρίες, μέσα συγκοινωνίας</p>	



<p>A07. Commercial Public Services Ενδεικτικά: Τηλεπικοινωνίες, ISPs, κατάλογοι & ευρετήρια, ταχυδρομεία, ενέργεια, ύδρευση, δημόσιες αρχές - φορείς και οργανισμοί, εκπαίδευση, ιατρική, θεραπευτήρια</p>	
<p>A08. Sponsorships, Cultural Events & CSR Ενδεικτικά: πολιτιστικές και αθλητικές εκδηλώσεις, χορηγίες, ενέργειες CSR</p>	
<p>A09. Charities, Public Awareness Messages ιδρύματα με κοινωνική σκοπό καθώς και κάθε είδους ενέργεια που έχει ως στόχο την ευαισθητοποίηση του κοινού για ένα κοινωνικό σκοπό</p>	

B. Websites Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί μόνο σε <u>μία</u> από τις παρακάτω ομάδες.	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>B01. Corporate Sites Εταιρικά sites που έχουν στόχο να ενημερώσουν το κοινό για την εκάστοτε επιχείρηση.</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: 25mb/s Audio: AAC</p>
<p>B02. Brand Sites Sites ολοκληρωμένης παρουσίασης μιας μάρκας ή ενός προϊόντος.</p>	
<p>B03. Campaign Sites Sites που έχουν στόχο να προωθήσουν μια συγκεκριμένη καμπάνια ενός προϊόντος / υπηρεσίας.</p>	
<p>B04. Media & Publications Sites με κύριο αντικείμενο την παραγωγή περιεχομένου και την ενημέρωση.</p>	
<p>B05. E-commerce & Marketplaces Sites και πλατφόρμες επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε χώρους όπως οι online πωλήσεις προϊόντων ή υπηρεσιών, οι αγγελίες, οι υπηρεσίες σύγκρισης τιμών προϊόντων ή και υπηρεσιών (price comparison sites), οι online κατάλογοι (directories), online υπηρεσίες θεματικές ή μη.</p>	
<p>B06. Social Awareness Sites Sites ιδρυμάτων με κοινωνική σκοπό, ενεργειών CSR και ενεργειών που έχουν στόχο την ευαισθητοποίηση του κοινού για ένα κοινωνικό σκοπό.</p>	
<p>B07. Self-Promotion Sites Sites / microsites εταιριών επικοινωνίας.</p>	



