

2018 **effie**  
**awards**  
slovenia

# RAZPIS ZA PRIJAVO AKCIJ

Effie® Slovenija 2018, nagrade za  
tržno-komunikacijsko učinkovitost

**NAGRADE  
ZA IDEJE, KI  
DELUJEJO**



SLOVENSKA  
OGLAŠEVALSKA  
ZBORNICA  
SLOVENIAN ADVERTISING CHAMBER

Letališka cesta 35  
1000 Ljubljana  
T: +386 1 439 60 50  
F: +386 1 439 60 59  
effie@soz.si



[www.effie.si](http://www.effie.si)

# KAZALO

EFFIE SLOVENIJA 2018 .....	3
POMEMBNI DATUMI .....	3
POGOJI ZA SODELOVANJE .....	3
RAZPISANE KATEGORIJE .....	4
KAJ POTREBUJETE ZA PRIJAVO AKCIJE? .....	6
OBRAZEC SODELUJOČIH PODJETIJ IN POSAMEZNIKOV .....	6
PRIJAVA PISNE PREDSTAVITVE AKCIJE .....	7
ODDAJA KREATIVNEGA GRADIVA .....	7
10 RAZLOGOV ZA IZLOČITEV AKCIJE IZ TEKMOVANJA .....	10
POLITIKA OBJAVE IN UPORABE INFORMACIJ IN GRADIV IZ PRIJAVLJENIH AKCIJ .....	11
NAGRADE .....	11
PARTNERJI EFFIE SLOVENIJA 2018 .....	12

# EFFIE SLOVENIJA 2018

Effie, nagrada za tržno-komunikacijsko učinkovitost, zaseda osrednje mesto pri širjenju znanja in spodbujanju uspešnosti in učinkovitosti v tržnem komuniciranju. **Slovenska oglaševalska zbornica (SOZ) razpisuje nagrado Effie Slovenija že devetič.** Effie prepoznava in nagrajuje katerekoli oblike tržnega komuniciranja, ki prispevajo k poslovnemu uspehu blagovne znamke. **Effie nagrajuje ideje, ki dokazano delujejo.** Nagrade Effie podeljuje žirija oglaševalcem in agencijam, ki so prek vodenega postopka prijav ter njihove dvostopenjske presoje nedvoumno in z dejstvi dokazali neposredno povezavo med tržnim komuniciranjem ter doseganjem in preseganjem zastavljenih komunikacijskih, marketinških in poslovnih ciljev.

## POMEMBNI DATUMI

**Razpisno obdobje:** 1. oktober 2016 – 1. oktober 2018

**Razpisno obdobje za prijave v kategoriji N) Dolgoročna učinkovitost:** vsaj od 1. oktobra 2015 do najkasneje 1. oktobra 2018

**Zgodnji rok za prijavo akcij:** 2. oktober 2018

**Rok za prijavo akcij:** 16. oktober 2018

**Pozni rok za prijavo akcij:** 26. oktober 2018

**Zadnji rok za prijavo akcij:** 5. november 2018 ob 12.00

**Prvi krog ocenjevanja:** 6. december 2018\*

**Obvestilo finalistom o uvrstitvi v drugi krog ocenjevanja:** najkasneje do 10. decembra 2018\*

**Drugi krog ocenjevanja:** 1. februar 2019\*

**Drugi Effie dan učinkovitosti z Zaključno prireditvijo in podelitvijo nagrad Effie:** 14. marec 2019\*

\* Organizator si pridržuje pravico do naknadne spremembe navedenih terminov.

## POGOJI ZA SODELOVANJE

Za nagrado Effie Slovenija 2018 lahko prijavite tržno-komunikacijske akcije, ki so **potekale v Sloveniji med 1. oktobrom 2016 in 1. oktobrom 2018.** V medijih so se lahko pojavile že pred tem datumom, vendar je pogoj, da so bile objavljene tudi v razpisnem obdobju **in imajo podatke o učinkovitosti za razpisno obdobje.** Prijavitelji lahko ponovno prijavijo akcije, ki so že bile prijavljene za predhodne nagrade Effie, če so komunikacijske dejavnosti v okviru teh akcij potekale tudi med razpisanim obdobjem aktualnega razpisa za Effie Slovenija 2018 in ima prijavitelj na razpolago podatke, s katerimi dokazuje učinkovitost akcij v tekočem razpisnem obdobju.

