

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

Κατηγορίες

<h3>A. Web Campaigns</h3> <p>Διαγωνίζονται online campaigns που έχουν χρησιμοποιήσει με δημιουργικό τρόπο τουλάχιστον δύο διαφορετικά web κανάλια, προκειμένου να χτίσουν το μήνυμα του brand. Κριτήρια βράβευσης είναι η δημιουργικότητα και πρωτοτυπία της συνολικής ιδέας αλλά και της κάθε επιμέρους εκτέλεσης (40%), η στρατηγική σκέψη (20%), η υλοποίηση στα διαφορετικά μέσα (20%), αλλά και τα αποτελέσματα (20%) που αποδεικνύουν ότι η καμπάνια ήταν επιτυχημένη.</p> <p>Απαιτούνται τουλάχιστον 2 web εκτελέσεις (π.χ. 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
<h4>A02. Drinks</h4> <p>Ενδεικτικά: ούισκι, τζιν, βότκα, μπίρες, κρασιά, RTDs, καφές, χυμοί, αναψυκτικά, εμφιαλωμένα νερά, τσάι, ροφήματα</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Παρουσίαση Συμμετοχής (συμπληρωμένο word template)
<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 λαιμού, 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 ρουκισμός, 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>Προαιρετικά:</u></h4> <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: 5mb/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>	
<p>A10. Corporate Image campaigns με στόχο της βελτίωση της εταιρικής εικόνας της εκάστοτε επιχείρησης</p>	

<p>B. Websites Βραβεύονται μεμονωμένες υλοποιήσεις site & microsite, ασχέτως αν αποτελούν τη μόνιμη παρουσία μιας εταιρείας στο web ή μέρος μιας προσωρινής προωθητικής καμπάνιας.</p> <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης είναι πρωτίστως η Ιδέα, η Στρατηγική και η Υλοποίηση, ενώ θα ληφθεί υπόψη και η Απόδοση και Αποτελεσματικότητα των sites. Κατά την αξιολόγηση των sites θα εξεταστούν μεταξύ άλλων το design & η αισθητική, η πλοήγηση, το responsiveness, το layout & η παρουσίαση περιεχομένου και το συνολικό user experience.</p> <p>Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί <u>μόνο σε μία</u> από τις παρακάτω ομάδες.</p>	<p>Υποστηρικτικό Υλικό</p>
<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: 5mb/s Audio: AAC</p>
<p>B02. Commercial Services Brand sites ολοκληρωμένης παρουσίασης των υπηρεσιών που προσφέρει μια εταιρεία.</p>	
<p>B03. Consumer Goods Brand sites ολοκληρωμένης παρουσίασης μιας μάρκας ή ενός προϊόντος.</p>	
<p>B03. Campaign Sites Sites, microsites, mini sites, landing pages κλπ που έχουν στόχο να προωθήσουν μια συγκεκριμένη καμπάνια ενός προϊόντος / υπηρεσίας. Συνήθως είναι προσωρινής φύσης, ενώ συχνά έχουν πιο απλή και ρηχή δομή.</p>	
<p>B04. Content Sites Sites ή blogs με κύριο αντικείμενο την παραγωγή περιεχομένου και την ενημέρωση.</p>	
<p>B05. E-commerce & Marketplaces Sites και πλατφόρμες επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο χώρο online πωλήσεων ή που παρέχουν υπηρεσίες σύγκρισης προϊόντων ή υπηρεσιών.</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>Βραβεύονται μεμονωμένες εφαρμογές online διαφημίσεων, είτε πρόκειται για banners, είτε για native advertising. Τα κριτήρια αξιολόγησης είναι η Ιδέα, η Στρατηγική, η Υλοποίηση και τα Αποτελέσματα.</p> <p>Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί <u>μόνο σε μία</u> από τις παρακάτω ομάδες.</p>	<h2>Υποστηρικτικό Υλικό</h2>
<h3>Γ01. Web Banners (Fixed - Standard Dimension banners / Expanding / Floating Ads / Take-overs)</h3> <p>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
<h3>Γ02. Native Advertising</h3> <p>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>	<p><u>Προδιαγραφές video (maximum)</u> Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC</p>

