

## Κατηγορίες

### ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΤΑΙΝΙΕΣ

<b>TV / Cinema</b> Περιλαμβάνει διαφημιστικές ταινίες που έχουν δημιουργηθεί για την τηλεόραση και τον κινηματογράφο.  Η κατηγορία αναδεικνύει τη δημιουργικότητα στη μικρή ή τη μεγάλη οθόνη. Τα έργα θα πρέπει να αφηγούνται ένα μοναδικό storytelling για το brand ή το προϊόν, με τρόπο εξαιρετικό.  Κυρίαρχα κριτήρια είναι η ιδέα και η εκτέλεση.  <u>Tips για τους κριτές:</u> Είναι <b>Δημιουργική</b> αυτή η δουλειά? (Creative Excellence in concept and craft) <b>Κατανοητή</b> ? (περνάει το μήνυμα με σαφήνεια?) Είναι <b>Πρωτότυπη</b> ? (φρέσκια, διαφορετική) <b>Engaging</b> ? (με τράβηξε να την προσέξω αλλά και να συνεχίσω να τη θαυμάζω?)	<b>Υποστηρικτικό Υλικό</b>
<b>Αναλώσιμα Προϊόντα</b> 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	<b>Υποχρεωτικά:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Key Visual</b> jpeг 516x516 px RGB</li> <li>• <b>Ταινία χωρίς τα σήματα των εταιριών παραγωγής</b></li> </ul>
<b>Διαρκή Αγαθά / Τηλεφωνία</b> προϊόντα και υπηρεσίες τηλεφωνίας κινητής και σταθερής, τηλεφωνα, internet service providers, τηλεφωνικοί κατάλογοι, 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, δίκυκλα, σκάφη, εξωλέμβιες μηχανές, φορτηγά	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ταινία χωρίς τα σήματα των εταιριών παραγωγής</b></li> </ul> <p><i>*Τα Teasers υποβάλλονται στο ίδιο αρχείο, έχουν μεταξύ τους 2 δευτερόλεπτα μαύρο κενό και αποτελούν μία συμμετοχή.</i></p>
<b>Τυχερά Παιχνίδια / Πολιτισμός / Αθλητισμός / Μέσα / Δημόσιο / Ενέργεια</b> λαχεία, τυχερά παιχνίδια, χορηγίες εκδηλώσεων, χορηγίες πολιτισμικών γεγονότων, πολιτισμικές εκδηλώσεις, χορηγίες αθλητικών γεγονότων και αθλητών, αθλητικές εκδηλώσεις και συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, ταχυδρομεία, ΔΕΚΟ, πολιτικά κόμματα	<b>Προαιρετικά:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Case Study Video*</b> μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών**</li> </ul>
<b>Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες / Τουρισμός / Αναψυχή / Συγκοινωνίες / Άλλα</b> τράπεζες, τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες, ασφαλιστικές εταιρίες, ασφαλιστικά προϊόντα και υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, leasing, συγχωνεύσεις εταιριών, εισαγωγές στο Χρηματιστήριο, κατάλογοι υπηρεσιών επαγγελματιών, εταιρίες διανομών και μεταφορών, εταιρίες security, αεροδρόμια, υπηρεσίες οδικής βοήθειας, ταξίδια, σχολές, εταιρίες πετρελαιοειδών, συγκοινωνίες	<p><u>Προδιαγραφές video (maximum)</u>                  Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps                  Aspect ratio-Resolution: 1920x1080                  Bit Rate: 5mb/s</p> <p><u>Προσοχή:</u></p> <p><i>*Case Studies θα πρέπει να στέλνονται μόνο στις περιπτώσεις που είναι απαραίτητο, εξαιτίας της φύσης της ενέργειας, για τη σωστή κατανόηση της από τα μέλη της κριτικής επιτροπής. Case Studies που περιλαμβάνουν δημιουργικά ή άλλα στοιχεία που δε σχετίζονται με την κατηγορία που διαγωνίζεται το έργο, δε θα γίνονται δεκτά.</i></p>
<b>Λιανεμπόριο</b> Λιανεμπόριο, eCommerce, εστιατόρια, fast food	
<b>Εταιρική Επικοινωνία</b> Μη προϊόντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας	
<b>Αυτοδιαφήμιση</b> Προβολή διαφημιστικών επιχειρήσεων και γενικότερα εταιριών επικοινωνίας	
<b>Κοινωνικά Μηνύματα</b> Κοινωνικά μηνύματα τα οποία υπογράφονται από Μη Κερδοσκοπικούς Φορείς / Ιδρύματα και ΜΚΟ. Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής στη συγκεκριμένη ομάδα, έργα που υπογράφονται από εμπορικά brands / δημόσιο, ανεξάρτητα από το αν έχουν κοινωνικό μήνυμα / σκοπό. Αυτά διαγωνίζονται σε όποια από τις υπόλοιπες ομάδες, ταιριάζουν.	<p><i>**Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.</i></p>
<b>Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)</b> Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας και να έχουν παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών όπως αυτός ορίζεται στον παρόντα Κανονισμό	

