



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.

Μια σειρά από κριτήρια θα ληφθούν υπόψη κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης των έργων, σταθμισμένα με τον παρακάτω τρόπο: **Ιδέα: 40%** - **Στρατηγική: 20%** - **Υλοποίηση: 20%** - **Αποτελέσματα: 20%**.

Κατηγορίες	Υποστηρικτικό Υλικό
<p><b>A. Fiction &amp; Non Fiction (All Channels)</b></p> <p>Μεμονωμένες πρωτότυπες ταινίες, video, ντοκιμαντέρ, εκπομπές στον κινηματογράφο, την τηλεόραση ή online, που έχουν παραχθεί για λογαριασμό ενός brand και έχουν ως θέμα τους περιεχόμενο μυθοπλασίας ή πραγματικά/ρεαλιστικά γεγονότα που προάγουν τις αξίες της μάρκας.</p> <p><u>Τα μέρη μιας σειράς που διαγωνίζεται στην κατηγορία Series / Fiction &amp; Non Fiction, δε μπορούν να διαγωνιστούν και ως μεμονωμένα στην κατηγορία Fiction all Channels.</u></p>	<p><b>Υποχρεωτικά:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Key Visual</b> jpg 516x516 px RGB</li> <li>• <b>Παρουσίαση Συμμετοχής</b> (συμπληρωμένο word template)</li> </ul> <p><b>Προαιρετικά:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Case Study Video</b> μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών</li> </ul> <p>Προδιαγραφές video (maximum)</p> <p>Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC</p>
<p><b>B. Series / Fiction &amp; Non Fiction</b></p> <p>Αποκλειστικά σειρές από πρωτότυπες ταινίες, Video μυθοπλασίας, ντοκιμαντέρ, εκπομπές και video, στον κινηματογράφο, την τηλεόραση ή online, που έχουν παραχθεί για λογαριασμό ενός brand και προάγουν το ίδιο ή τις αξίες του.</p> <p><u>Τα μέρη μιας σειράς, που έχει υποβληθεί στη συγκεκριμένη κατηγορία, απαγορεύεται να διαγωνιστούν και ως μεμονωμένα στην κατηγορία Fiction &amp; Non Fiction (All Channels).</u></p>	
<p><b>Γ. Brand Integration into Existing Program</b></p> <p>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.</p> <p><u>Έργα που αφορούν product placement, προτείνεται να κατατεθούν στην Ενότητα Media.</u></p>	
<p><b>Δ. Live Brand Experience</b></p> <p>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.</p>	
<p><b>E. Digital &amp; Mobile Experience</b></p> <p>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.</p>	
<p><b>ΣΤ. Use or Integration of Music</b></p> <p>Δημιουργία, χρήση ή integration μουσικού περιεχομένου, μουσικού προγράμματος ή τραγουδιού</p>	



## Z. 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)

## H. Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept

Έργα Δ. Concept δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής σε άλλη κατηγορία / ομάδα.

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.

Η υποβάλλουσα εταιρία θα πρέπει απαραίτητα να καταθέτει υλικό από το εξωτερικό προκειμένου να είναι εμφανής η διαφοροποίηση της ελληνικής εκδοχής.

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](http://www.ermisawards.gr).

<b>ΒΗΜΑ 1</b>	Συμπλήρωση στοιχείων συμμετοχής	ONLINE
<b>ΒΗΜΑ 2</b>	Upload υποστηρικτικού υλικού	
<b>ΒΗΜΑ 3</b>	Οριστικοποίηση συμμετοχής/χών	
<b>ΒΗΜΑ 4</b>	Υπογραφή της <b>Συγκεντρωτικής Κατάστασης</b> (όπως αυτή <u>εκτυπώνεται</u> από το site) και αποστολή στα γραφεία της ΕΔΕΕ	<b>ΕΔΕΕ</b> Υπερείδου 7, 105 58 Αθήνα, υπόψη Γραμματείας Ermis Awards
<b>ΒΗΜΑ 5</b>	Εξόφληση τελών συμμετοχής	Με επιταγή ημέρας, μετρητά, ή κατάθεση στο λογαριασμό της ΕΔΕΕ

## Τέλη Συμμετοχής

---

Για την Ενότητα Ermis Branded Entertainment & Content, το τέλος συμμετοχής ορίζεται σε €250 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 Branded Entertainment & Content 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 Branded Entertainment & Content 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 8 μέλη

### Online Κριτική Επιτροπή

Τουλάχιστον 30 κριτές θα βαθμολογήσουν online τα Finalists της ενότητας.

## Επιτροπή Ενστάσεων

Για την Ενότητα Ermis Branded Entertainment & Content, 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 τέσσερα στάδια κρίσης:

### Πρώτο Στάδιο Κρίσης:

Αναδεικνύονται τα Ermis Finalist, δηλαδή όσα από τα αρχικά υποβληθέντα έργα συγκέντρωσαν περισσότερες από 50% θετικές ψήφους (NAI). Ως μέγιστο ποσοστό των Ermis Finalist ορίζεται το 33% των αρχικών συμμετοχών της κάθε ενότητας.

### Δεύτερο Στάδιο Κρίσης:

Ανακηρύσσονται τα βραβεία Ermis Bronze, Ermis Silver και Ermis Gold από το σύνολο των Ermis Finalist, μέσω των εξής κριτικών επιτροπών:

#### 1. Live Κριτική Επιτροπή

Τα μέλη της live κριτικής επιτροπής, η οποία συνεδριάζει σε φυσικό χώρο, 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. Η ψήφος της κριτικής επιτροπής θα αποτελεί τα 2/3 της τελικής βαθμολογίας του κάθε έργου.

#### 2. Online Κριτική Επιτροπή

Τα μέλη της online κριτικής επιτροπής, ψηφίζουν μέσω ηλεκτρονικής πλατφόρμας και επιλέγουν για το κάθε έργο, αν θεωρούν ότι αξίζει να βραβευτεί με Gold, Silver ή Bronze ή θα παραμείνει με τη διάκριση Finalist. Η ψήφος της online επιτροπής θα αποτελεί το 1/3 της τελικής βαθμολογίας του κάθε έργου. Για να προσμετρηθεί στην τελική ψήφο μιας συμμετοχής η ψήφος της Online Κριτικής Επιτροπής, θα πρέπει να την έχουν ψηφίσει τουλάχιστον 15 κριτές.

Οι ψήφοι θα δημοσιοποιηθούν για κάθε κριτή ονομαστικά και για τις δύο επιτροπές, μετά το πέρας της διοργάνωσης.

### Τρίτο Στάδιο Κρίσης:

Η Live Κριτική Επιτροπή επιλέγει αν θέλει να απονεμίσει βραβείο Grand Ermis. Το Grand Ermis ανακηρύσσεται μεταξύ των έργων που βραβεύτηκαν με Ermis Gold. Εξαιρούνται όσες συμμετοχές έλαβαν Ermis Gold και αφορούν κοινωνικά μηνύματα, καθώς και οι συμμετοχές που έλαβαν Ermis Gold στην Κατηγορία «Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept».

### Τέταρτο Στάδιο της διαδικασίας:

Ανακηρύσσεται η διάκριση Client of the Year.