V kategorijo N) Dolgoročna učinkovitost lahko prijavite tržno-komunikacijske akcije, ki so **potekale v Sloveniji vsaj med 1. oktobrom 2015 in 1. oktobrom 2018.** Pogoj za prijavo akcije v kategorijo N je, da akcija izkazuje dolgoročno učinkovitost v obdobju 3 ali več let.

Za nagrado Effie Slovenija 2018 se lahko poteguje prav vsaka ideja (ne glede na uporabljen tržno-komunikacijski kanal ali njihovo kombinacijo) pod pogojem, da je rezultate možno empirično dokazati. **Effie nagrajuje ideje, ki delujejo!**

Za kvalifikacijo na tekmovanje morajo biti vsi predstavljeni **dokazi o učinkovitosti akcije opremljeni z virom raziskave oz. ustreznimi referencami.** Vir so lahko podatki oglaševalca, agencijske raziskave ali raziskave raziskovalnih ustanov. Organizator lahko po potrebi preverja točnost podatkov pri navedenem viru. Dela, ki ne bodo navedla ustreznih virov, bodo izločena iz ocenjevanja.

Posamezne akcije, ki jih je skupaj pripravljalo več podjetij (kreativne, medijske, PR, raziskovalne agencije, oglaševalci itd.), so lahko **v posamezni kategoriji prijavljene samo enkrat.** V primeru spora, ki ga vpletena podjetja ne morejo interno rešiti, prijava akcije ne bo sprejeta.

Posamezno akcijo lahko prijavite v **le eno izdelčno ali storitveno kategorijo ter v več posebnih kategorijah (vendar le enkrat v isti kategoriji)**. Za vsako posamezno prijavo iste akcije v različnih kategorijah morate izpolniti ločeno prijavo in obvezno **vsebinsko prilagoditi** pisno prijavo glede na kategorijo v kateri prijavljate) ter plačati prijavnino za vsako posamezno prijavo.

Za nagrado Effie ne morejo tekmovati akcije, ki jim je **Oglaševalsko razsodišče SOZ** izreklo razsodbo o kršenju določil Slovenskega oglaševalskega kodeksa.

Prijavitelji akcij, uvrščenih v drugi krog ocenjevanja, bodo akcije pred slovesno zaključno prireditvijo **predstavili udeležencem Effie dneva učinkovitosti**.

Akcijo prijavite na nagrado Effie Slovenija 2018 tako, da najkasneje **do vključno 5. novembra 2018 do 12.00** oddate popolno prijavo in plačate prijavnino.

## RAZPISANE KATEGORIJE

Prijavitelji lahko svoje oglaševalske akcije prijavijo v naslednjih izdelčnih / storitvenih kategorijah (kategorije od A do H) ali posebnih kategorijah, ki niso vezane na izdelek ali storitev (kategorije od I do N):

### IZDELČNE / STORITVENE KATEGORIJE

**A) Potrošni izdelki – hrana:** vse vrste hrane (tudi pakirana ali zamrznjena hrana, sladoled, sladice, prigrizki, hrana za hišne ljubljence, ipd.).


**B) Potrošni izdelki – pijača:** alkoholne (pivo, vino, likerji, ipd.) in brezalkoholne (kava, čaj, sokovi, mleko, ustekleničena voda, gazirane pijače, ipd.) pijače.

**C) Potrošni izdelki – avtomobilizem in tehnika:** motorna vozila, motorna kolesa, kolesa, bela tehnika (hladilniki, zamrzovalniki, kuhalne plošče, pečice, pomivalni, pralni in sušilni stroji, ipd.), elektronika (TV sprejemniki, predvajalniki, domači kino, kamere, fotoaparati in foto oprema, računalniške komponente, igralne konzole, računalniki, mobilne naprave, avtoakustika, klimatske naprave, ipd.).

