

**20
22**

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΟΥ ΣΗΚΩΝΕΙ ΤΕΡΑΤΣΙ!

- ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ -



ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ:

**ΟΔ
ΕΚ**

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΚΥΠΡΟΥ

Διοργανωτές

Ο Σύνδεσμος Διαφήμισης –Επικοινωνίας Κύπρου (ΣΔΕΚ) είναι ο επίσημος φορέας που εκπροσωπεί τον χώρο της διαφήμισης και επικοινωνίας στην Κύπρο από το 1982. Το 2009 ο ΣΔΕΚ διευρύνθηκε ώστε να καλύψει τις εξειδικεύσεις της εμπορικής επικοινωνίας. Σήμερα οι εταιρείες μέλη του εκπροσωπούν περίπου το 85% της διαφημιστικής δαπάνης στη χώρα. Επίσης, ο ΣΔΕΚ συμμετέχει στην European Association of Communications Agencies από το 1990.

Σκοπός

Τα CAROB Awards έχουν ως σκοπό:

- την ανάδειξη της δημιουργικότητας στη διαφημιστική επικοινωνία, σε όλες τις εκφράσεις της, ανεξαρτήτως ΜΜΕ ή μορφών επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται
- την ανάδειξη και αναγνώριση του ταλέντου και της σκληρής δουλειάς των στελεχών που εργάζονται στο χώρο της διαφήμισης στην Κύπρο, στελέχη που καλούνται καθημερινά να δημιουργήσουν πιο δυνατές, πιο αποτελεσματικές και πιο δημιουργικές ενέργειες και εκστρατείες επικοινωνίας
- τη δημιουργία ενός ιστορικού αρχείου για τη διαφήμιση στην Κύπρο σε μακροπρόθεσμη βάση.

Για όλους αυτούς τους λόγους, για όλα τα ξενύχτια, τη σκληρή δουλειά και την επιμονή για καλύτερη, πιο δημιουργική διαφήμιση, ο ΣΔΕΚ διοργανώνει τα CAROB AWARDS.

Γενικοί Όροι Συμμετοχής

1. Οι **υποβάλλοντες** πρέπει να πληρούν τις παρακάτω προϋποθέσεις:
 - a) Για τις Ενότητες AD, PR και Integration, συμμετοχές υποβάλλονται από **νομικά** πρόσωπα που **εδρεύουν στην Κύπρο** και τα οποία είχαν την **ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων**.
 - b) Για την Ενότητα Production, συμμετοχές υποβάλλονται από **νομικά** πρόσωπα που **εδρεύουν στην Κύπρο** και τα οποία είχαν την **ευθύνη για την υλοποίηση των έργων**.
 - c) Για τις Ενότητες Design & Illustration και Digital, συμμετοχές υποβάλλονται από **νομικά** ή **φυσικά** πρόσωπα που **εδρεύουν στην Κύπρο** και τα οποία είχαν την **ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων**.

2. Δικαίωμα συμμετοχής έχουν έργα που παρουσιάστηκαν για πρώτη φορά στην Κύπρο ή/και σε άλλες χώρες κατά το **διάστημα από 1.1.2019 έως και 31.12.2021**. Τα έργα θα πρέπει να υποβάλλονται **ακριβώς όπως έχουν δημοσιευθεί / προβληθεί στον αέρα** και όχι σε μεγαλύτερες, εμπλουτισμένες ή με οποιοδήποτε άλλο τρόπο διαφορετικές εκδοχές.
3. Η υποβολή των έργων θα ολοκληρωθεί στις **15 Ιουνίου 2022**.
4. Κάθε νομικό ή φυσικό πρόσωπο έχει δικαίωμα απεριόριστου αριθμού συμμετοχών ανά Ενότητα/ Κατηγορία/ Ομάδα.
5. Κάθε συμμετοχή μπορεί να υποβληθεί **μόνο από ένα** νομικό ή φυσικό (όπου επιτρέπεται) πρόσωπο. Σε περίπτωση που το ίδιο έργο υποβληθεί από περισσότερα από ένα νομικά ή φυσικά πρόσωπα, η διοργάνωση διατηρεί το δικαίωμα να κρίνει ποια συμμετοχή θα αποδεχθεί.
6. Σε περίπτωση που το έργο έχει εκπονηθεί στα πλαίσια συνεργασίας μιας ομάδας νομικών ή/και φυσικών προσώπων που εδρεύουν στην Κύπρο και τα οποία είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας του έργου, η εταιρία που υποβάλλει το έργο οφείλει να δηλώσει ποιοι συνεργάστηκαν για το έργο αυτό, ποιο μέρος του έργου υλοποίησε ο κάθε συνεργαζόμενος ή/και το ποσοστό συμμετοχής (%) της κάθε εταιρίας/συνεργάτη στη δημιουργία αυτού του έργου. Αν δεν υπάρχει η δήλωση αυτή, το έργο δεν μπορεί να συμμετέχει στα βραβεία.
7. Οι συμμετέχοντες δηλώνουν ότι τα έργα που έχουν καταθέσει στα CAROB Awards υποβάλλονται νόμιμα και σύμφωνα με τους όρους του Κανονισμού αυτού.
8. Κάθε συμμετέχων φέρει την αποκλειστική και πλήρη ευθύνη έναντι της διοργάνωσης αλλά και κάθε τρίτου για τις συμμετοχές που υποβάλλει και για την ακρίβεια των στοιχείων που δηλώνει και θα πρέπει να είναι σε θέση να τα αιτιολογήσει σε περίπτωση που αυτό ζητηθεί από τους διοργανωτές.
9. Κάθε συμμετέχων δηλώνει ότι θα συνδράμει τους διοργανωτές σε ενδεχόμενη δικαστική ή άλλη διένεξη και αναλαμβάνει να τους καλύψει πλήρως για αποζημιώσεις ή πρόστιμα τα οποία θα υποχρεωθούν να καταβάλουν σε τρίτους, λόγω παράβασης των όρων του Κανονισμού, προσβολής πνευματικών και συγγενικών δικαιωμάτων τρίτων, παραβάσεων της νομοθεσίας κ.λπ.
10. Οι βραβευμένοι έχουν τη δυνατότητα να προβάλλουν το βραβείο που τους απονεμήθηκε. Δεν μπορούν, όμως, να κάνουν εμπορική χρήση της διάκρισης ούτε να κάνουν οποιαδήποτε χρήση που να θίγει το κύρος του διαγωνισμού.
11. Στο πλαίσιο της προώθησης των στόχων της διοργάνωσης, επιτρέπεται στον ΣΔΕΚ ή σε οποιαδήποτε άλλη εταιρεία ή φορέα τον οποίο θα εξουσιοδοτήσει ο ΣΔΕΚ, η άνευ ανταλλάγματος προς τους συμμετέχοντες προβολή των έργων με οποιοδήποτε μέσο, ακόμη και έναντι ανταλλάγματος για τον ΣΔΕΚ από τους τρίτους που θα την αναλάβουν ή το κοινό, ιδίως δε η μετάδοση ή αναμετάδοσή τους στο κοινό με οποιοδήποτε μέσο, στην Κύπρο και το εξωτερικό, η δημοσίευσή τους στο site της διοργάνωσης και γενικότερα στο online περιβάλλον, στον ημερήσιο

ή/και περιοδικό τύπο, η προβολή τους στην τηλεόραση και τον κινηματογράφο, η πραγματοποίηση εκδόσεων, συλλογών και η διάθεσή αυτών στο κοινό, κ.λπ. Το ως άνω δικαίωμα προβολής του ΣΔΕΚ είναι απεριόριστης χρονικής διάρκειας.