<h2>Digital Video</h2> <p>Περιλαμβάνει διαφημιστικές ταινίες που δημιουργήθηκαν και έτρεξαν σε μέσα τεχνολογίας όπως, internet / mobile / διαδραστικά μέσα και οθόνες. Περιλαμβάνει και διαφημίσεις pre-rolls.</p> <p><u>Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής case study videos ενεργειών που έχουν δημοσιευθεί σε μέσα τεχνολογίας όπως, internet / mobile / διαδραστικά μέσα.</u></p> <p>Η κατηγορία αναδεικνύει τη δημιουργικότητα στη μικρή ή τη μεγάλη οθόνη. Τα έργα θα πρέπει να αφηγούνται ένα μοναδικό storytelling για το brand ή το προϊόν, με τρόπο εξαιρετικό.</p> <p>Κυρίαρχα κριτήρια είναι η ιδέα και η εκτέλεση.</p> <p><u>Tips για τους κριτές:</u> Είναι Δημιουργική αυτή η δουλειά? (Creative Excellence in concept and craft) Κατανοητή? (περνάει το μήνυμα με σαφήνεια?) Είναι Πρωτότυπη? (φρέσκια, διαφορετική) Engaging? (με τράβηξε να την προσέξω αλλά και να συνεχίσω να τη θαυμάζω?)</p>	<h2>Υποστηρικτικό Υλικό</h2>
<h3>Αναλώσιμα Προϊόντα</h3> <p>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</p>	<h3>Υποχρεωτικά:</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Key Visual</b> jpeg 516x516 px RGB</li> <li>• <b>Video</b></li> </ul>
<h3>Διαρκή Αγαθά / Τηλεφωνία</h3> <p>προϊόντα και υπηρεσίες τηλεφωνίας κινητής και σταθερής, τηλέφωνα, internet service providers, τηλεφωνικοί κατάλογοι, 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><i>*Τα Teasers υποβάλλονται στο ίδιο αρχείο, έχουν μεταξύ τους 2 δευτερόλεπτα μαύρο κενό και αποτελούν μία συμμετοχή.</i></p>
<h3>Τυχερά Παιχνίδια / Πολιτισμός / Αθλητισμός / Μέσα / Δημόσιο / Ενέργεια</h3> <p>λαχεία, τυχερά παιχνίδια, χορηγίες εκδηλώσεων, χορηγίες πολιτισμικών γεγονότων, πολιτισμικές εκδηλώσεις, χορηγίες αθλητικών γεγονότων και αθλητών, αθλητικές εκδηλώσεις και συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, ταχυδρομεία, ΔΕΚΟ, πολιτικά κόμματα</p>	<h3>Προαιρετικά:</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Case Study Video*</b> μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών**</li> </ul> <p><u>Προδιαγραφές video (maximum)</u> Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s</p>
<h3>Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες / Τουρισμός / Αναψυχή / Συγκοινωνίες / Άλλα</h3> <p>τράπεζες, τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες, ασφαλιστικές εταιρίες, ασφαλιστικά προϊόντα και υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, leasing, συγχωνεύσεις εταιριών, εισαγωγές στο Χρηματιστήριο, κατάλογοι υπηρεσιών επαγγελματιών, εταιρίες διανομών και μεταφορών, εταιρίες security, αεροδρόμια, υπηρεσίες οδικής Βοήθειας, ταξίδια, σχολές, εταιρίες πετρελαιοειδών, συγκοινωνίες</p>	<p><u>Προσοχή:</u></p> <p><i>*Case Studies θα πρέπει να στέλνονται μόνο στις περιπτώσεις που είναι απαραίτητο, εξαιτίας της φύσης της ενέργειας, για τη σωστή κατανόηση της από τα μέλη της κριτικής επιτροπής. Case Studies που περιλαμβάνουν δημιουργικά ή άλλα στοιχεία που δε σχετίζονται με την κατηγορία που διαγωνίζεται το έργο, δε θα γίνονται δεκτά.</i></p>
<h3>Λιανεμπόριο</h3> <p>Λιανεμπόριο, eCommerce, εστιατόρια, fast food</p>	
<h3>Εταιρική Επικοινωνία</h3> <p>Μη προϊόντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας</p>	
<h3>Screens &amp; Events</h3> <p>Διαφημιστικές ταινίες που δημιουργήθηκαν και έτρεξαν αποκλειστικά σε εκδηλώσεις και διαδραστικές οθόνες. Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής ταινίες που έχουν προβληθεί και online.</p>	
<h3>360° &amp; VR Film</h3>	
<h3>Αυτοδιαφήμιση</h3> <p>Προβολή διαφημιστικών επιχειρήσεων και γενικότερα εταιριών επικοινωνίας.</p>	<p><i>**Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.</i></p>