<h2>Δ. Social Media</h2> <p>Αναδεικνύονται έργα που αξιοποιούν με δημιουργικό και πρωτότυπο τρόπο τη δύναμη των social καναλιών, για να επικοινωνήσουν το μήνυμα του brand και να προκαλέσουν διάδραση με το κοινό του.</p> <p>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% και Αποτελέσματα 20%.</p> <p>Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί σε <u>έως 2</u> από τις παρακάτω ομάδες</p>	<h2>Υποστηρικτικό Υλικό</h2>
<h3>Δ01. Response / Real-Time Activity</h3> <p>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)
<h3>Δ02. Innovative Use of Social or Community</h3> <p>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. Θα κριθεί η πρωτοτυπία, αλλά και η στρατηγική σκέψη και η εύστοχη μεταφορά του brand μηνύματος στο κοινό.</p>	<p>Προαιρετικά:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Case Study Video μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών
<h3>Δ03. User Generated Content</h3> <p>Social ενέργειες που έχουν σχεδιαστεί με σκοπό να εμπλέξουν τους χρήστες ενός community, ώστε να γίνουν creators και να διαδώσουν οι ίδιοι το μήνυμα του brand μέσα από την παραγωγή περιεχομένου. Θα συνεκτιμηθεί η δημιουργική αξιοποίηση του παραγόμενου περιεχομένου των χρηστών.</p>	<p><u>Προδιαγραφές video (maximum)</u> Mp4 Codec: H.264 Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s Audio: AAC</p>



Δ04. Creative Use of Influencers (or celebrity or content creators)

Ενέργειες που κάνουν δημιουργική και πρωτότυπη αξιοποίηση influencers για να επικοινωνήσουν το μήνυμα ενός brand. Θα κριθεί η δημιουργική σκέψη στην επιλογή και αξιοποίηση του influencer, καθώς και η απήχηση που είχε στο στοχευμένο κοινό.

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.

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.

E. Mobile Applications

Βραβεύονται μεμονωμένες υλοποιήσεις mobile applications, ασχέτως αν αποτελούν τη μόνιμη παρουσία μιας εταιρείας στο mobile ή μέρος μιας προσωρινής προωθητικής καμπάνιας.

Τα κριτήρια αξιολόγησης είναι πρωτίστως η **Ιδέα**, η **Στρατηγική** και η **Υλοποίηση**, ενώ θα ληφθεί υπόψη και η Απόδοση και Αποτελεσματικότητα των apps. Κατά την αξιολόγηση των apps, θα εξεταστούν μεταξύ άλλων, η καινοτομία, το design & η αισθητική, η λειτουργικότητα, το συνολικό user experience και η επίδραση στους συνολικούς επικοινωνιακούς στόχους της εταιρείας.

Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί **μόνο σε μία** από τις παρακάτω ομάδες.

Υποστηρικτικό Υλικό

E01. Commercial Services

Mobile applications με κύριο αντικείμενο την προβολή και ανάπτυξη των υπηρεσιών ενός brand.

E02. Consumer Goods

Mobile applications με κύριο αντικείμενο την προβολή και παρουσίαση προϊόντων και καταναλωτικών αγαθών.

E03. 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.

Υποχρεωτικά:

- **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

Οι κριτές θα δουν τα δημιουργικά των έργων μέσα από mobile devices.