12. Με εξαίρεση την κατηγορία Αυτοδιαφήμιση, όλα τα υλικά που υποβάλλονται ώστε να τεθούν υπόψη της Επιτροπής Αξιολόγησης, **δεν** πρέπει να περιλαμβάνουν αναφορά στις εταιρείες ή τα πρόσωπα που δημιούργησαν την επικοινωνία.
 13. Όλες οι συμμετοχές που υποβάλλονται –με εξαίρεση συμμετοχές στην κατηγορία αυτοδιαφήμιση και συμμετοχές που αφορούν Μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς– πρέπει να έχουν δημιουργηθεί στο πλαίσιο συνεργασίας επ’ αμοιβή με μια (ή περισσότερες) διαφημιζόμενη επιχείρηση/οργανισμό. Σε περίπτωση που υπάρξει αμφισβήτηση, θα πρέπει να επιβεβαιωθεί ότι το κόστος των ΜΜΕ και των υλικών παραγωγής έχουν καταβληθεί από τη διαφημιζόμενη επιχείρηση/οργανισμό ή αποτελούν μέρος μιας ευρύτερης συμβατικής σχέσης. Σε περίπτωση συμμετοχών που αφορούν ΜΚΟ, η ΜΚΟ θα πρέπει να έχει εγκρίνει τα δημιουργικά υλικά καθώς και τα πλάνα προβολής τους.
 14. Αποκλείονται έργα των οποίων η δημοσιοποίηση έχει απαγορευθεί από οποιοδήποτε κρατικό φορέα ή Αρχή. Αποκλείονται επίσης έργα τα οποία:
 - a) έχουν ελεγχθεί πριν και κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης, από Πρωτοβάθμια ή/και Δευτεροβάθμια Επιτροπή του Φορέα Ελέγχου Διαφήμισης και δεν έχουν τροποποιηθεί σύμφωνα με τις σχετικές αποφάσεις,
 - b) κατόπιν παραπόνου που υποβλήθηκε στον ΦΕΔ, αποσύρθηκαν οικειοθελώς από τον εγκαλούμενο, ο οποίος δεσμεύτηκε ότι δεν θα τα ξαναχρησιμοποιήσει / ξαναπροβάλει ή ότι το πρόγραμμα προβολής τους ολοκληρώθηκε και, ως εκ τούτου, ο ΦΕΔ δεν εξέτασε την αίτηση ελέγχου.
- Σε κάθε περίπτωση η συμμετοχή ακυρώνεται και παρακρατείται το τέλος συμμετοχής.
15. Μετά την ολοκλήρωση της υποβολής συμμετοχών (συμπ. οποιασδήποτε παράτασης), τα έργα αποσύρονται, μόνο με τη σύμφωνη γνώμη της διοργάνωσης και με παρακράτηση του τέλους συμμετοχής. Η αίτηση απόσυρσης πρέπει να γίνεται γραπτώς.
 16. Μετά την ολοκλήρωση της υποβολής συμμετοχών (συμπ. οποιασδήποτε παράτασης), σε οποιαδήποτε ακύρωση συμμετοχής για λόγους μη τήρησης των όρων του παρόντος Κανονισμού, το τέλος συμμετοχής παρακρατείται και δεν επιστρέφεται.
 17. Πριν από την αξιολόγησή τους, τα έργα εξετάζονται από την **Επιτροπή Ελέγχου Συμμετοχών**. Η Επιτροπή έχει την ευθύνη για τον έλεγχο των συμμετοχών ως προς τη συμμόρφωσή τους με τους όρους του κανονισμού. Μεταξύ άλλων ελέγχει ότι:
 - a) Τηρούνται οι πρόνοιες του Κανονισμού, οι οδηγίες συμπλήρωσης της φόρμας συμμετοχής, έχουν υποβληθεί σωστά τα δημιουργικά υλικά και έχει καταβληθεί το τέλος συμμετοχής.

- b) Τα έργα έχουν υποβληθεί στη σωστή ομάδα. Σε περίπτωση που κρίνει ότι κάποιο έργο δεν υποβλήθηκε στη σωστή ομάδα, έχει δικαίωμα να το μετατάξει. Στο πλαίσιο αυτό, έχει επίσης δικαίωμα να συγχωνεύσει ή/και να δημιουργήσει νέες ομάδες με στόχο τη βέλτιστη παρουσίαση των έργων. Σε περίπτωση συγχωνεύσεων, η Επιτροπή διατηρεί το δικαίωμα να μεταφέρει κάποιες από τις συμμετοχές σε μια κατηγορία και τις υπόλοιπες σε κάποια άλλη, ανάλογα με τη φύση των συμμετοχών. Οι συμμετέχοντες ενημερώνονται για τις αποφάσεις αυτές.
 - c) Δεν εκκρεμούν αποφάσεις της Πρωτοβάθμιας ή Δευτεροβάθμιας Επιτροπής Ελέγχου Επικοινωνίας του Φορέα Ελέγχου Διαφήμισης, δεν έχει υποβληθεί υλικό το οποίο οι υποβάλλοντες έχουν δεσμευτεί ενώπιον του ΦΕΔ ότι δεν θα ξαναχρησιμοποιήσουν, δεν υπάρχουν οποιουδήποτε άλλου είδους δικαστικές εκκρεμότητες και ότι έχει υποβληθεί το τροποποιημένο υλικό σε περίπτωση που έχει εκδοθεί σχετική απόφαση του ΦΕΔ ή άλλου αρμόδιου φορέα/αρχής.
 - d) Σε περίπτωση που αμφισβητείται η αυθεντικότητα ενός έργου, η Επιτροπή μπορεί να ζητήσει το πρόγραμμα προβολής του από τα ΜΜΕ, γραπτή επιβεβαίωση από τον πελάτη ή/και οποιαδήποτε άλλη πληροφορία κρίνει σκόπιμο.
18. Μετά την ολοκλήρωση του Ελέγχου των Συμμετοχών, όλες οι συμμετοχές όπως αυτές έχουν οριστικοποιηθεί, δημοσιεύονται στο site της διοργάνωσης www.carobawards.com.cy
19. Τα μέλη της Οργανωτικής Επιτροπής και όλων των Επιτροπών των Carob Awards, καθώς και όλοι όσοι συμμετέχουν στην οργάνωση των βραβείων, υποχρεούνται να τηρούν απόλυτη εχεμύθεια για όσα υποπίπτουν στην αντίληψή τους, κατά τη διάρκεια της άσκησης των καθηκόντων τους. Ειδικότερα, οφείλουν να τηρούν το απόρρητο σχετικά με τη διαδικασία ελέγχου των έργων, την αξιολόγηση και βαθμολόγησή τους, τη συζήτηση τυχόν ενστάσεων, καθώς και την ανακήρυξη των βραβείων μέχρι την επίσημη ανακοίνωσή τους. Ο ΣΔΕΚ και η Οργανωτική Επιτροπή σέβονται τη διαδικασία και τις αποφάσεις των Επιτροπών Αξιολόγησης και δεν παρεμβαίνουν στο έργο τους, παρά μόνο αν προκύψει ζήτημα, το οποίο, κατά την κρίση τους, θέτει υπό αμφισβήτηση το κύρος ή τη στρατηγική του θεσμού.
20. Οι συμμετέχοντες αποδέχονται ανεπιφύλακτα όλους τους όρους και τις διατάξεις του Κανονισμού, δεσμεύονται απόλυτα από τις κρίσεις των Επιτροπών και των διοργανωτών και δεν έχουν κανένα δικαίωμα αμφισβήτησής τους.
21. Οι αποφάσεις των διοργανωτών και των Επιτροπών που συστήνονται στο πλαίσιο της διοργάνωσης είναι δεσμευτικές για όλους.

Επιτροπές

○ Επιτροπή Ελέγχου Συμμετοχών

Η Επιτροπή Ελέγχου Συμμετοχών αποτελείται από 9 μέλη, εκ των οποίων τα 5 προέρχονται από διαφημιστικές / εταιρείες επικοινωνίας. Η απαρτία ορίζεται στα 5 μέλη.

Στην Επιτροπή επιτρέπονται διαφοροποιήσεις μελών ανά Ενότητα έργων, κατά την κρίση των διοργανωτών.

○ Κριτική Επιτροπή

Η Κριτική Επιτροπή αποτελείται από 25 μέλη.

Συμμετέχουν 12 μέλη από διαφημιστικές / εταιρείες επικοινωνίας, 5 διαφημιζόμενοι, 4 εκπρόσωποι ΜΜΕ και άλλα 4 μέλη.

Στις Ενότητες Ad, Digital και Integration, η **απαρτία** ορίζεται στα **15 μέλη**, υπό την προϋπόθεση ότι εκπροσωπούνται όλες οι παραπάνω κατηγορίες και τα μέλη από εταιρείες επικοινωνίας είναι τουλάχιστον 7.

Στην Ενότητα Design & Illustration, η **απαρτία** ορίζεται στα **15 μέλη**, υπό την προϋπόθεση ότι εκπροσωπούνται τουλάχιστον δύο από τις παραπάνω κατηγορίες και τα φυσικά πρόσωπα μέλη της **Ένωσης Γραφιστών και Εικονογράφων Κύπρου** ή/και μέλη από εταιρείες επικοινωνίας είναι τουλάχιστον 10.

Στην Ενότητα Production, η **απαρτία** ορίζεται στα **15 μέλη**, υπό την προϋπόθεση ότι εκπροσωπούνται τουλάχιστον δύο από τις παραπάνω κατηγορίες και τα μέλη του **Συνδέσμου Εταιρειών Παραγωγής Διαφημιστικών Ταινιών** ή/και μέλη από εταιρείες επικοινωνίας είναι τουλάχιστον 10.

Στην Ενότητα PR η **απαρτία** ορίζεται στα **10 μέλη**, υπό την προϋπόθεση ότι εκπροσωπούνται όλες οι παραπάνω κατηγορίες και τα μέλη από εταιρείες επικοινωνίας είναι τουλάχιστον 5.

Στην Επιτροπή επιτρέπονται διαφοροποιήσεις μελών ανά Ενότητα, κατά την κρίση των διοργανωτών.

