

## Κατηγορίες

<h3>Digital Campaigns</h3> <p>Καμπάνιες που το κοινό βιώνει ψηφιακά, ξεκινούν από online πλατφόρμες και χρησιμοποιούν με δημιουργικό τρόπο τις σχετικές τεχνολογίες για να παρουσιάσουν τα μηνύματα ενός brand.</p> <p>Κριτήρια Βράβευσης είναι η δημιουργικότητα και πρωτοτυπία της συνολικής ιδέας (30%) η υλοποίηση της κάθε επιμέρους εκτέλεσης (30%), η στρατηγική σκέψη (20%), αλλά και τα αποτελέσματα (20%) που αποδεικνύουν ότι η καμπάνια ήταν επιτυχημένη.</p> <p>Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί <u>μόνο σε μία</u> από τις παρακάτω ομάδες.</p>	<h3>Υποστηρικτικό Υλικό</h3>
<h3>Food</h3> <p>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>	<h3>Υποχρεωτικά:</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Key Visual</b> jpeg 516x516 px RGB</li> <li>• <b>Παρουσίαση Συμμετοχής</b> Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου.</li> </ul> <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> <p><i>*Προσοχή: Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.</i></p>
<h3>Drinks</h3> <p>ουίσκι, τζιν, βότκα, μπίρες, κρασιά, RTDs, καφές, χυμοί, αναψυκτικά, εμφιαλωμένα νερά, τσάι, ροφήματα</p>	
<h3>Consumer Products, Retail Spaces &amp; Automotive</h3> <p>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 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, αυτοκίνητα, τζιπ, μηχανές, μηχανοκίνητα οχήματα, ανταλλακτικά, νοικιάσεις αυτοκινήτων, επισκευές, συστήματα navigation, πετρελαιοειδή, καύσιμα, λιπαντικά και σχετικά προϊόντα και υπηρεσίες</p>	
<h3>Consumer Services</h3> <p>τηλεπικοινωνίες, τραπεζικά προϊόντα ή υπηρεσίες, ασφαλιστικά προϊόντα ή υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, επενδύσεις, ακίνητα, leasing, δάνεια, επενδυτικά προϊόντα, ασφάλειες ζωής, ασφάλειες αυτοκινήτου</p>	
<h3>Travel, Tourism, Entertainment &amp; Leisure</h3> <p>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>	
<h3>Not for Profit, Charities, Government</h3> <p>ιδρύματα με κοινωφελή σκοπό, δημόσιες αρχές - φορείς και οργανισμοί</p>	
<h3>Sponsorships, Cultural Events &amp; CSR</h3> <p>πολιτιστικές και αθλητικές εκδηλώσεις, χορηγίες, ενέργειες CSR</p>	