<h2>Γ. Online Ad</h2> <p>Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί <u>μόνο σε μία</u> από τις παρακάτω ομάδες.</p>	<h2>Υποστηρικτικό Υλικό</h2>
<p>Γ01. Web Banners (Fixed - Standard Dimension banners / Expanding / Floating Ads / Take-overs) Βραβεύονται τα πιο δημιουργικά banners ανεξαρτήτως τεχνικής υλοποίησης (πχ video banner ή χρήση φόρμας επικοινωνίας κλπ). Διαγωνίζονται μεμονωμένα banners και όχι σειρά banners που μπορούν να υποβληθούν στα Web Campaigns.</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: 25mb/s Audio: AAC</p>
<p>Γ02. Native Advertising Στρατηγική τοποθέτηση branded περιεχομένου σε <u>digital πλατφόρμες τρίτων</u> (social media και websites), σχεδιασμένου με τέτοιο τρόπο ώστε να κάνει δημιουργική χρήση του περιεχομένου του εκάστοτε περιβάλλοντος (π.χ online advertorials, sponsored content, in-feed ads, product placement, branded content, native video, preroll videos, carousels, sponsored stories).</p> <p><u>Ενέργειες που αφορούν content placement σε social media που ανήκουν στο ίδιο το brand διαγωνίζονται στην ομάδα, Social Media/Δ05. Content placement.</u></p>	
<h2>Δ. Social Media</h2> <p>Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί σε <u>έως 2</u> από τις παρακάτω ομάδες</p>	<h2>Υποστηρικτικό Υλικό</h2>
<p>Δ01. Response / Real-Time Activity Social media ενέργειες που χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης με στόχο να απαντήσουν σε πραγματικά γεγονότα, κρίσεις, ή άλλες δραστηριότητες, με τρόπο δημιουργικό ώστε να προκαλέσουν το κοινό να τις μοιραστεί.</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: 25mb/s Audio: AAC</p>
<p>Δ02. Innovative Use of Social or Community Δημιουργική χρήση μιας συγκεκριμένης πλατφόρμας social media. Η δημιουργική ιδέα θα πρέπει να είναι σχεδιασμένη με τέτοιο τρόπο ώστε να λειτουργεί μόνο στο συγκεκριμένο μέσο για το οποίο έχει δημιουργηθεί.</p>	
<p>Δ03. User Generated Content Ενέργειες που έχουν σχεδιαστεί με σκοπό να εμπλέξουν το κοινό ή μία συγκεκριμένη κοινότητα, ενθαρρύνοντάς τους χρήστες να συμβάλουν στην προώθηση μιας μάρκας μέσα από την παραγωγή περιεχομένου.</p>	
<p>Δ04. Influencers Ενέργειες στα social media που χρησιμοποιούν influencers (celebrities, content creators κ.λπ.) προκειμένου να εμπλέξουν συγκεκριμένα κοινά και να συμβάλουν στην προώθηση μιας μάρκας.</p>	
<p>Δ05. Content Placement (including Copy/Image/Audio/Video placement) Περιεχόμενο και στρατηγική δημοσίευσης περιεχομένου στα social media. Το περιεχόμενο μπορεί να έχει οποιαδήποτε μορφή όπως εικόνες, video ή κείμενο και σκοπός του είναι να οδηγήσει ή ενισχύσει μια καμπάνια στα social media.</p>	
<p>Δ06. Long term Community Building/Management Ολοκληρωμένη παρουσία μιας μάρκας στα social media με στόχο να εμπλέξει, να χτίσει ή να διατηρήσει μια online κοινότητα, ενισχύοντας τη σχέση της με το κοινό. Θα εξεταστούν τα επίπεδα engagement, το ποσοστό των ενεργών χρηστών και η στόχευση της συζήτησης ανά κοινό. Δεν διαγωνίζονται μεμονωμένες καμπάνιες αλλά ολοκληρωμένες παρουσίες σε μια ή περισσότερες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.</p>	



E. Mobile Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί <u>μόνο σε μία</u> από τις παρακάτω ομάδες.	Υποστηρικτικό Υλικό
E01. Commercial Services Mobile applications με κύριο αντικείμενο την προβολή και ανάπτυξη των υπηρεσιών ενός brand.	Υποχρεωτικά: <ul style="list-style-type: none"> • Key Visual jpeg 516x516 px RGB • Παρουσίαση Συμμετοχής (συμπληρωμένο word template) • Case Study Video μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών ή 5 τουλάχιστον screenshots (jpeg) ή Link σε περιβάλλον windows ή mac <i>Οι κριτές θα δουν τα δημιουργικά των έργων μέσα από mobile devices.</i>
E02. Consumers Goods Mobile applications με κύριο αντικείμενο την προβολή και παρουσίαση προϊόντων και καταναλωτικών αγαθών.	
E03. Media & Publications & Content Mobile applications με κύριο αντικείμενο την παραγωγή περιεχομένου και την ενημέρωση.	
E04. E-Commerce & Marketplaces Mobile applications που δραστηριοποιούνται στο χώρο online πωλήσεων ή που παρέχουν υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων ή υπηρεσιών.	
ΣΤ. Online Film Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί <u>μόνο σε μία</u> από τις παρακάτω ομάδες.	Υποστηρικτικό Υλικό
ΣΤ01. Social Video / Durable Videos που έχουν δημιουργηθεί ειδικά για το Internet με σκοπό να μοιραστούν ευρέως από τους ίδιους τους χρήστες. Ενδεικτικά: 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, δίκτυα, σκάφη, εξωλέμβιες μηχανές, φορτηγά.	Υποχρεωτικά: <ul style="list-style-type: none"> • Key Visual jpeg 516x516 px RGB • Παρουσίαση Συμμετοχής (συμπληρωμένο word template) Προαιρετικά: <ul style="list-style-type: none"> • 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: 25mb/s Audio: AAC
ΣΤ02. Social Video / Non Durable Videos που έχουν δημιουργηθεί ειδικά για το Internet με σκοπό να μοιραστούν ευρέως από τους ίδιους τους χρήστες. 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.	
ΣΤ03. Social Video / Services Videos που έχουν δημιουργηθεί ειδικά για το Internet με σκοπό να μοιραστούν ευρέως από τους ίδιους τους χρήστες. Ενδεικτικά: τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρίες, leasing, συγχωνεύσεις εταιριών, εισαγωγές στο Χρηματιστήριο, κατάλογοι υπηρεσιών επαγγελματιών, εταιρίες διανομών και μεταφορών, εταιρίες security, αεροδρόμια, αεροπορικές εταιρίες, ναυτιλιακές εταιρίες, ταξιδιωτικά γραφεία, υπηρεσίες οδικής βοήθειας, σχολές, εταιρίες πετρελαιοειδών, συγκοινωνίες.	
ΣΤ04. Social Video / Under 30" Videos, με μέγιστη διάρκεια 30", που έχουν δημιουργηθεί ειδικά για το Internet με σκοπό να μοιραστούν ευρέως από τους ίδιους τους χρήστες.	
ΣΤ05. Interactive Film Online interactive video που έχουν τουλάχιστον ένα είδος διάδρασης από τα ακόλουθα: παραμετροποίηση από τους χρήστες, διαφορετική υπόθεση, συνομιλία με τους χρήστες, ανακάλυψη	
ΣΤ06. Webisodes / Series Σειρά από μη διαδραστικά online video ή επεισόδια.	