○ Επιτροπή Ενστάσεων

Σε περίπτωση παραπόνου για κάποια συμμετοχή ή/και σε περίπτωση που τεθεί θέμα εγκυρότητας για κάποιο βραβευμένο έργο, οι διοργανωτές συστήνουν Επιτροπή που αποτελείται από τουλάχιστον 5 μέλη, και με μέγιστο αριθμό τα 7, για να διερευνήσει το θέμα. Στο πλαίσιο αυτό, η Επιτροπή έχει το δικαίωμα να ζητήσει πληροφορίες από όλους τους εμπλεκόμενους, συμπεριλαμβανομένου του παραπονούμενου, του υποβάλλοντος τη συμμετοχή, και του διαφημιζόμενου πελάτη, ή/και να διοργανώσει συνεδρίαση για να συζητήσει το θέμα και να ακούσει τις απόψεις όλων των πλευρών. Σε

περίπτωση που το παράπονο αποδειχθεί βάσιμο, η Επιτροπή αποφασίζει κατά πόσο θα προβεί σε ακύρωση συμμετοχής ή βραβείου, ή/και αν το εν λόγω βραβείο θα απονεμηθεί σε άλλη συμμετοχή. Η απόφαση της Επιτροπής σε όλα τα παραπάνω είναι τελεσίδικη και ανέκκλητη.

Τα μέλη των ως άνω Επιτροπών δεν βαθμολογούν ούτε και λαμβάνουν μέρος σε οποιαδήποτε ψηφοφορία αφορά:

- a) Συμμετοχές που έχουν υποβληθεί από την εταιρεία στην οποία εργάζονται.
- b) Συμμετοχές που έχουν υποβληθεί από εταιρείες που συμμετέχουν στον ίδιο όμιλο εταιρειών με αυτές.
- c) Συμμετοχές με τις οποίες έχουν ή είχαν οι ίδιοι ως άτομα οποιαδήποτε συμμετοχή/σχέση.
- d) Οι διαφημιζόμενοι δεν βαθμολογούν ούτε και λαμβάνουν μέρος σε οποιαδήποτε ψηφοφορία αφορά έργα της επιχείρησης στην οποία εργάζονται, αλλά ούτε και άλλες συμμετοχές για προϊόντα/υπηρεσίες ή/και τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιούνται.
- e) Τα μέλη των Επιτροπών μπορούν επίσης να αυτοεξαίρεθούν από την ψηφοφορία/αξιολόγηση κάποιας άλλης συμμετοχής, υπό την προϋπόθεση ότι θα δηλώσουν εκ των προτέρων την επιλογή τους για εξαίρεση στους διοργανωτές.

Τα μέλη όλων των Επιτροπών οφείλουν να **τηρούν το απόρρητο** σχετικά με τη διαδικασία ελέγχου και αξιολόγησης των έργων, τη βαθμολόγησή τους, τη συζήτηση τυχόν ενστάσεων καθώς και την ανακήρυξη των βραβείων μέχρι την επίσημη ανακοίνωσή τους.

Αξιολόγηση & Βραβεία

Τα βραβεία – Gold, Silver και Bronze- αναδεικνύονται μετά από βαθμολογία της Κριτικής Επιτροπής.

Τα βραβεία αναδεικνύονται σε μια φάση αξιολόγησης με εξαίρεση την περίπτωση όπου υπάρχουν 10 ή και περισσότερες έγκυρες συμμετοχές σε **κάθε Κατηγορία / Ομάδα**. Στην περίπτωση αυτή, προηγείται αξιολόγηση που καταλήγει σε shortlist τουλάχιστον 5 συμμετοχών.

Για τη βαθμολόγηση χρησιμοποιείται η κλίμακα **1-10**. Της βαθμολογίας προηγείται συζήτηση μεταξύ των μελών για το πλαίσιο και τα κριτήρια της αξιολόγησης.

Τα μέλη της Κριτικής Επιτροπής θα έχουν τη δυνατότητα να μελετήσουν τα υποψήφια έργα εκ των προτέρων.

Το κάθε μέλος της Επιτροπής δίνει το βαθμό που επιθυμεί χωρίς ο βαθμός να γνωστοποιείται στους άλλους κριτές κατά τη διάρκεια της διαδικασίας.

Σε περίπτωση όπου οι κριτές δίνουν ένα μόνο βαθμό, η τελική βαθμολογία κάθε έργου προκύπτει ως εξής:

- Από τους βαθμούς των κριτών, εξαιρείται ο μεγαλύτερος και ο μικρότερος βαθμός. Π.χ., αν έχουμε μια σειρά 15 βαθμών ως εξής: 7, 7, 6, 6, 5, 7, 7, 5, 6, 3, 7, 8, 8, 7, 4 θα εξαιρεθεί μια φορά μόνο το 8 και το 3.
- Αθροίζονται οι βαθμοί των κριτών των οποίων η βαθμολογία τελικά προσμετρήθηκε και το αποτέλεσμα διαιρείται δια του αριθμού των κριτών αυτών (στο παράδειγμα, διά 13).

Σε περίπτωση όπου οι κριτές δίνουν βαθμό σε περισσότερα από ένα κριτήρια αξιολόγησης, η τελική βαθμολογία κάθε έργου προκύπτει ως εξής:

- Πρώτα υπολογίζεται ο βαθμός κάθε κριτή, με τον παρακάτω τρόπο:
(βαθμός σε κριτήριο A x συντελεστή βαρύτητας κριτηρίου) + (βαθμός σε κριτήριο B x συντελεστή βαρύτητας κριτηρίου) = βαθμός κριτή.
- Από τους βαθμούς των κριτών, εξαιρείται ο μεγαλύτερος και ο μικρότερος βαθμός. Π.χ., αν έχουμε μια σειρά 15 βαθμών ως εξής: 7, 7, 6, 6, 5, 7, 7, 5, 6, 3, 7, 8, 8, 7, 4 θα εξαιρεθεί μια φορά μόνο το 8 και το 3.
- Αθροίζονται οι βαθμοί των κριτών των οποίων η βαθμολογία τελικά προσμετρήθηκε και το αποτέλεσμα διαιρείται δια του αριθμού των κριτών αυτών (στο παράδειγμα, διά 13).

Η τελική βαθμολογία κάθε υποψηφιοτήτας είναι ο μέσος όρος των βαθμολογιών των κριτών των οποίων η βαθμολογία τελικά προσμετρήθηκε.

Μετά την ολοκλήρωση της απονομής, είναι στη διακριτική ευχέρεια των διοργανωτών να αποφασίσουν αν θα αποδεχθούν αίτημα για να δοθούν βαθμολογίες των έργων (χωρίς αναφορά στα ονόματα των κριτών), σε έχοντες εύλογο ενδιαφέρον.

Σε κάθε Κατηγορία / Ομάδα, μπορούν να δοθούν **μέχρι και 3 βραβεία**, αν πληρούνται οι παρακάτω προϋποθέσεις:

- Δεν δίνεται βραβείο αν η βαθμολογία του έργου δεν είναι κατ'ελάχιστο, 6.
- Για να δοθεί Gold βραβείο, πρέπει η βαθμολογία του έργου να είναι τουλάχιστον 7.5.

Σε περίπτωση απόλυτης ισοψηφίας μπορεί να δοθεί το ίδιο βραβείο σε δύο ή περισσότερες συμμετοχές.

Η επίτευξη του βαθμολογικού ορίου δεν σημαίνει ότι ένα έργο θα βραβευτεί με το βραβείο αυτό. Π.χ. ένα έργο μπορεί να έχει μέσο όρο βαθμολογίας 7.6 και να πάρει bronze βραβείο γιατί στην κατηγορία του άλλα δύο έργα έχουν λάβει υψηλότερους βαθμούς και θα βραβευτούν με silver και gold.

Τα βραβεία απονέμονται στο όνομα του νομικού ή φυσικού προσώπου που υπέβαλε νομίμως τη δήλωση συμμετοχής για το βραβευμένο έργο.

Τρόπος Υποβολής Έργων

Η υποβολή συμμετοχών στα Carob Awards γίνεται μέσα από το site www.carobawards.com.cy

Βήμα 1	Ο υποβάλλον τη συμμετοχή –νομικό ή φυσικό πρόσωπο- δημιουργεί το προφίλ του online.	Site www.carobawards.com.cy
Βήμα 2	Κάθε συμμετοχή υποβάλλεται ξεχωριστά στην ενότητα/κατηγορία/ομάδα στην οποία ανήκει. Για κάθε συμμετοχή υποβάλλονται πληροφοριακά στοιχεία, αναφορά στους συντελεστές και δημιουργικά υλικά. Κάθε συμμετοχή λαμβάνει από το website ένα μοναδικό κωδικό .	Site www.carobawards.com.cy
Βήμα 3	Με την ολοκλήρωση της διαδικασίας υποβολής συμμετοχών, οι διοργανωτές επικοινωνούν με τους συμμετέχοντες για την εξόφληση του τέλους υποβολής.	Τα τέλη συμμετοχής εξοφλούνται με επιταγή ημέρας ή κατατίθενται σε τραπεζικό λογαριασμό που θα υποδειχθεί στους συμμετέχοντες. Η κατάθεση θα πρέπει να αναγράφει την επωνυμία της εταιρίας/φυσικού προσώπου όπου θα εκδοθεί το αντίστοιχο τιμολόγιο και τον αριθμό τιμολογίου.