<p><b>Κοινωνικά Μηνύματα</b> Κοινωνικά μηνύματα τα οποία υπογράφονται από Μη Κερδοσκοπικούς Φορείς / Ιδρύματα και ΜΚΟ. Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής στη συγκεκριμένη ομάδα, έργα που υπογράφονται από εμπορικά brands / δημόσιο, ανεξάρτητα από το αν έχουν κοινωνικό μήνυμα / σκοπό. Αυτά διαγωνίζονται σε όποια από τις υπόλοιπες ομάδες, ταιριάζουν.</p>	
<p><b>Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)</b> Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας και να έχουν παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών όπως αυτός ορίζεται στον παρόντα Κανονισμό.</p>	
<p><b>ΚΑΤΑΧΩΡΙΣΕΙΣ</b> Η κατηγορία αναδεικνύει τη δημιουργικότητα στον τύπο. Τα έργα θα πρέπει να κάνουν το «leap off the page» από το περιοδικό ή την εφημερίδα. Αυτό σημαίνει ευφυή ιδέα και δεξιότητες στην υλοποίηση. <b>Κυρίαρχα κριτήρια είναι η ιδέα και η εκτέλεση.</b> <u>Tips για τους κριτές:</u> Είναι <b>Δημιουργική</b> αυτή η δουλειά? (Creative Excellence in concept and craft) <b>Κατανοητή</b> ? (περνάει το μήνυμα με σαφήνεια?) Είναι <b>Πρωτότυπη?</b> (φρέσκια, διαφορετική) <b>Engaging?</b> (με τράβηξε να την προσέξω αλλά και να συνεχίσω να τη θαυμάζω?)</p>	<p><b>Υποστηρικτικό Υλικό</b></p>
<p><b>Αναλώσιμα Προϊόντα</b> 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, απορροπαντικά, τροφές ζώων, αναλώσιμα είδη γραφείου, βενζίνες, λιπαντικά, ελαστικά</p>	<p><b>Υποχρεωτικά:</b> • <b>Key Visual</b> jpeg 516x516 px RGB</p>
<p><b>Διαρκή Αγαθά / Τηλεφωνία</b> προϊόντα και υπηρεσίες τηλεφωνίας κινητής και σταθερής, τηλέφωνα, internet service providers, τηλεφωνικοί κατάλογοι, 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, δίκυκλα, σκάφη, εξωλέμβιες μηχανές, φορητά</p>	<p>• <b>Καταχώριση</b> jpeg 300 dpi RGB</p> <p><b>Προαιρετικά:</b> • <b>Case Study Video*</b> μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών**</p>
<p><b>Τυχερά Παιχνίδια / Πολιτισμός / Αθλητισμός / Μέσα / Δημόσιο / Ενέργεια</b> λαχεία, τυχερά παιχνίδια, χορηγίες εκδηλώσεων, χορηγίες πολιτισμικών γεγονότων, πολιτισμικές εκδηλώσεις, χορηγίες αθλητικών γεγονότων και αθλητών, αθλητικές εκδηλώσεις και συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, ταχυδρομεία, ΔΕΚΟ, πολιτικά κόμματα</p>	<p><u>Προδιαγραφές video (maximum)</u> Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s</p> <p><u>Προσοχή:</u></p>
<p><b>Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες / Τουρισμός / Αναψυχή / Συγκοινωνίες / Άλλα</b> τράπεζες, τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες, ασφαλιστικές εταιρίες, ασφαλιστικά προϊόντα και υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, leasing, συγχωνεύσεις εταιριών, εισαγωγές στο Χρηματιστήριο, κατάλογοι υπηρεσιών επαγγελματιών, εταιρίες διανομών και μεταφορών, εταιρίες security, αεροδρόμια, υπηρεσίες οδικής βοήθειας, ταξίδια, σχολές, εταιρίες πετρελαιοειδών, συγκοινωνίες</p>	<p>*Case Studies θα πρέπει να στέλνονται μόνο στις περιπτώσεις που είναι απαραίτητο, εξαιτίας της φύσης της ενέργειας, για τη σωστή κατανόηση της από τα μέλη της κριτικής επιτροπής. Case Studies που περιλαμβάνουν δημιουργικά ή άλλα στοιχεία που δε σχετίζονται με την κατηγορία που διαγωνίζεται το έργο, δε θα γίνονται δεκτά.</p>
<p><b>Λιανεμπόριο</b> Λιανεμπόριο, eCommerce, εστιατόρια, fast food</p>	
<p><b>Εταιρική Επικοινωνία</b> Μη προϊόντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας</p>	<p>**Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.</p>