<p>ΣΤ. Online Film / Video</p> <p>Διαφημιστικά films και videos που σχεδιάστηκαν και προβλήθηκαν αποκλειστικά σε online μέσα (συμπεριλαμβανομένων των youtube ads). 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% και Αποτελέσματα 20%.</p> <p>Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί <u>μόνο σε μία</u> από τις παρακάτω ομάδες.</p>	<p>Υποστηρικτικό Υλικό</p>
<p>ΣΤ01. Social Video / Durable</p> <p>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, δίτροχα, σκάφη, εξωλέμβιες μηχανές, φορτηγά.</p>	<p>Υποχρεωτικά:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Key Visual jpeg 516x516 px RGB • Παρουσίαση Συμμετοχής (συμπληρωμένο word template)
<p>ΣΤ02. Social Video / Non Durable</p> <p>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.</p>	<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: 5mb/s Audio: AAC</p>
<p>ΣΤ03. Social Video / Services</p> <p>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.</p>	
<p>ΣΤ04. Interactive Film</p> <p>Online interactive video που έχουν τουλάχιστον ένα είδος διάδρασης από τα ακόλουθα: παραμετροποίηση από τους χρήστες, διαφορετική υπόθεση, συνομιλία με τους χρήστες, ανακάλυψη</p>	
<p>ΣΤ05. Webisodes / Series</p> <p>Σειρά από μη διαδραστικά online video ή επεισόδια.</p>	



<h2>Z. Craft & Technological Artistry</h2> <p>Η κατηγορία επιδιώκει να αναδείξει την τεχνολογική καινοτομία και την τεχνική υπεροχή στην υλοποίηση ψηφιακών και διαδραστικών έργων.</p> <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης είναι πρωτίστως η Υλοποίηση, αλλά θα ληφθούν υπόψη και η Ιδέα, η Στρατηγική και το Αποτέλεσμα. Κατά την αξιολόγηση, θα εξεταστούν μεταξύ άλλων: η καινοτομία στη χρήση των τεχνολογιών, η μαεστρία στην τεχνική υλοποίηση, η ευχρηστία στην ολοκλήρωση διαδικασιών από τον χρήστη και η συνολική εμπειρία χρήσης (UX).</p>	<h2>Υποστηρικτικό Υλικό</h2>
<h3>Z01. UI & Usability</h3> <p>Έργα που παρουσιάζουν ένα ιδιαίτερα εύχρηστο, λειτουργικό και ενστικτώδες στη χρήση User Interface, το οποίο προσφέρει στο χρήστη μία ευχάριστη εμπειρία. Έμφαση θα δοθεί στο σχεδιασμό, την υλοποίηση και τη συνέπεια των διαδραστικών στοιχείων του UI, καθώς και στην αρχιτεκτονική της πληροφορίας και την πλοήγηση.</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: 5mb/s Audio: AAC</p>
<h3>Z02. Mobile UI & Usability</h3> <p>Mobile applications που παρουσιάζουν ένα ιδιαίτερα εύχρηστο, λειτουργικό και ενστικτώδες στη χρήση User Interface, το οποίο ακολουθεί τις βέλτιστες πρακτικές σχεδιασμού για apps. Έμφαση θα δοθεί στην οργάνωση του περιεχομένου, στους τρόπους μετάβασης μεταξύ των οθονών, στην ευχρηστία των διαδραστικών στοιχείων δεδομένης της χρήσης από κινητό τηλέφωνο και στη γενική εμπειρία.</p>	
<h3>Z03. Omnichannel Experience</h3> <p>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>	
<h3>Z04. CSS / Animation</h3> <p>Sites που ενσωματώνουν animation ή motion graphics με τέχνη και μαεστρία, με αποτέλεσμα να αναβαθμίζουν τη συνολική εμπειρία του χρήστη. Θα κριθούν μόνο τα στοιχεία animation του έργου.</p>	
<h3>Z05. Innovative Use of Tech</h3> <p>Η αξιοποίηση μιας τεχνολογίας (νέας ή υφιστάμενης) με πρωτότυπο δημιουργικό τρόπο με στόχο να αυξηθεί η συναισθηματική εμπλοκή του χρήστη με το brand και να βελτιωθεί η συνολική εμπειρία του. Ενδεικτικές τεχνολογίες: virtual reality, augmented reality, IoT hardware, 3D models, WebGL, κ.α.</p>	
<h3>Z06. Digital Installations</h3> <p>Ψηφιακή εγκατάσταση ή ψηφιακό billboard σε δημόσιο χώρο ή vending machine που έχουν στόχο την προώθηση μιας μάρκας ή μιας υπηρεσίας.</p>	
<h3>Z07. Games</h3> <p>Online Games τα οποία διαθέτουν ολοκληρωμένο gameplay και έχουν στόχο την προώθηση μιας μάρκας.</p>	
<h3>Z08. Web Platforms</h3> <p>Web platforms και web εφαρμογές για B2B και B2C υπηρεσίες, οι οποίες επιτρέπουν στον χρήστη/πελάτη να ολοκληρώσει συγκεκριμένες ενέργειες, ενδεικτικά: υπηρεσίες αυτοματοποιημένου marketing, email marketing, εύρεσης και κράτησης ταξί, δημιουργίας και ανάρτησης αγγελιών, analytics κ.α. Θα κριθούν στοιχεία όπως η τεχνική αρτιότητα της υλοποίησης, η ταχύτητα και η ευχρηστία.</p>	