Αποστολή υλικών σε:

ΙΜΗ
Αιγάλεω 5, 2057 Στρόβολος, Λευκωσία
Τηλ: +357 22505555

Επικοινωνία σχετικά με υποβολή συμμετοχών: Χριστιάνα Πασχαλίδου, τηλ. 99 198954

Τέλη Συμμετοχής

Κόστος Συμμετοχής
(€, προ ΦΠΑ)

AD

Τηλεόραση	150
Κόστος συμμετοχής σε Κατηγορίες Ραδιόφωνο – Τύπος – Υπαίθρια Διαφήμιση	100

DESIGN & ILLUSTRATION

Κόστος συμμετοχής	100
-------------------	-----

DIGITAL

Landing Assets	150
Digital Campaigns, Social Media, Performance, New Tech	100

PR

Κόστος συμμετοχής	150
-------------------	-----

PRODUCTION

Κόστος συμμετοχής	150
-------------------	-----

INTEGRATION

Κόστος συμμετοχής	350
-------------------	-----

Εκπτώσεις - Μόνο για μέλη ΣΔΕΚ, ΕΓΕΚ, CFPC

Το κόστος για την πρώτη και τη δεύτερη συμμετοχή είναι 40€ η μία (χωρίς ΦΠΑ). Η έκπτωση ισχύει ανά υποβάλλουσα εταιρία/φυσικό πρόσωπο, ανεξάρτητα από τον αριθμό των Ενοτήτων στις οποίες συμμετέχει. Από την παραπάνω έκπτωση, εξαιρούνται οι συμμετοχές της ενότητας **Integration**.

Επιπρόσθετα:

Από 6 - 15 συμμετοχές, παρέχεται έκπτωση 20%

Από 16 - 29 συμμετοχές, παρέχεται έκπτωση 25%

Από 30 συμμετοχές και πάνω, παρέχεται έκπτωση 30%

ΕΝΟΤΗΤΑ AD

Υποβολή συμμετοχών μόνο από νομικά πρόσωπα που εδρεύουν στην Κύπρο και τα οποία είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

Ομάδες:

01. Τρόφιμα & Ποτά / Σχετικά Καταστήματα

Όλων των ειδών τα τρόφιμα και ποτά (αλκοολούχα ή μη), υπεραγορές, εστιατόρια ταχείας εστίασης, καφετέριες.

02. Άλλα Αναλώσιμα Προϊόντα / Σχετικά καταστήματα & Υπηρεσίες

καλλυντικά, είδη προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, υπηρεσίες προσωπικής φροντίδας και ομορφιάς, βιταμινούχα σκευάσματα, αναλγητικά, άλλα προϊόντα φαρμακείου, προφυλακτικά, εντομοαπωθητικά, καθαριστικά, απορρυπαντικά, τροφές ζώων, αναλώσιμα είδη γραφείου, κ.λπ.

03. Τραπεζικά / Ασφαλιστικά και Χρηματοοικονομικά Προϊόντα / Υπηρεσίες

τραπεζικά προϊόντα ή υπηρεσίες, ασφαλιστικά προϊόντα ή υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, επενδύσεις, ακίνητα, leasing, δάνεια, επενδυτικά προϊόντα, ασφάλειες ζωής, ασφάλειες αυτοκινήτου.

04. Τηλεπικοινωνίες / Είδη Τεχνολογίας / Προϊόντα – Υπηρεσίες και Σχετικά Καταστήματα

πάροχοι, προϊόντα και υπηρεσίες double/triple/quadruple play, τηλεφωνικοί κατάλογοι

05. Προβολή ενεργειών ΕΚΕ / Χορηγίες / Πολιτισμός / Αθλητισμός / Κοινωνικά μηνύματα

Προβολή ενεργειών ΕΚΕ, αθλητικές/πολιτισμικές εκδηλώσεις και χορηγίες τους, χορηγίες αθλητών, συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, κοινωνικά μηνύματα από επιχειρήσεις ή μη κερδοσκοπικούς φορείς.

06. Εταιρική Επικοινωνία / Δημόσιο

Μη προϊόντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας, συμπεριλαμβανομένων εταιρικών διαφημίσεων που σχετίζονται με τον Covid-19, μηνύματα από φορείς που ανήκουν στον ευρύτερο δημόσιο τομέα.

07. Διαρκή Αγαθά & Υπηρεσίες / Ενέργεια / Συγκοινωνίες / Σχετικά Καταστήματα & Υπηρεσίες

λευκές συσκευές, μαύρες συσκευές, έπιπλα σπιτιού και γραφείου, δομικά υλικά, εξοπλισμός γραφείου, εργαλεία, συστήματα ασφαλείας, ρούχα, υποδήματα, αυτοκίνητα, δίτροχα, σκάφη, αντιπροσωπείες, πρατήρια καυσίμων, εταιρείες ενέργειας, πετρελαιοειδών κ.λπ.

08. Εκπαίδευση

Εκπαιδευτικά ιδρύματα κάθε βαθμίδας, προγράμματα σπουδών, φροντιστήρια, εκπαιδευτικά βοηθήματα κ.λπ.

09. Τυχερά Παιχνίδια / Τουρισμός / Αναψυχή / MME / Άλλα

Ταξίδια, προορισμοί, πρακτορεία, αεροπορικές εταιρίες, ξενοδοχεία, παιχνίδια για παιδιά ή ενήλικες, ηλεκτρονικά παιχνίδια, τυχερά παιχνίδια, λαχεία, κέντρα ψυχαγωγίας, χώροι αναψυχής, catering, θεματικά πάρκα, ταινίες, κινηματογράφοι, θέατρα, μουσεία, online και offline MME, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί και προγράμματα, κ.λπ.

10. Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)

Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας. Κάθε έργο της σειράς πρέπει να έχει παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών που ορίζεται στον Κανονισμό.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ – ΤΥΠΟΣ – ΥΠΑΙΘΡΙΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

01. Αναλώσιμα Προϊόντα

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 κ.λπ.

02. Διαρκή Αγαθά

Λευκές συσκευές, μαύρες συσκευές, έπιπλα σπιτιού και γραφείου, κλιματιστικά, θερμαντικά, δομικά υλικά, εξοπλισμός γραφείου, εργαλεία, συστήματα ασφαλείας, ρούχα, υποδήματα, λευκά είδη, αυτοκίνητα, δίτροχα, σκάφη, κ.λπ.

03. Τηλεπικοινωνίες / Είδη Τεχνολογίας / Προϊόντα – Υπηρεσίες και Σχετικά Καταστήματα

πάροχοι, προϊόντα και υπηρεσίες double/triple/quadruple play, τηλεφωνικοί κατάλογοι κ.λπ.

04. Τραπεζικά / Ασφαλιστικά και Χρηματοοικονομικά Προϊόντα / Υπηρεσίες

τραπεζικά προϊόντα ή υπηρεσίες, ασφαλιστικά προϊόντα ή υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, επενδύσεις, ακίνητα, leasing, δάνεια, επενδυτικά προϊόντα, ασφάλειες ζωής, ασφάλειες αυτοκινήτου κ.λπ.

05. Υπηρεσίες / MME / Δημόσιο

Υπηρεσίες επαγγελματιών, εταιρίες διανομών και μεταφορών, εταιρίες ασφαλείας, αεροδρόμια, εταιρίες πετρελαιοειδών, υπηρεσίες οδικής βοήθειας, leasing, λαχεία, τυχερά παιχνίδια, ταξίδια, σχολές, online και offline MME, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, συγκοινωνίες, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, πολιτικά κόμματα κ.λπ.

06. Εταιρική Επικοινωνία / Προβολή ενεργειών ΕΚΕ / Χορηγίες / Πολιτισμός / Αθλητισμός / Κοινωνικά μηνύματα

μη προϊόντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας, προβολή ενεργειών ΕΚΕ, χορηγίες εκδηλώσεων, χορηγίες πολιτισμικών γεγονότων, πολιτισμικές εκδηλώσεις, συγχωνεύσεις εταιριών, χορηγίες αθλητικών γεγονότων και αθλητών, αθλητικές εκδηλώσεις και συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, κοινωνικά μηνύματα από επιχειρήσεις, δημόσιο ή μη κερδοσκοπικούς φορείς κ.λπ.

07. Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)

Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας. Κάθε έργο της σειράς πρέπει να έχει παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών που ορίζεται στον Κανονισμό.

Η καταγραφή των περιεχομένων σε κάθε Κατηγορία/Ομάδα είναι ενδεικτική.

ΕΝΟΤΗΤΑ DESIGN & ILLUSTRATION



ένωση
γραφιστών και
εικονογράφων
κύπρου

Η Ενότητα υλοποιείται σε συνεργασία με την
Ένωση Γραφιστών και Εικονογράφων Κύπρου.

Υποβολή συμμετοχών από νομικά ή φυσικά πρόσωπα που εδρεύουν στην Κύπρο και τα οποία είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων.

01. Εταιρική Ταυτότητα

Υποβολή λογοτύπου και τουλάχιστον άλλων 3 εφαρμογών του λογοτύπου (π.χ. επιστολόχαρτο, φάκελος, επαγγελματική κάρτα, folder κ.λπ.).