<p><b>Αυτοδιαφήμιση</b> Προβολή διαφημιστικών επιχειρήσεων και γενικότερα εταιριών επικοινωνίας.</p>	
<p><b>Κοινωνικά Μηνύματα</b> Κοινωνικά μηνύματα τα οποία υπογράφονται από Μη Κερδοσκοπικούς Φορείς / Ιδρύματα και ΜΚΟ. Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής στη συγκεκριμένη ομάδα, έργα που υπογράφονται από εμπορικά brands / δημόσιο, ανεξάρτητα από το αν έχουν κοινωνικό μήνυμα / σκοπό. Αυτά διαγωνίζονται σε όποια από τις υπόλοιπες ομάδες, ταιριάζουν.</p>	
<p><b>Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)</b> Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας και να έχουν παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών όπως αυτός ορίζεται στον παρόντα Κανονισμό.</p>	
<p><b>Ραδιοφωνικά Μηνύματα</b> Η κατηγορία αναδεικνύει τη δημιουργικότητα στο ραδιόφωνο. Αυτό σημαίνει ότι η δουλειά περνάει το μήνυμα μέσα από καινοτομία και υψηλό επίπεδο στον ήχο ή/και αφηγείται προφορικά μια ιστορία με εξαιρετικό τρόπο αξιοποιώντας την ιδιαιτερότητα του μέσου.  Κυρίαρχα κριτήρια είναι η ιδέα και η εκτέλεση.  <u>Tips για τους κριτές:</u> Είναι Δημιουργική αυτή η δουλειά? (Creative Excellence in concept and craft) Κατανοητή? (περνάει το μήνυμα με σαφήνεια?) Είναι Πρωτότυπη? (φρέσκια, διαφορετική) Engaging? (με τράβηξε να την προσέξω αλλά και να συνεχίσω να τη θαυμάζω)</p>	<p><b>Υποστηρικτικό Υλικό</b></p>
<p><b>Αναλώσιμα Προϊόντα</b> 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</p>	<p><b>Υποχρεωτικά:</b> • <b>Key Visual</b> jpeg 516x516 px RGB</p>
<p><b>Διαρκή Αγαθά / Τηλεφωνία</b> προϊόντα και υπηρεσίες τηλεφωνίας κινητής και σταθερής, τηλεφωνα, internet service providers, τηλεφωνικοί κατάλογοι, 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, δίκυκλα, σκάφη, εξωλέμβιες μηχανές, φορτηγά</p>	<p>• <b>Ραδιοφωνικό Μήνυμα</b> mp3 bit rate min. 192 kbps  <i>*Τα Teasers υποβάλλονται στο ίδιο track, με 2 δευτερόλεπτα κενό μεταξύ τους και αποτελούν μία συμμετοχή.</i></p>
<p><b>Τυχερά Παιχνίδια / Πολιτισμός / Αθλητισμός / Μέσα / Δημόσιο / Ενέργεια</b> λαχεία, τυχερά παιχνίδια, χορηγίες εκδηλώσεων, χορηγίες πολιτισμικών γεγονότων, πολιτισμικές εκδηλώσεις, χορηγίες αθλητικών γεγονότων και αθλητών, αθλητικές εκδηλώσεις και συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, ταχυδρομεία, ΔΕΚΟ, πολιτικά κόμματα</p>	<p><b>Προαιρετικά:</b> • <b>Case Study Video*</b> μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών**</p>
<p><b>Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες / Τουρισμός / Αναψυχή / Συγκοινωνίες / Άλλα</b> τράπεζες, τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες, ασφαλιστικές εταιρίες, ασφαλιστικά προϊόντα και υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, leasing, συγχωνεύσεις εταιριών, εισαγωγές στο Χρηματιστήριο, κατάλογοι υπηρεσιών επαγγελματιών, εταιρίες διανομών και μεταφορών, εταιρίες security, αεροδρόμια, υπηρεσίες οδικής Βοήθειας, ταξίδια, σχολές, εταιρίες πετρελαιοειδών, συγκοινωνίες</p>	<p>Προδιαγραφές video (maximum) Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s  <u>Προσοχή:</u></p>
<p><b>Λιανεμπόριο</b> Λιανεμπόριο, eCommerce, εστιατόρια, fast food</p>	
<p><b>Εταιρική Επικοινωνία</b> Μη προϊόντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας</p>	<p><i>*Case Studies θα πρέπει να στέλνονται μόνο στις περιπτώσεις που είναι απαραίτητο, εξαιτίας της φύσης της ενέργειας, για τη σωστή κατανόηση της από τα μέλη της κριτικής επιτροπής. Case Studies που περιλαμβάνουν</i></p>