<h2>H. Integrated Multi-Platform Campaign</h2> <p>Digital-first καμπάνιες με πολλαπλή χρήση μέσων, online και offline. Τα offline μέσα θα πρέπει είτε να οδηγούν είτε να βοηθούν την εκτέλεση μιας digital καμπάνιας. Οι συμμετοχές θα πρέπει να δείχνουν πώς τα διαφορετικά μέσα υποστήριξαν με πρωτότυπο τρόπο καθένα ξεχωριστά το μήνυμα του brand.</p> <p>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% και Αποτελέσματα 20%.</p>	<h2>Υποστηρικτικό Υλικό</h2>
<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>H02. Services, Corporate Image & Sponsorships</p>	<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: 5mb/s Audio: AAC</p>
<h2>Θ. Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept</h2> <p><u>Έργα Δ. Concept δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής σε άλλη Κατηγορία / Ομάδα.</u></p>	<h2>Υποστηρικτικό Υλικό</h2>
<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>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: 5mb/s Audio: AAC</p>



ΣΤ. Αυτοδιαφήμιση

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% και Αποτελέσματα 20%.**

Έργα Αυτοδιαφήμισης δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής σε άλλη Κατηγορία / Ομάδα.

Υποστηρικτικό Υλικό

Διαγωνίζονται όλες οι ενέργειες αυτοδιαφήμισης, ανεξαρτήτου είδους και καναλιού με εξαίρεση τα Websites (όχι ως μέρος μιας web καμπάνιας, αλλά αυτόνομα), τα οποία διαγωνίζονται στην κατηγορία Websites

Υποχρεωτικά:

- **Key Visual**
jpeg 516x516 px RGB
- **Παρουσίαση Συμμετοχής**
(συμπληρωμένο word template)

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

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.

Επιτροπές

Live Κριτικές Επιτροπές

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

Online Κριτική Επιτροπή

Τουλάχιστον 30 κριτές θα βαθμολογήσουν online τα Finalists της ενότητας. Για να προσμετρηθεί στην τελική ψήφο μιας συμμετοχής η ψήφος της Online Κριτικής Επιτροπής, θα πρέπει να την έχουν ψηφίσει τουλάχιστον 15 κριτές.

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.

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 κατηγορίας.

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.

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

Τρίτο Στάδιο Κρίσης:

Επί της αρχής, στην ενότητα Digital μπορεί να δοθεί μόνο ένα Grand (ή περισσότερα σε περίπτωση ισοψηφίας). Το Grand Ermis ανακηρύσσεται μεταξύ των έργων που βραβεύτηκαν, με Ermis Gold στις κατηγορίες Web Campaigns, Social Media, Online Film & Integrated Online Campaigns, μετά από συζήτηση και



μυστική ψηφοφορία από τη Live Επιτροπή των συγκεκριμένων κατηγοριών. Εξαιρούνται τα έργα που αφορούν κοινωνικό μήνυμα.

Τέταρτο Στάδιο της διαδικασίας:

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