02. Λογότυπο

Υποβάλλεται το διαγωνιζόμενο λογότυπο/σήμα στις διάφορες ισχύουσες παραλλαγές του (π.χ. θετικό/αρνητικό, ασπρόμαυρο/έγχρωμο κ.ο.κ.).

03. Πολλαπλές Εφαρμογές Ταυτότητας

Στην κατηγορία αυτή υποβάλλονται έργα (projects) που έχουν τουλάχιστον 3 διαφορετικές εφαρμογές μιας πρώτης ταυτότητας, π.χ. ταυτότητα φεστιβάλ, συναυλίας κ.λπ. Στην κατηγορία αυτή δεν υποβάλλονται εφαρμογές εταιρικής ταυτότητας.

04. Έντυπα και Εκδόσεις

Περιλαμβάνει βιβλία, περιοδικά, εταιρικά ή προϊόντικά έντυπα, έντυπα/καταλόγους καλλιτεχνών ή πολιτιστικών γεγονότων, ημερολόγια κ.λπ. (Η κάθε έκδοση / έντυπο αξιολογείται στο σύνολό της).

05. Εξώφυλλα Εντύπων και Εκδόσεων (Σχεδιασμός ή εικονογράφιση)

Στην κατηγορία αυτή θα κριθούν εξώφυλλα βιβλίων ανεξαρτήτως περιεχομένου.

06. Αφίσα / Σειρά Αφισών

Περιλαμβάνει μεμονωμένη αφίσα ή σειρά αφισών (τουλάχιστον 3), που χρησιμοποιήθηκαν στο πλαίσιο της προώθησης προϊόντων, καταστημάτων, εκδηλώσεων κ.λπ.

07. Γραφικά Χώρου / Σήμανση

Περιλαμβάνει έργα σήμανσης εσωτερικού ή/και εξωτερικού χώρου, συμπεριλαμβανομένων και εφαρμογών γραφιστικού σχεδιασμού σε τρισδιάστατο περιβάλλον (branding χώρων).

08. Συσκευασία / Σειρά Συσκευασιών

Περιλαμβάνει μεμονωμένη συσκευασία ή σειρά συσκευασιών (τουλάχιστον 3).

09. Εικονογράφηση Συσκευασίας

Εικονογραφήσεις σε συσκευασίες οποιουδήποτε προϊόντος/αντικειμένου. Στην κατηγορία αυτή διαγωνίζεται μόνο η εικονογράφηση, και όχι η συσκευασία γενικότερα.

10. Εικονογράφηση Εντύπου και Εκδόσεων

Στην κατηγορία αυτή διαγωνίζεται μόνο η εικονογράφηση, και όχι η γραφιστική επιμέλεια.

11. Εικονογράφηση Άρθρου / Διαφήμισης

Αφίσα, ιστοσελίδα, social ή άλλα μέσα διαφήμισης.

12. Ψηφιακή εικονογράφηση και σχεδιασμός εικόνας

Δημιουργία ψηφιακής εικονογράφησης με σκοπό και αρχική χρήση σε ψηφιακό περιβάλλον.

13. Αυτοπροβολή

Όλα τα έργα που αφορούν αυτοπροβολή εταιρειών/επαγγελματιών επικοινωνίας και γραφιστικής, διαγωνίζονται στην κατηγορία αυτή (π.χ. λογότυπο και εφαρμογές του, εταιρική ταυτότητα, έντυπα, προωθητικά υλικά, ευχετήριες κάρτες, ημερολόγια, δώρα/giveaways κ.λπ).

Κριτήρια αξιολόγησης για την Ενότητα Design και Illustration:

- Πρωτοτυπία
- Σχεδιαστική αρτιότητα
- Διαχρονικότητα
- Ευστοχία (αν εξυπηρετεί τον σκοπό για τον οποίο δημιουργήθηκε)
- Λειτουργικότητα

Οι κριτές δίνουν δύο βαθμούς:

- Πρωτοτυπία - Σχεδιαστική Αρτιότητα - Διαχρονικότητα (βαρύτητα 60%)
- Ευστοχία - Λειτουργικότητα (βαρύτητα 40%)

ΕΝΟΤΗΤΑ DIGITAL

Υποβολή συμμετοχών από νομικά ή φυσικά πρόσωπα που εδρεύουν στην Κύπρο και τα οποία είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: DIGITAL CAMPAIGNS

Μία digital εκστρατεία πρέπει να έχει αξιοποιήσει **τουλάχιστον 2 διαφορετικές digital πλατφόρμες** (e.g. Social Media, Google Network, Local Portals, Programmatic Platforms, Mobile App Advertising, Email Marketing etc.), να υπάρχουν **τουλάχιστον 3 διαφορετικές digital εκτελέσεις** (π.χ. display banners, influencer content, advertiser video, advertiser social media post, mobile app ad, chatbot or/and messenger, native articles, digital releases, search ads, in-app advertising, in-app marketing, push notifications κοκ.) και επιπλέον να **έχει προωθηθεί με διαφημιστικό budget σε online media**. Η καμπάνια μπορεί να περιλαμβάνει και offline εφαρμογές οι οποίες είτε οδηγούν, είτε βοηθούν στην εκτέλεση της digital καμπάνιας.

Οι συμμετοχές αξιολογούνται ως προς τα παρακάτω κριτήρια:

- Την Digital-First Στρατηγική Προσέγγιση: 25%
- Τη Δημιουργική Ιδέα και Εκτέλεση σε διαφορετικά digital οικοσυστήματα: 50%
- Την Αποτελεσματικότητα σε σχέση με τους στρατηγικούς και επικοινωνιακούς στόχους (π.χ. απήχηση, διάδραση, conversion, retention, sales κ.λπ.): 25%

01. Brand / Product / Service Launch or Relaunch

Εκστρατείες που πραγματοποιούνται για το λανσάρισμα ή το επαναλανσάρισμα ενός brand, προϊόντος ή υπηρεσίας.

02. Brand Communication

Εκστρατείες που πραγματοποιούνται για την ενίσχυση του awareness και του ενδιαφέροντος για ένα brand, είτε αυτό αποτελεί προϊόν, υπηρεσία, επιχείρηση κ.λπ.

03. Προσαρμογή / Εξέλιξη Διεθνούς Concept

Η Κατηγορία περιλαμβάνει digital εκστρατείες 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 υλοποίησης / προσαρμογής / εξέλιξης της στην Κύπρο. Ο υποβάλλον θα πρέπει απαραίτητα να αναφερθεί στο διεθνές concept/εκστρατεία και στα δεδομένα στα οποία στηρίχθηκε για τη δημιουργία της τοπικής εκδοχής.

04. Αυτοδιαφήμιση

Όλες οι εκστρατείες που πραγματοποιούνται από και προς όφελος μιας εταιρείας επικοινωνίας.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: SOCIAL MEDIA

Οι συμμετοχές αξιολογούνται ως προς τα παρακάτω κριτήρια:

- Την Social-First Στρατηγική Προσέγγιση: 25%
- Τη Δημιουργική Ιδέα και Εκτέλεση: 50%
- Την Αποτελεσματικότητα σε σχέση με τους στρατηγικούς και επικοινωνιακούς στόχους (π.χ. απήχηση, διάδραση, conversion, retention, sales κ.λπ.): 25%

05. Social Media / Tactical Campaigns

Εκστρατείες για προώθηση επιχειρήσεων, προϊόντων, κ.λπ. είτε με δημιουργία εφαρμογών, είτε μέσω άλλων ενεργειών επικοινωνίας, π.χ. διαγωνισμούς, ειδικές σελίδες κ.λπ. Οι συμμετοχές στην κατηγορία αυτή αναδεικνύουν τη χρήση των κοινωνικών δικτύων, εστιάζοντας π.χ. στην απήχηση στο κοινό στόχος, στο engagement με το χρήστη, στην προώθηση/sharing από το χρήστη, στη δημιουργία περιεχομένου από το χρήστη, στη δημιουργική χρήση των κοινωνικών δικτύων για επίτευξη συγκεκριμένου call to action, επικοινωνιακών στόχων, επιχειρηματικών αποτελεσμάτων κ.λπ.

06. Social Media / Γενική Παρουσία

Η γενικότερη παρουσία μιας επιχείρησης, ενός προϊόντος ή brand σε ένα ή/και περισσότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε μεγαλύτερο βάθος χρόνου από μια συγκεκριμένη εκστρατεία.

07. Creative Use of Influencers

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

08. Creative Use of Video

Ενέργειες που κάνουν δημιουργική και πρωτότυπη αξιοποίηση του video format, έχουν δημιουργηθεί ειδικά για μία ή/και περισσότερες πλατφόρμες social media και έχουν ως βασικό σκοπό την προώθηση από τους χρήστες, τη διάδραση μαζί τους κ.λπ. Μπορεί να υποβληθεί μεμονωμένο video ή σειρά video (τουλάχιστον 3). Αξιολογούνται ως προς τη στρατηγική ιδέα, τη δημιουργικότητα και «φρεσκάδα» του περιεχομένου, την απήχηση/διάδραση με το κοινό στόχος και τα αποτελέσματά τους.