<p><b>Αυτοδιαφήμιση</b> Προβολή διαφημιστικών επιχειρήσεων και γενικότερα εταιριών επικοινωνίας.</p>	<p>δημιουργικά ή άλλα στοιχεία που δε σχετίζονται με την κατηγορία που διαγωνίζεται το έργο, δε θα γίνονται δεκτά.</p>
<p><b>Κοινωνικά Μηνύματα</b> Κοινωνικά μηνύματα τα οποία υπογράφονται από Μη Κερδοσκοπικούς Φορείς / Ιδρύματα και ΜΚΟ. Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής στη συγκεκριμένη ομάδα, έργα που υπογράφονται από εμπορικά brands / δημόσιο, ανεξάρτητα από το αν έχουν κοινωνικό μήνυμα / σκοπό. Αυτά διαγωνίζονται σε όποια από τις υπόλοιπες ομάδες, ταιριάζουν.</p>	<p><b>**Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.</b></p>
<p><b>Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)</b> Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας και να έχουν παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών όπως αυτός ορίζεται στον παρόντα Κανονισμό.</p>	
<p><b>Υπαίθριες Διαφημίσεις</b> Η κατηγορία αναδεικνύει τη δημιουργικότητα στα μέσα out-of-home. Τα έργα θα πρέπει να προσελκύουν το κοινό στα σημεία που εμφανίζονται. Αυτό σημαίνει ότι η δουλειά εκμεταλλεύεται σωστά το δημόσιο χώρο για να περάσει ένα συγκεκριμένο μήνυμα ή για να προκαλέσει μια νέα εμπειρία του καταναλωτή σε ό,τι αφορά το brand.  Κυρίαρχα κριτήρια είναι η ιδέα και η εκτέλεση.  <u>Tips για τους κριτές:</u> Είναι Δημιουργική αυτή η δουλειά? (Creative Excellence in concept and craft) <b>Κατανοητή?</b> (περνάει το μήνυμα με σαφήνεια?) Είναι <b>Πρωτότυπη?</b> (φρέσκια, διαφορετική) <b>Engaging?</b> (με τράβηξε να την προσέξω αλλά και να συνεχίσω να τη θαυμάζω?)</p>	<p><b>Υποστηρικτικό Υλικό</b></p>
<p><b>Αναλώσιμα Προϊόντα</b> ποτά αλκοολούχα και μη, γλυκίσματα, σνακ, 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</p>	<p><b>Υποχρεωτικά:</b> • <b>Key Visual</b> jpeg 516x516 px RGB</p>
<p><b>Διαρκή Αγαθά / Τηλεφωνία</b> προϊόντα και υπηρεσίες τηλεφωνίας κινητής και σταθερής, τηλεφωνα, internet service providers, τηλεφωνικοί κατάλογοι, 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, δίκυκλα, σκάφη, εξωλέμβιες μηχανές, φορτηγά</p>	<p>• <b>Υπαίθρια Διαφήμιση</b> jpeg 300 dpi RGB</p> <p>• <b>Φωτογραφία</b> που να απεικονίζει την Υπαίθρια Διαφήμιση στο πραγματικό της περιβάλλον.</p>
<p><b>Τυχερά Παιχνίδια / Πολιτισμός / Αθλητισμός / Μέσα / Δημόσιο / Ενέργεια</b> λαχεία, τυχερά παιχνίδια, χορηγίες εκδηλώσεων, χορηγίες πολιτισμικών γεγονότων, πολιτισμικές εκδηλώσεις, χορηγίες αθλητικών γεγονότων και αθλητών, αθλητικές εκδηλώσεις και συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, ταχυδρομεία, ΔΕΚΟ, πολιτικά κόμματα</p>	<p><b>Προαιρετικά:</b> • <b>Case Study Video*</b> μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών**</p>
<p><b>Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες / Τουρισμός / Αναψυχή / Συγκοινωνίες / Άλλα</b> τράπεζες, τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες, ασφαλιστικές εταιρίες, ασφαλιστικά προϊόντα και υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, leasing, συγχωνεύσεις εταιριών, εισαγωγές στο Χρηματιστήριο, κατάλογοι υπηρεσιών επαγγελματιών, εταιρίες διανομών και μεταφορών, εταιρίες security, αεροδρόμια, υπηρεσίες οδικής βοήθειας, ταξίδια, σχολές, εταιρίες πετρελαιοειδών, συγκοινωνίες</p>	<p><u>Προδιαγραφές video (maximum)</u> Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps Aspect ratio-Resolution: 1920x1080 Bit Rate: 5mb/s</p>
<p><b>Λιανεμπόριο</b> Λιανεμπόριο, eCommerce, εστιατόρια, fast food</p>	<p><u>Προσοχή:</u></p>
<p><b>Poster</b> Αφίσες τοποθετημένες εκτός των κλασικών οριοθετημένων θέσεων outdoor (κυρίως στο εσωτερικό καταστημάτων / εταιριών κλπ)</p>	<p><b>*Case Studies θα πρέπει να στέλνονται μόνο στις περιπτώσεις που είναι απαραίτητο, εξαιτίας της</b></p>