<h2>Culture &amp; Context</h2> <p>Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί <u>μόνο σε μία</u> από τις παρακάτω ομάδες.</p>	<h2>Υποστηρικτικό Υλικό</h2>
<p><b>Social Behaviour &amp; Cultural Insight</b> Καμπάνιες που έχουν εμπνευστεί από ένα συγκεκριμένο κοινό / community και βασίστηκαν σε μια αναγνωρίσιμη κοινωνική συμπεριφορά.</p> <p>Μια σειρά από κριτήρια θα ληφθούν υπόψη κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης των έργων, σταθμισμένα με τον παρακάτω τρόπο: <b>Ιδέα 30%, Στρατηγική 20%, Υλοποίηση 20% και Αποτελέσματα 30%.</b></p>	<p><b>Υποχρεωτικά:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Key Visual</b> jpeg 516x516 px RGB</li> <li>• <b>Παρουσίαση Συμμετοχής</b> Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου.</li> </ul>
<p><b>Small Budget</b> Επιβραβεύει τις δημιουργικές ιδέες που παρόλο το χαμηλό διαθέσιμο κονδύλι, ξεχώρισαν και πέτυχαν τους στόχους του brand. <u>Ως όριο ανώτατου κονδυλίου ορίζονται τα €10.000.</u> Η ενέργεια που θα υποβληθεί δεν θα πρέπει να αποτελεί μέρος μιας μεγαλύτερης καμπάνιας.</p> <p>Η υποβάλλουσα εταιρία <u>θα πρέπει να συμπεριλάβει στην έκθεση τον τελικό οικονομικό απολογισμό</u> (και τι αυτός περιλαμβάνει), <u>καθώς και να αναφέρει πιθανές δωρεάν παροχές σε είδος</u> (π.χ από χορηγίες).</p> <p>Μια σειρά από κριτήρια θα ληφθούν υπόψη κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης των έργων, σταθμισμένα με τον παρακάτω τρόπο: <b>Ιδέα 40%, Στρατηγική 20%, Υλοποίηση 20% και Αποτελέσματα 20%.</b></p>	<p><b>Προαιρετικά:</b></p> <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> <p><i>*Προσοχή: Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκθεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.</i></p>
<p><b>Αυτοδιαφήμιση</b> Διαγωνίζονται όλες οι ενέργειες αυτοδιαφήμισης, ανεξαρτήτου είδους και καναλιού.</p> <p>Μια σειρά από κριτήρια θα ληφθούν υπόψη κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης των έργων, σταθμισμένα με τον παρακάτω τρόπο: <b>Ιδέα 40%, Στρατηγική 20%, Υλοποίηση 20% και Αποτελέσματα 20%.</b></p> <p><u>Έργα Αυτοδιαφήμισης δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής σε άλλη Κατηγορία / Ομάδα.</u></p>	
<p><b>Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept</b> 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 θα πρέπει <u>απαραίτητα να καταθέτει υλικό από το εξωτερικό</u> προκειμένου να είναι εμφανής η διαφοροποίηση της ελληνικής εκδοχής.</p> <p><u>Έργα Δ. Concept δεν έχουν δικαίωμα συμμετοχής σε άλλη Κατηγορία / Ομάδα.</u></p>	



## Social Insights & Engagement

Ενέργειες που έχουν social δημιουργική σκέψη στο επίκεντρό τους και δεν αποτελούν απλά την επέκταση μιας καμπάνιας στα Social Media. Θα πρέπει να παρουσιαστεί πώς τα επίπεδα εμπλοκής του κοινού, η διάδοση του μηνύματος με social τρόπο και η δημιουργική χρήση των κοινωνικών δικτύων, έφεραν επιτυχημένα αποτελέσματα.

Μια σειρά από κριτήρια θα ληφθούν υπόψη κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης των έργων, σταθμισμένα με τον παρακάτω τρόπο: **Ιδέα 30%, Στρατηγική 20%, Υλοποίηση 20% και Αποτελέσματα 30%.**

Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί σε μέχρι τέσσερις από τις παρακάτω ομάδες.

### 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.

Δεν περιλαμβάνει ενέργειες seasonal marketing (πχ Χριστούγεννα, Αποκριές, Black Friday)

### 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. Θα κριθεί η πρωτοτυπία, αλλά και η στρατηγική σκέψη και η εύστοχη μεταφορά του brand μηνύματος στο κοινό.

### Community Building / Management

Ενέργειες μιας μάρκας στα social media, σχεδιασμένες με στόχο να εμπλέξουν, να χτίσουν ή να διατηρήσουν μια online κοινότητα. Θα εξεταστούν τα επίπεδα engagement, το ποσοστό των ενεργών χρηστών και η στόχευση της συζήτησης ανά κοινό.

### Audience Targeting / Engagement Strategies

Ενέργειες στα Social Media, ειδικά σχεδιασμένες για συγκεκριμένα κοινά (Communities, Groups κλπ), που όμως βασίζονται στη χρήση Social Insights, όπως συμπεριφορά, ενδιαφέροντα, geo-location κλπ. Οι ενέργειες μπορούν να περιλαμβάνουν, αλλά δεν περιορίζονται σε native advertising & programmatic campaigns. Κατά την αξιολόγηση των έργων, θα ληφθεί υπόψη από την κριτική επιτροπή η προσωποποίηση των μηνυμάτων, για το κοινό που στοχεύει η ενέργεια.

### Social Data & Insight

Καμπάνιες στα Social Media όπου μέσα από τη χρήση Data & Insights καταφέρνουν να προσελκύσουν ή να βελτιώσουν τη σχέση με ένα συγκεκριμένο κοινό ή ένα community. Η κριτική επιτροπή θα λάβει υπόψη της Insights που προέκυψαν από τη στρατηγική ανάλυση Social Data / Analytics.