09. Αυτοδιαφήμιση

Όλες οι εκστρατείες που πραγματοποιούνται από και προς όφελος μιας εταιρείας επικοινωνίας.

KΑΤΗΓΟΡΙΑ: PERFORMANCE

Οι συμμετοχές αξιολογούνται ως προς τα παρακάτω κριτήρια:

- Την Digital-First Στρατηγική Προσέγγιση: 25%
- Τη Δημιουργική Ιδέα και Εκτέλεση: 25%
- Την Αποτελεσματικότητα σε σχέση με τους στρατηγικούς και επικοινωνιακούς στόχους: 50%

10. Sales driven campaigns

Εκστρατείες που πραγματοποιούνται για την ενίσχυση των πωλήσεων.

11. Lead generation campaigns

Εκστρατείες που πραγματοποιούνται για την εκδήλωση ενδιαφέροντος και απόκτηση leads για ένα προϊόν, υπηρεσία, οργανισμό, κ.λπ.

KΑΤΗΓΟΡΙΑ: NEW TECH

Οι συμμετοχές αξιολογούνται ως προς τα παρακάτω κριτήρια:

- Την Digital-First Στρατηγική Προσέγγιση: 25%
- Την Δημιουργική Ιδέα και User Experience: 50%
- Την Αποτελεσματικότητα σε σχέση με τους στρατηγικούς και επικοινωνιακούς στόχους: 25%

12. Emerging technologies in marketing communication

Ενέργειες που αξιοποιούν νέες τεχνολογίες (AR, VR, κλπ.) για δημιουργική και πρωτότυπη προώθηση προϊόντων, υπηρεσιών ή/και επίτευξη στόχων marketing κ.λπ.

KΑΤΗΓΟΡΙΑ: LANDING ASSETS

Οι συμμετοχές αξιολογούνται ως προς τα παρακάτω κριτήρια:

- Σχεδιασμός και Περιεχόμενο: 40%
- Development και User Experience: 35%
- Αποτελεσματικότητα σε σχέση με τους στρατηγικούς και επικοινωνιακούς στόχους (π.χ. bounce rate, new/returning visitors, average session duration, pages per session, average time on page, conversion rate, page speed κ.λπ.): 25%

13. Corporate / Brand Websites

Sites που προβάλλουν μια επιχείρηση, έναν οργανισμό, ένα προϊόν, μια υπηρεσία, μια διοργάνωση/εκδήλωση, ένα άτομο από τον καλλιτεχνικό ή πολιτικό ή άλλο χώρο κ.λπ. Τα sites αξιολογούνται και ανανεώνονται σε βάθος χρόνου και αποτελούν τη γενική παρουσία του οργανισμού/προϊόντος/προσώπου κ.λπ. Αξιολογούνται ως προς την καθαρότητα του design, το εύρος του περιεχομένου, την ευκολία πλοήγησης και την ελκυστικότητα του site προς το χρήστη.

14. Microsites

Microsites που προβάλλουν μια επιχείρηση, έναν οργανισμό, ένα προϊόν, μια υπηρεσία, μια διοργάνωση/εκδήλωση, ένα άτομο από τον καλλιτεχνικό ή πολιτικό ή άλλο χώρο κ.λπ. Τα sites αυτά έχουν μικρή διάρκεια ζωής ή/και καλούν σε συγκεκριμένο, χρονικά προσδιορισμένο call to action. Αξιολογούνται ως προς την καθαρότητα του design, τη στόχευση και σαφήνεια του περιεχομένου και τα αποτελέσματά τους ως προς το σκοπό που δημιουργήθηκαν.

15. E-shops

Websites ή applications για online πώληση αγαθών ή υπηρεσιών. Αξιολογούνται ως προς την καθαρότητα του design, το εύρος των αγαθών/υπηρεσιών προς πώληση ή/και το σχετικό specialisation, την ευκολία πλοήγησης και συναλλαγής για τον χρήστη.

16. Web platforms

Σύνθετα websites με εξειδικευμένες ή/και προσαρμοσμένες λειτουργίες, όπως π.χ. διαχείριση ακινήτων, ηλεκτρονική μάθηση, CRMs, portals, πλατφόρμες για παραγγελίες/διανομές τροφίμων κ.λπ. Αξιολογούνται ως προς την καθαρότητα του design, την ευκολία χρήσης και αναζήτησης περιεχομένου, την ευκολία πλοήγησης και την αποδοχή από τους χρήστες.

17. Web & Mobile Games

Games σε online περιβάλλον τα οποία διαθέτουν gameplay (συγκεκριμένο τρόπο διάδρασης των παικτών με το παιχνίδι, που περιλαμβάνει μεταξύ άλλων τις κινήσεις που μπορεί να κάνει ο παίκτης, το ζητούμενο/στόχο, πιθανά στάδια, διάδραση με άλλους παίκτες κ.λπ.) και ταυτόχρονα προωθούν κάποια μάρκα. Αξιολογείται η ελκυστικότητα της ενέργειας για το χρήστη, το gameplay και τα αποτελέσματα της ενέργειας όσον αφορά στην εκπλήρωση των στόχων της μάρκας.

18. Mobile Apps

Εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα ή tablets που σχεδιάζονται ειδικά για να προωθήσουν μία μάρκα ή/και τους στόχους/σκοπούς με τους οποίους αυτή ταυτίζεται. Αξιολογούνται ως προς τη στρατηγική τους σκέψη, την ευχρηστία και την αποτελεσματικότητα που είχαν στην επίτευξη των στόχων για τους οποίους δημιουργήθηκαν.

Προσοχή:

- ΟΛΕΣ οι ενέργειες θα πρέπει να υποβάλλονται σε πραγματικό περιβάλλον και θα πρέπει να παραμένουν online κατά τη διάρκεια της ψηφοφορίας και μέχρι το τέλος του έτους βράβευσης.
- Σε περίπτωση που το έργο δεν είναι πλέον ενεργό, υποβάλλεται private link στο οποίο έχει μεταφερθεί ΟΛΟ ΤΟ ΠΑΛΙΟ ΕΡΓΟ που είναι υποψήφιο ώστε η εμπειρία για τον χρήστη να είναι η ίδια ως ήταν κατά την διάρκεια που το link ήταν δημόσιο/ενεργό και το διαγωνιζόμενο έργο ήταν on air.
- Σε περίπτωση που υπάρξει ανάγκη κατά τη διάρκεια της ψηφοφορίας το έργο να αλλάξει εντελώς την εμφάνιση ή τον κώδικά του, θα πρέπει να ενημερωθεί η διοργάνωση και να υποβληθεί private link όπου θα μεταφερθεί ΟΛΟ ΤΟ ΠΑΛΙΟ ΕΡΓΟ που εξακολουθεί να είναι υποψήφιο ώστε η εμπειρία για τον χρήστη να είναι η ίδια ως ήταν κατά την διάρκεια που το link ήταν δημόσιο/ενεργό και το διαγωνιζόμενο έργο ήταν on air. Αν αυτό δεν είναι εφικτό, η συμμετοχή δεν μπορεί να διαγωνιστεί και το έργο αποσύρεται από το διαγωνισμό με παρακράτηση του τέλους συμμετοχής.
- Αν τεθεί υπόψη της διοργάνωσης θέμα ότι το έργο που έχει υποβληθεί στο διαγωνισμό δεν είναι το ίδιο με το έργο που ήταν on air την περίοδο στην οποία αναφέρεται η υποψηφιότητα, η Επιτροπή Ελέγχου (αν η αμφισβήτηση υποβληθεί πριν ή/και κατά τη διάρκεια της διαδικασίας αξιολόγησης) ή η Επιτροπή Ενστάσεων (αν υπάρξει αμφισβήτηση μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας αξιολόγησης ή/και μετά την Τελετή Απονομής) εξετάζει το θέμα και έχει το δικαίωμα να ακυρώσει τη συμμετοχή, με παρακράτηση του τέλους συμμετοχής. Νοείται ότι η αμφισβήτηση αφορά κατά βάση στην αλλαγή δομής, πλοήγησης και κυρίως εμφάνισης. Είναι σαφές ότι επιτρέπονται αλλαγές ή ανανεώσεις στο καθαρά πληροφοριακό / ειδησεογραφικό περιεχόμενο (κείμενα / φωτογραφίες).
- *Αναφορικά με τις συμμετοχές που υποβάλλονται στις Κατηγορίες Digital Campaigns:*
Σε περίπτωση έργου που υποβάλλεται στην ολότητά του ως Digital Campaign, μέρη αυτού μπορούν να υποβληθούν σε όχι περισσότερες από δύο ακόμη ομάδες στις Κατηγορίες Social Media και Performance. Η εφαρμογή της πρόνοιας αυτής θα εξετάζεται από την Επιτροπή Ελέγχου Συμμετοχών.

ΕΝΟΤΗΤΑ PR

Υποβολή συμμετοχών μόνο από νομικά πρόσωπα που εδρεύουν στην Κύπρο και τα οποία είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων.