<p><b>Εταιρική Επικοινωνία</b> Μη προϊόντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας</p>	<p>φύσης της ενέργειας, για τη σωστή κατανόηση της από τα μέλη της κριτικής επιτροπής. <i>Case Studies</i> που περιλαμβάνουν δημιουργικά ή άλλα στοιχεία που δε σχετίζονται με την κατηγορία που διαγωνίζεται το έργο, δε θα γίνονται δεκτά.</p> <p><b>**Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.</b></p>
<p><b>Αυτοδιαφήμιση</b> Προβολή διαφημιστικών επιχειρήσεων και γενικότερα εταιριών επικοινωνίας.</p>	
<p><b>Κοινωνικά Μηνύματα</b> Κοινωνικά μηνύματα τα οποία υπογράφονται από Μη Κερδοσκοπικούς Φορείς / Ιδρύματα και ΜΚΟ. Δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής στη συγκεκριμένη ομάδα, έργα που υπογράφονται από εμπορικά brands / δημόσιο, ανεξάρτητα από το αν έχουν κοινωνικό μήνυμα / σκοπό. Αυτά διαγωνίζονται σε όποια από τις υπόλοιπες ομάδες, ταιριάζουν.</p>	
<p><b>Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)</b> Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας και να έχουν παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών όπως αυτός ορίζεται στον παρόντα Κανονισμό.</p>	