### Emerging Technology

Ενέργειες στα Social Media που χρησιμοποιούν με δημιουργικό τρόπο την τεχνολογία με σκοπό τη δημιουργία εμπειριών στους καταναλωτές. Ενδεικτικά περιλαμβάνει: AR, VR, AI, Voice Technology, wearable tech & mobile devices, GPS, NFC, facial recognition κα.

### Social Purpose

Καμπάνιες στα Social Media που έχουν σχεδιαστεί με στόχο να εμπλέξουν τους καταναλωτές με κάποιο κοινωνικό σκοπό. Οι συμμετοχές θα πρέπει να επιδείξουν πως οι αρχές και οι αξίες του brand εναρμονίζονται με αυτόν. Μπορούν να περιλαμβάνουν, αλλά δεν περιορίζονται σε, μη κερδοσκοπικές ενέργειες CSR.

## Υποστηρικτικό Υλικό

### Υποχρεωτικά:

- **Key Visual**  
jpeg 516x516 px RGB

- **Παρουσίαση Συμμετοχής**  
Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου.

### Προαιρετικά:

- **Case Study Video**  
μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών

Προδιαγραφές video (maximum)

Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps  
Aspect ratio-Resolution: 1920x1080  
Bit Rate: 5mb/s

*\*Προσοχή: Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.*

## Social Content Marketing

Ενέργειες με social δημιουργική σκέψη στο επίκεντρό τους, που χρησιμοποίησαν πετυχημένα περιεχόμενο για να εμπλέξουν το στοχευμένο κοινό μέσα από τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Θα πρέπει να παρουσιαστεί πώς τα επίπεδα εμπλοκής του κοινού και η διάδοση του μηνύματος με social τρόπο έφεραν αποτελέσματα. Μια σειρά από κριτήρια θα ληφθούν υπόψη κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης των έργων, σταθμισμένα με τον παρακάτω τρόπο: **Ιδέα 30%, Στρατηγική 20%, Υλοποίηση 20% και Αποτελέσματα 30%**.

Το ίδιο έργο μπορεί να διαγωνιστεί μόνο σε μία από τις ομάδες: Social Video / Durable, Social Video / Non-Durable, Social Video / Services, Social Video / Series.

## Υποστηρικτικό Υλικό

### Content Placement

Περιεχόμενο και στρατηγική σύνταξης και τοποθέτησης περιεχομένου στα social media. Η στρατηγική τοποθέτηση και το curation του περιεχομένου, οποιαδήποτε μορφής εκτός από video, με σκοπό να οδηγήσει ή ενισχύσει μια καμπάνια στα social media.

### Υποχρεωτικά:

- **Key Visual**  
jpeg 516x516 px RGB

- **Video**  
(URL)

### Co-Creation / User Generated Content

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.

- **Παρουσίαση Συμμετοχής**  
Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου.

### Social Video / Durable

Μεμονωμένο online video που έχει δημιουργηθεί ειδικά για χρήση σε online μέσα με στόχο την διάδοση μέσω ευρείας μορφής sharing και Social Interaction. Τα views του video θα συνυπολογιστούν στα αποτελέσματα. 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, δίκτροχα, σκάφη, εξωλέμβιες μηχανές, φορητά.

### Προαιρετικά:

- **Case Study Video**  
μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών

Προδιαγραφές video (maximum)  
Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps  
Aspect ratio-Resolution: 1920x1080  
Bit Rate: 5mb/s

### Social Video / Non Durable

Μεμονωμένο online video που έχει δημιουργηθεί ειδικά για χρήση σε online μέσα με στόχο την διάδοση μέσω ευρείας μορφής sharing και Social Interaction. Τα views του video θα συνυπολογιστούν στα αποτελέσματα. 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.

*\*Προσοχή: Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.*

### Social Video / Services

Μεμονωμένο online video που έχει δημιουργηθεί ειδικά για χρήση σε online μέσα με στόχο την διάδοση μέσω ευρείας μορφής sharing και Social Interaction. Τα views του video θα συνυπολογιστούν στα αποτελέσματα. 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.