01. Διαχείριση Φήμης Εταιριών/Οργανισμών, Αντιμετώπιση Κρίσεων, Διαχείριση Κρίσιμων Θεμάτων (Corporate/Image PR and/or Change or Crisis Communication)

- Προγράμματα δημοσίων σχέσεων για την αναβάθμιση και προβολή της εικόνας μιας εταιρείας ή ενός οργανισμού, και τη διαχείριση/προστασία της φήμης του.
- Προγράμματα προετοιμασίας μιας εταιρείας ή ενός οργανισμού για να αντιμετωπίσει μια κρίση, προγράμματα επικοινωνιακού χειρισμού μιας κρίσης ή ευαίσθητων θεμάτων, που μπορεί να εξελιχθούν σε κρίσεις, όπως π.χ. μόλυνση περιβάλλοντος, μείωση προσωπικού ή αλλαγή όρων εργασίας κ.λπ.
- Προγράμματα Πολιτικής Επικοινωνίας, προβολής της εικόνας και φήμης προσώπων ή/και κομμάτων.

02. Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων μιας Επιχείρησης / ενός Οργανισμού προς συγκεκριμένα κοινά (Stakeholder Relations)

- Σχέσεις με τα ΜΜΕ (Media Relations)
Ενέργειες προς τους εκπροσώπους των ΜΜΕ για ενημέρωσή τους σε συγκεκριμένα θέματα και επίτευξη δημοσιότητας. Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται τόσο τα ολοκληρωμένα προγράμματα που αναπτύσσονται σε βάθος χρόνου, όσο και μεμονωμένες δραστηριότητες/ media events.
- Χρηματοοικονομικές Σχέσεις / Financial Relations
Προγράμματα εταιρικών δημοσίων σχέσεων που στοχεύουν σε χρηματοοικονομικά κοινά: μετόχους, θεσμικούς ή ιδιώτες επενδυτές, χρηματιστές και αναλυτές, το ευρύ επενδυτικό κοινό κ.λπ.
- Εσωτερική Επικοινωνία / Internal Communications
Προγράμματα δημοσίων σχέσεων που απευθύνονται στους εργαζόμενους ή/και εξωτερικούς συνεργάτες μιας εταιρείας και στοχεύουν στην ενδυνάμωση των σχέσεων μεταξύ τους, σε καλύτερη επικοινωνία, στην ενίσχυση της εμπιστοσύνης τους στην εταιρεία, κ.λπ.
- Ανάπτυξη Σχέσεων με το Δημόσιο Τομέα (Government Relations)
Προγράμματα δημοσίων σχέσεων που απευθύνονται σε κυβερνητικούς φορείς, δημόσια διοίκηση και τοπική αυτοδιοίκηση με στόχο την προώθηση των θέσεων επιχειρήσεων και οργανισμών και την επίτευξη αμοιβαίας κατανόησης και εποικοδομητικής συνεργασίας.

- Ανάπτυξη Σχέσεων με Τοπικές Κοινωνίες (Community Relations)

Προγράμματα δημοσίων σχέσεων που απευθύνονται σε τοπικές κοινωνικές ομάδες όπως π.χ. opinion leaders και κατοίκους συγκεκριμένων περιοχών, στις οποίες μια εταιρία ή ένας φορέας έχει δραστηριότητα ή ιδιαίτερο ενδιαφέρον, με στόχο να προστατεύσουν, να προβάλουν ή να κερδίσουν υποστήριξη για την παρουσία της εταιρίας.

03. Επιχειρείν & Κοινωνία (Business & Society)

- Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη / Corporate Social Responsibility

Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων που αφορούν στην εικόνα της εταιρίας ως κοινωνικού εταίρου, προάγοντας την έννοια της ανταποδοτικότητας εκ μέρους της επιχείρησης με στόχο την κοινή ωφέλεια.

- Εταιρικές Χορηγίες

α) Χορηγικά Προγράμματα Επιχειρήσεων/Οργανισμών που αναπτύσσονται σε ετήσια βάση ή και σε μεγαλύτερο χρόνο και εστιάζουν σε συγκεκριμένο κοινό ή τομέα ενδιαφέροντος, με την υποστήριξη ή διοργάνωση σειράς σχετικών δράσεων, και

β) Χορηγία/υποστήριξη σε επιλεγμένες ενέργειες που αναβαθμίζουν το πολιτισμικό επίπεδο ή/και ευαισθητοποιούν την κοινωνία με σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας ζωής.

- Συνεργασία με ΜΚΟ

Ανάπτυξη της Εικόνας/Positioning Μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών, εκπόνηση και υλοποίηση στρατηγικής με στόχο την προσέγγιση και ένταξή τους στις επιλογές χορηγών/υποστηρικτών.

04. Υποστήριξη στρατηγικών Marketing Προϊόντων/Υπηρεσιών (Marketing PR)

Περιλαμβάνει προγράμματα δημοσίων σχέσεων που έχουν στόχο να κτίσουν μάρκες, να γνωστοποιήσουν νέα προϊόντα ή υπηρεσίες και να υποστηρίξουν την εικόνα, τις πωλήσεις ή ακόμα και την πιστότητα των καταναλωτών στις μάρκες αυτές.

05. Digital PR

Ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων, των οποίων κύριο κανάλι επικοινωνίας είναι τα digital μέσα (social media, websites, blogs, χρήση influencers κ.λπ.). Η συμμετέχουσα εταιρία θα πρέπει να έχει την ευθύνη, για το σχεδιασμό της στρατηγικής της ενέργειας και την επικοινωνιακή αξιοποίησή της.

06. Εκδηλώσεις / Events

Εκδηλώσεις που διοργανώνονται για την ανάπτυξη της εικόνας και των σχέσεων μιας επιχείρησης/οργανισμού ή την προβολή προϊόντων ή υπηρεσιών, προς στοχευμένα κοινά ή το ευρύ κοινό. Η συμμετέχουσα εταιρία θα πρέπει να έχει συνολικά την ευθύνη του σχεδιασμού, του συντονισμού της υλοποίησης και της επικοινωνιακής αξιοποίησης της διοργάνωσης απέναντι στον πελάτη.

Η κατηγορία χωρίζεται σε τρεις ομάδες:

α) Κλειστές Εκδηλώσεις / Εκδηλώσεις με συγκεκριμένη λίστα προσκεκλημένων

β) Εκδηλώσεις Ανοιχτές / Για το ευρύ κοινό

γ) Ψηφιακές Εκδηλώσεις

Ένα πρόγραμμα μπορεί να υποβληθεί είτε ως σύνολο σε μια κατηγορία και ένα μέρος του σε μια από τις υπόλοιπες, είτε όλα τα μέρη του αυτοτελώς στις κατηγορίες που αυτά εντάσσονται.

Στην Ενότητα PR, οι κριτές δίνουν δύο βαθμούς:

- Ιδέα - Στρατηγική: 60%
- Υλοποίηση και Αποτελεσματικότητα: 40%

ΕΝΟΤΗΤΑ PRODUCTION



Commercial
Film Producers
Cyprus

Η Ενότητα υλοποιείται σε συνεργασία με τον
Σύνδεσμο Εταιρειών Παραγωγής Διαφημιστικών
Ταινιών.

Υποβολή συμμετοχών μόνο από νομικά πρόσωπα που εδρεύουν στην Κύπρο και τα οποία είχαν την ευθύνη για την υλοποίηση των έργων.

Η αξιολόγηση εστιάζει στην εκτέλεση/υλοποίηση της ταινίας.

01. Overall Production Achievement

Η συνολική εκτελεστική επιτυχία μιας ταινίας. Στην αξιολόγηση λαμβάνονται υπόψη τα production values, η διαδικασία παραγωγής και η βέλτιστη χρήση των διαθέσιμων πόρων για να επιτευχθεί το τελικό αποτέλεσμα.

02. Σκηνοθεσία

Η σκηνοθετική προσέγγιση, επιμέλεια και αποτέλεσμα. Εξετάζεται η εμπνευσμένη απόδοση του δημιουργικού brief που μπορεί να περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, το casting, το set design, το sound design, τις κινηματογραφικές τεχνικές κλπ., που έχουν χρησιμοποιηθεί για να υλοποιηθεί μια ταινία.

03. Διεύθυνση Φωτογραφίας

Η ποιότητα και το αποτέλεσμα της κινηματογραφίας. Αξιολογείται το στυλ, οι καλλιτεχνικές επιλογές, οι κινηματογραφικές τεχνικές, η σύνθεση της εικόνας, ο φωτισμός και άλλα εφφέ.

04. Production Design / Art Direction

Η αισθητική και καλλιτεχνική οπτική της παραγωγής. Περιλαμβάνει το design των σκηνικών, τυχόν κατασκευές σε χώρους παραγωγής, τη συνολική εμφάνιση, αίσθηση και ατμόσφαιρα της ταινίας και πώς η αφήγηση έχει ενισχυθεί από την καλλιτεχνική διαχείριση των οπτικών στοιχείων.