<p><b>Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept</b> 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. Δε θεωρείται διεθνές concept μια διεθνής στρατηγική κατεύθυνση, όπως για παράδειγμα ένα slogan.</p>	<p><b>Υποστηρικτικό Υλικό</b></p>
<p>Έργα Δ. Concept δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής σε άλλη Κατηγορία / Ομάδα. Η υποβάλλουσα εταιρία θα πρέπει απαραίτητα να καταθέτει υλικό από το εξωτερικό προκειμένου να είναι εμφανής η διαφοροποίηση της ελληνικής εκδοχής.</p>	<p><b>Υποχρεωτικά:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Key Visual jpeg 516x516 px RGB</li> <li>• Αρχείο jpeg ή mp4 ή mp3 ανάλογα με το Μέσο στο οποίο ανήκουν</li> </ul>

Η καταγραφή των περιεχομένων της κάθε Κατηγορίας / Ομάδας είναι ενδεικτική και κάθε μία για να κριθεί αυτοτελώς στο Πρώτο και Δεύτερο Στάδιο Κρίσης πρέπει να αποτελείται από τουλάχιστον 1 συμμετοχή. 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 on line μέσα από το site [www.ermisawards.gr](http://www.ermisawards.gr).

<b>ΒΗΜΑ 1</b>	Συμπλήρωση στοιχείων συμμετοχής	<b>ONLINE</b>
<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

Διαφημιστικές Ταινίες	€ 270
Καταχωρίσεις	
Ραδιοφωνικά Μηνύματα	
Υπαίθριες Διαφημίσεις	
Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept	
Σειρές έργων	€ 450

Υπάρχει προσαύξηση 100% στο αντίστοιχο τέλος συμμετοχής για κάθε μεμονωμένη συμμετοχή, σε περίπτωση που συμμετέχει στο διαγωνισμό, και ως μέρος σειράς έργων, ή ως μέρος καμπάνιας στην ενότητα Campaigns.

Όλα τα παραπάνω ποσά επιβαρύνονται με 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 Ad για συμμετοχές συνολικής καθαρής αξίας, προ ΦΠΑ:

- μεταξύ €5.001 και €10.000 παρέχεται έκπτωση 5%
- μεταξύ €10.001 και €15.000 έκπτωση 10%
- και από €15.001 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

- Διαφημιστικές Ταινίες / Διεθνές Concept  
Τουλάχιστον 11 μέλη με απαρτία τα 9 μέλη
- Καταχωρίσεις / Ραδιοφωνικά Μηνύματα / Υπαίθριες Διαφημίσεις  
Τουλάχιστον 11 μέλη με απαρτία τα 9 μέλη

Η οργανωτική επιτροπή διατηρεί το δικαίωμα, ανάλογα με τον αριθμό των συμμετοχών της κάθε κατηγορίας, να αναθέσει τις κατηγορίες στις επιτροπές με διαφορετικό τρόπο.

### Online Κριτική Επιτροπή

Τουλάχιστον 30 κριτές θα βαθμολογήσουν online τα Finalists της ενότητας.

### Επιτροπή Ενστάσεων

Για την Ενότητα Ermis Ad, 9μελής Επιτροπή Ενστάσεων με απαρτία 7 μέλη, αποτελούμενη από τον Πρόεδρο της Οργανωτικής Επιτροπής Ermis Awards, 2 μέλη της Οργανωτικής Επιτροπής Ermis Awards και μέλη της Διοικούσας Επιτροπής του Τομέα Διαφήμισης της ΕΔΕΕ.

## Στάδια Κρίσης & Βαθμολόγηση

---

Η διαδικασία αξιολόγησης έχει τρία 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.

Ειδικά για την κατηγορία Διαφημιστικές Ταινίες, τα Ermis Finalist υπολογίζονται ξεχωριστά για τα υποβληθέντα έργα στο «TV / Cinema» και στο «Digital Video» και ως μέγιστο ποσοστό ορίζεται το 33% των αρχικών συμμετοχών σε κάθε ένα από αυτά.





## 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, 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 το 70% 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 30% 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:

Στην Ενότητα Ermis Ad απονέμονται συνολικά **4 βραβεία Grand Ermis** δηλαδή από 1 σε κάθε μία εκ των 4 κατηγοριών, Διαφημιστικές Ταινίες, Καταχωρίσεις, Ραδιοφωνικά Μηνύματα και Υπαίθριες Διαφημίσεις. Τα Grand Ermis ανακηρύσσονται μεταξύ των έργων που βραβεύτηκαν, με Ermis Gold μετά από συζήτηση και μυστική ψηφοφορία από τη Live Επιτροπή. 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.