### Social Video / Series

Σειρά από videos που έχουν δημιουργηθεί ειδικά για χρήση σε online μέσα με στόχο την διάδοση μέσω ευρείας μορφής sharing και Social Interaction. Τα views των videos θα συνυπολογιστούν στα αποτελέσματα.



## Influencers Marketing

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.

Μια σειρά από κριτήρια θα ληφθούν υπόψη κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης των έργων, σταθμισμένα με τον παρακάτω τρόπο: **Ιδέα 30%, Στρατηγική 20%, Υλοποίηση 20% και Αποτελέσματα 30%.**

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

## Υποστηρικτικό Υλικό

### FMCG

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, ούισκι, τζιν, βότκα, μπίρες, κρασιά, RTDs, καφές, χυμοί, αναψυκτικά, εμφιαλωμένα νερά, τσάι, ροφήματα

### Consumer Goods

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 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, supermarket, αυτοκίνητα, τζιπ, μηχανές, μηχανοκίνητα οχήματα, ανταλλακτικά, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, επισκευές, συστήματα navigation, πετρελαιοειδή, καύσιμα, λιπαντικά και σχετικά προϊόντα.

### Services

Ενδεικτικά: τραπεζικά προϊόντα ή υπηρεσίες, ασφαλιστικά προϊόντα ή υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, επενδύσεις, ακίνητα, leasing, δάνεια, επενδυτικά προϊόντα, ασφάλειες ζωής, ασφάλειες αυτοκινήτου, 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, αεροπορικές εταιρίες, ναυτιλιακές εταιρίες, μέσα συγκοινωνίας, τηλεπικοινωνίες, ISPs, κατάλογοι & ευρετήρια, ταχυδρομεία, ενέργεια, ύδρευση, δημόσιες αρχές - φορείς και οργανισμοί, εκπαίδευση, ιατρική, θεραπευτήρια, πολιτιστικές και αθλητικές εκδηλώσεις, χορηγίες, ενέργειες CSR, πολιτιστικές και αθλητικές εκδηλώσεις, χορηγίες, ενέργειες CSR.

### Υποχρεωτικά:

#### • Key Visual

jpeg 516x516 px RGB

#### • Παρουσίαση Συμμετοχής

Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου.

### Προαιρετικά:

#### • Case Study Video

μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών

#### Προδιαγραφές video (maximum)

Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps  
Aspect ratio-Resolution: 1920x1080  
Bit Rate: 5mb/s

*\*Προσοχή: Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκθεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.*



<p><b>Digitally Led Integrated Campaigns</b>          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.          Μια σειρά από κριτήρια θα ληφθούν υπόψη κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης των έργων, σταθμισμένα με τον παρακάτω τρόπο: <b>Ιδέα 40%, Στρατηγική 20%, Υλοποίηση 20% και Αποτελέσματα 20%.</b></p>	<p><b>Υποστηρικτικό Υλικό</b></p>
<p><b>Consumer Goods</b></p>	<p><b>Υποχρεωτικά:</b>          • <b>Key Visual</b>          jpeg 516x516 px RGB</p>
<p><b>Services, Corporate Image &amp; Sponsorships</b></p>	<p>• <b>Παρουσίαση Συμμετοχής</b>          Συμπληρώνεται online κατά την υποβολή του έργου.</p> <p><b>Προαιρετικά:</b>          • <b>Case Study Video</b>          μέγιστης διάρκειας 3 λεπτών</p> <p><b>Προδιαγραφές video (maximum)</b>          Mp4, H.264, Frame Rate: 25fps          Aspect ratio-Resolution: 1920x1080          Bit Rate: 5mb/s</p> <p><i>*Προσοχή: Εάν το video υπερβαίνει την μέγιστη διάρκεια, η επιτροπή θα εκτεθεί στα 3 πρώτα λεπτά και μετά το βίντεο θα διακοπεί.</i></p>

Προσοχή:

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	<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

Για την Ενότητα Ermis Digital, το τέλος συμμετοχής ορίζεται σε **€270 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 €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

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 Κριτική Επιτροπή

Τουλάχιστον 11 μέλη με απαρτία τα 9 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 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.

### 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.

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 απονείμει βραβείο Grand Ermis. Το Grand Ermis ανακηρύσσεται 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.