05. Μουσική Παραγωγή / Σύνθεση / Σχεδιασμός Ήχου

Η δημιουργία πρωτότυπης μουσικής για διαφήμιση ή/και το δημιουργικό «ντύσιμο» μιας διαφημιστικής ταινίας με ήχους και μουσικές. Ο τρόπος με τον οποίο το μουσικό κομμάτι υποστηρίζει το σενάριο, δημιουργεί ατμόσφαιρα ή με άλλο τρόπο αποδίδει τα ζητούμενα του δημιουργικού brief.

06. Μοντάζ / Editing

Η τεχνική και δημιουργική επιτυχία της επεξεργασίας. Θα ληφθούν υπόψη όλες οι πτυχές του μοντάζ της ταινίας, συμπεριλαμβανομένου του χρονισμού, του ρυθμού, της οπτικής δυναμικής, της δυναμικής των διαλόγων, της ενοποίησης του ήχου και της συνολικής αφήγησης.

07. Έργα Ειδικών Τεχνικών

Ταινίες κινούμενων σχεδίων, σύνθεσης εικόνας, stop-motion, γραφικών, 3D, CGI, motion design, VR, AR, κλπ.

ΕΝΟΤΗΤΑ INTEGRATION

Υποβολή συμμετοχών μόνο από νομικά πρόσωπα που εδρεύουν στην Κύπρο και τα οποία είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων.

Η Ενότητα περιλαμβάνει ολοκληρωμένα προγράμματα επικοινωνίας που έχουν υλοποιηθεί σε διαφορετικά ΜΜΕ και κανάλια επικοινωνίας.

Στην αξιολόγηση οι κριτές θα λάβουν υπόψη τις παρακάτω παραμέτρους/κριτήρια:

- Την ποιότητα της ιδέας και τη φρέσκια δημιουργική προσέγγιση (40%)
- Την υλοποίηση και συνέπεια της ιδέας σε διαφορετικά κανάλια επικοινωνίας/ΜΜΕ (40%)
- Τη διαφορετικότητα / «ρίσκο» - το στοιχείο εκείνο που κάνει την εκστρατεία να ξεχωρίζει (20%)

Η κατηγορία δεν περιλαμβάνει Ομάδες.

Για να δημιουργηθεί η Ενότητα θα πρέπει να έχουν υποβληθεί τουλάχιστον **3 συμμετοχές**. Σε αντίθετη περίπτωση, η Ενότητα καταργείται.

Σε περίπτωση που το έργο έχει εκπονηθεί στα πλαίσια συνεργασίας μιας ομάδας νομικών ή/και φυσικών προσώπων που εδρεύουν στην Κύπρο και τα οποία είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας του έργου, η εταιρία που υποβάλλει το έργο οφείλει να δηλώσει ποιοι συνεργάστηκαν για το έργο αυτό, ποιο μέρος του έργου υλοποίησε ο κάθε συνεργαζόμενος ή/και το ποσοστό συμμετοχής (%) της κάθε εταιρίας/συνεργάτη στη δημιουργία αυτού του έργου. Αν δεν υπάρχει η δήλωση αυτή, το έργο **δεν** μπορεί να συμμετέχει στα βραβεία.

Προδιαγραφές Υποβολής Συμμετοχών		Δημοσίευση*
AD		
Τηλεόραση	Η ταινία όπως προβλήθηκε. Να δοθεί <u>YouTube Link</u>. Για προδιαγραφές βλ. παρακάτω.	Δημοσίευση link
Ραδιόφωνο	MP3, όπως μεταδόθηκε, 256 kbps, αρχείο μέχρι 10 MB	Δημοσίευση
Τύπος	<ul style="list-style-type: none"> ○ High Resolution pdf ○ Low Resolution pdf 	Low Resolution pdf
Υπαίθρια	<p>Οι συμμετοχές πρέπει να τοποθετηθούν σε ενδεικτική διαφημιστική πινακίδα. Στην περίπτωση Σειρών, το pdf πρέπει να περιλαμβάνει σε ξεχωριστή σελίδα την κάθε διαφήμιση που αποτελεί τη σειρά και, επιπλέον, σε μια σελίδα όλες τις διαφημίσεις μαζί.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ High Resolution pdf ○ Low Resolution pdf 	Low Resolution pdf
DESIGN & ILLUSTRATION		
<p><u>Απαραίτητα Υλικά για όλες τις Συμμετοχές, σε όλες τις κατηγορίες:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Digital Presentation Overview (DPO), βλ. παρακάτω. ○ Pdf, όχι περισσότερες από 10 σελίδες, που απαντά στις ερωτήσεις του σχετικού template doc. ○ High Resolution pdf με minimum 3 και maximum 5 εικόνες της συμμετοχής / Η κάθε εικόνα θα βρίσκεται σε ξεχωριστή σελίδα, εκτός αν τα υλικά είναι πάρα πολλά και θα πρέπει να συνδυαστούν. Σε κάθε περίπτωση, ζητούμενο οι εικόνες να είναι σαφείς και διακριτές. ○ Low Resolution pdf με minimum 3 και maximum 5 εικόνες της συμμετοχής / Η κάθε εικόνα θα βρίσκεται σε ξεχωριστή σελίδα, εκτός αν τα υλικά είναι πάρα πολλά και θα πρέπει να συνδυαστούν. Σε κάθε περίπτωση, ζητούμενο οι εικόνες να είναι σαφείς και διακριτές. ○ Ειδικά για την Κατηγορία «Έντυπα και Εκδόσεις» – Αποστολή του εντύπου/έκδοσης σε low resolution pdf, max 4 MB. 		<p>Δημοσίευση:</p> <p>Digital Presentation Overview</p> <p>Low Resolution pdf με τις εικόνες της συμμετοχής</p>
<p><u>Προαιρετικά:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Για τις Κατηγορίες «Έντυπα και Εκδόσεις» και «Συσκευασία / Σειρά Συσκευασιών», αποστολή φυσικών υλικών, κατά μέγιστο σε 2 σετ (π.χ. 2 έντυπα, 2 συσκευασίες). Τα υλικά δεν επιστρέφονται. 		
DIGITAL		
Όλες οι Κατηγορίες	<p><u>Απαραίτητα Υλικά για όλες τις Συμμετοχές:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Digital presentation Overview (DPO) ○ Pdf, όχι περισσότερες από 10 σελίδες, που απαντά στις ερωτήσεις του σχετικού template doc. ○ URL, όπου θα παρουσιάζονται τα σχετικά με τη συμμετοχή δημιουργικά υλικά ή/και γενικότερα το URL στο οποίο βρίσκεται το έργο. Στο pdf αρχείο που θα υποβληθεί πρέπει να αναφέρονται username και passwords εφόσον η συμμετοχή το απαιτεί. ○ Προαιρετικά: Case film (max 120 sec), <u>YouTube Link</u>. Για προδιαγραφές βλ. παρακάτω. 	<p>Δημοσίευση:</p> <p>Digital Presentation Overview</p> <p>URL, με τα δημιουργικά υλικά</p> <p>Case film (αν υποβληθεί)</p>

Προδιαγραφές Υποβολής Συμμετοχών		Δημοσίευση*
PR		
Όλες οι Κατηγορίες	<u>Απαραίτητα Υλικά για όλες τις Συμμετοχές:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ Digital presentation Overview (DPO) ○ Pdf, όχι περισσότερες από 10 σελίδες, που απαντά στις ερωτήσεις του σχετικού template doc. ○ Case Film (120 sec max). Να δοθεί <u>YouTube Link</u>. Για προδιαγραφές βλ. παρακάτω. 	<u>Δημοσίευση:</u> Digital Presentation Overview Case film
PRODUCTION		
Όλες οι Κατηγορίες	Η ταινία όπως προβλήθηκε. Να δοθεί <u>YouTube Link</u> . Για προδιαγραφές βλ. παρακάτω.	Δημοσίευση link
INTEGRATION		
	<u>Απαραίτητα Υλικά για όλες τις Συμμετοχές:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ Digital presentation Overview (DPO) ○ Pdf, όχι περισσότερες από 10 σελίδες, που απαντά στις ερωτήσεις του σχετικού template doc ○ Case Film (120 sec max). <u>YouTube Link</u>. Για προδιαγραφές βλ. παρακάτω. 	<u>Δημοσίευση:</u> Digital Presentation Overview Case film

* Η δημοσίευση γίνεται στο site της διοργάνωσης μετά την ολοκλήρωση των εργασιών της Επιτροπής Ελέγχου.

Ταινία ή/και Case Film (YouTube Link)

.MOV ή MP4, μέγιστο μέγεθος αρχείου 350MB
 Video Aspect Ratio: Full HD 1080 px
 Resolution: 1920 px X 1080 px
 Format / Codec: .MOV / H.264
 Audio: AAC, Stereo, 48kHz

Digital Presentation Overview

Μια οπτική παρουσίαση της συμμετοχής, που περιλαμβάνει κείμενο και εικόνα, βλ. **σχετικά best practices**.

Κείμενο: Περίπου 100 λέξεις, με αναφορά στο brief, την υλοποίηση της ιδέας και ενδεχομένως και σε αποτελέσματα.