Z. Craft & Function	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>Z01. Games Online Games τα οποία διαθέτουν ολοκληρωμένο gameplay και έχουν στόχο την προώθηση μιας μάρκας.</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: 25mb/s Audio: AAC</p>
<p>Z02. User Interface Design Έργα που παρουσιάζουν μία ολοκληρωμένη φιλοσοφία διάδρασης με τον χρήστη μέσα από ένα ευρηματικό και ταυτόχρονα λειτουργικό user interface.</p>	
<p>Z03. Innovative Use of Technology Η αξιοποίηση μιας τεχνολογίας (νέας ή υφιστάμενης) με πρωτότυπο δημιουργικό τρόπο με στόχο να αυξηθεί η συνολική εμπειρία και η συναισθηματική εμπλοκή του χρήστη με το brand. Ενδεικτικές τεχνολογίες: virtual reality, augmented reality, IoT hardware, 3D models, WebGL, κ.α.</p>	
<p>Z04. Omni-Channel Experience Design Έργα τα οποία συνδυάζουν cross-channel υλοποιήσεις για να συγκροτήσουν μια ενιαία διαδραστική εμπειρία στον χρήστη με ένα προϊόν ή υπηρεσία. Απαιτείται η συνεργασία 2 ή περισσότερων υλοποιήσεων όπως websites & mobile apps, wearable tech, physical or digital installations, retail experiences, traditional media, κ.α.</p>	
<p>Z05. Interactive digital installations / Exhibitions / In-Outdoor / Outdoor Ψηφιακή εγκατάσταση ή ψηφιακό billboard σε δημόσιο χώρο ή vending machine που έχουν στόχο την προώθηση μιας μάρκας ή μιας υπηρεσίας.</p>	
<p>Z06. Mobile Experience Έργα που αναδεικνύουν τον σχεδιασμό ενός mobile app ή mobile site με έμφαση στο ευρηματικό user interface και την αποτελεσματική και λειτουργική ανάδειξη του περιεχομένου ή της ιδέας. Mobile first έργα που παρουσιάζουν μία ολοκληρωμένη εμπειρία διάδρασης ειδικά προσαρμοσμένης στις κινητές συσκευές.</p>	
H. Integrated Multi-Platform Campaign	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>H01. Consumer Goods</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: 25mb/s Audio: AAC</p>
<p>H02. Services, Corporate Image & Sponsorships</p>	



Θ. Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept <small>Έργα Δ. Concept δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής σε άλλη Κατηγορία / Ομάδα.</small>	Υποστηρικτικό Υλικό
<p>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.</p> <p>Η υποβάλλουσα εταιρία <u>θα πρέπει απαραίτητα να καταθέτει υλικό από το εξωτερικό</u> προκειμένου να είναι εμφανής η διαφοροποίηση της ελληνικής εκδοχής.</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: 25mb/s Audio: AAC</p>

Προσοχή:

- **ΟΛΕΣ** οι ενέργειες θα πρέπει να υποβάλλονται σε πραγματικό περιβάλλον και θα πρέπει να παραμένουν online κατά τη διάρκεια της ψηφοφορίας και μέχρι την ημέρα της Τελετής Απονομής των Βραβείων στην ενότητα Ermis Digital.
- Κανένα υποψήφιο έργο δεν μπορεί να αλλάξει ολοκληρωτικά δομή, πλοήγηση και κυρίως εμφάνιση κατά την διάρκεια της ψηφοφορίας. Επιτρέπονται αλλαγές ή ανανεώσεις μόνο στο καθαρά πληροφοριακό / ειδησεογραφικό περιεχόμενο (κείμενα / φωτογραφίες).
- Επειδή τυχόν ολική αλλαγή του έργου ή του κώδικα του έργου κατά τη διάρκεια της ψηφοφορίας μπορεί να επηρεάσει την ψηφοφορία, σε τέτοια περίπτωση η Οργανωτική Επιτροπή έχει το δικαίωμα να αποσύρει εντελώς το συγκεκριμένο έργο από τον διαγωνισμό, χωρίς την επιστροφή του αντιτίμου της συμμετοχής ενημερώνοντας τον νόμιμο αρμόδιο της υποψηφιότητας.
- Σε περίπτωση που επιβάλλεται κάποιο υποψήφιο έργο να αλλάξει εντελώς την εμφάνιση ή τον κώδικά του κατά την διάρκεια της ψηφοφορίας, τότε πρέπει η υποβάλλουσα εταιρία να κάνει τις παρακάτω ενέργειες: να ενημερώσει αμέσως την διοργάνωση σχετικά με την πρόθεσή αυτή, ακολούθως να τοποθετήσει ΟΛΟ ΤΟ ΠΑΛΙΟ ΕΡΓΟ που εξακολουθεί να είναι υποψήφιο σε κάποιο άλλο σημείο ή directory στο server στον οποίο φιλοξενείται αυτό και να γνωστοποιήσει αμέσως τη νέα διεύθυνση (url path) στην οποία βρίσκεται το έργο ώστε να ενημερωθεί η ανάλογη υποψηφιότητα στο site του Διαγωνισμού.
- 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 εκτυπώνεται 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

Για την Ενότητα Ermis Digital, το τέλος συμμετοχής ορίζεται σε **€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

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

Κλίμακες Εκπτώσεων

Στην Ενότητα Ermis Digital 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

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.

Στάδια Κρίσης & Βαθμολόγηση

Η διαδικασία αξιολόγησης της Ενότητας Ermis Digital 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:

Οι δύο κριτικές επιτροπές, σε κοινή συνεδρίαση, επιλέγουν το Grand Ermis της ενότητας. Η κοινή επιτροπή μπορεί να βραβεύσει με Grand Ermis περισσότερα από ένα έργα, εφόσον κριθεί ότι υπάρχουν περισσότερα από ένα έργα που αποτελούν σημείο αναφοράς για τη χρονιά. Τα Grand Ermis ανακηρύσσονται μεταξύ των έργων που βραβεύτηκαν, με Ermis Gold και έχουν προταθεί για το βραβείο (Grand Ermis), μετά από συζήτηση και μυστική ψηφοφορία από την κάθε κριτική επιτροπή. Εξαιρούνται τα έργα που έλαβαν Ermis Gold στην κατηγορία «Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept» καθώς και όλα τα έργα που αφορούν αυτοδιαφήμιση ή κοινωνικό μήνυμα.

Τέταρτο Στάδιο της διαδικασίας:

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

Επιτροπές

Κριτικές Επιτροπές

- Web Campaigns, Online Film, Social Media, Διεθνές Concept & Integrated Multi-platform Campaign
Τουλάχιστον 11 μέλη με απαρτία τα 8 μέλη
- Websites, Mobile, Online Ad, Craft & Function
Τουλάχιστον 11 μέλη με απαρτία τα 8 μέλη

Επιτροπή Ενστάσεων

Για την Ενότητα Ermis Digital, 7μελής Επιτροπή Ενστάσεων με απαρτία 5 μέλη, αποτελούμενη από 1 μέλος της Οργανωτικής Επιτροπής των Ermis Awards και 6 επαγγελματίες του ευρύτερου χώρου του Digital, εντός ή εκτός ΕΔΕΕ.