**D) Potrošni izdelki – drugo:** farmacija (zdravila - OTC in zdravilni napitki), kozmetika (ličila, dišave, izdelki za telo, lase, ipd.), čistila (čistila za dom, pralni praški, mehčalci, ipd.), izdelki za osebno nego in toaletni pripomočki (šamponi, izdelki za ustno higieno, dezodoranti, izdelki za britje, toaletni papir, plenice, vložki, tamponi, ipd.), izdelki za hišne ljubljence, izdelki za dom in gospodinjstvo (gospodinjski pripomočki, pripomočki za vrtnarjenje), otroška oprema, prosti čas (igračice, vse za šport), moda (tekstil, obutev, nakit, ure, očala, dodatki), gorivo, motorna olja, pnevmatike, akumulatorji, mediji, založništvo, ipd.

**E) Storitve – telekomunikacije in IT:** ponudniki telefonije (fiksne, IP, mobilne ...), kabelski ponudniki, programska oprema in aplikacije.

**F) Storitve – trgovine:** trgovine, trgovinske verige, hiper/supermarketi, spletne trgovine.

 **G) NOVO! Storitve – finance in zavarovalništvo:** finančne (finančno načrtovanje, vzajemni skladi, krediti, varčevanje, ipd.) in zavarovalniške (zdravstvena, osebna, življenjska, avtomobilska, potovalna, poslovna zavarovanja) storitve.

**H) Storitve – drugo:** zdravstvene (vse vrste zdravstvenih in veterinarskih storitev), poslovne (svetovanje, računovodstvo, pravne storitve, kadrovanje, ipd.), računalniške, kulturno-umetniške (gledališča, muzeji, koncerti, festivali, ipd.), oglaševalske (kreativne, medijske, spletne, PR, ipd.), nepremičninske, transportne in logistične (hitra pošta, najem vozil, prevozne storitve: letalske, avtobusne, železniške, ipd.), gostinske, wellness, turistične storitve.

## POSEBNE KATEGORIJE

**I) Korporativni ugled in aktivacija sponzorstev:** družbeno odgovorne akcije profitnih organizacij, trženje poslanstva, rekrutacijske akcije, soznamčenje ipd.



**J) NOVO! Družbeno dobro:** družbene komunikacijske akcije z jasnimi cilji družbene koristi, naročnik oziroma podpisnik akcije pa je neprofitna, nevladna ali vladna organizacija s področja družbenih iniciativ, dobroteljnosti, humanitarnosti in podobno ali akcije, ustvarjene za komercialni namen z noto družbene koristi, naročnik oziroma podpisnik akcije pa je komercialno podjetje oz. njegove blagovne znamke.



**K) NOVO! Nizkoprorračunske akcije:** kategorija je namenjena akcijam, katerih skupni proračun ni presegal 50.000 EUR.

**L) Medorganizacijski trgi (B2B):** podjetja, ki s tržno-komunikacijsko akcijo ciljajo na druga podjetja, tudi akcije, ki so namenjene samostojnim podjetnikom (npr. akcije bank za poslovne račune, akcije telekomunikacijskih podjetij za poslovno javnost ipd.). V to kategorijo ne sodijo akcije, ki so namenjene končnim uporabnikom.

**M) Inovacije in tehnologija:** akcije, s katerimi se ustvari nov način doseganja ciljne skupine (nova in kreativna raba obstoječih medijskih kanalov, uvedba novih tehnologij, medijskih kanalov oziroma medijskih inovacij), akcije, ki temeljijo na odličnem vpogledu v težave znamke ali obnašanje ciljne skupine ter te težave rešujejo s pomočjo inovacij v tržnem komuniciranju.

**N) Dolgoročna učinkovitost:** kategorija je namenjena tržno-komunikacijskim akcijam za storitve/izdelke, ki izkazujejo dolgoročno učinkovitost v obdobju treh ali več let. Gre za dokazovanje dolgoročne uspešnosti in učinkovitosti komuniciranja, ki izhaja iz dobrega poznavanja trga, premišljeno postavljenih marketinških ciljev in strategije za doseganje teh ciljev ter vzpostavljenega sistema meril – ključnih kazalnikov uspešnosti, ki lahko to dolgoročno uspešnost in učinkovitost komuniciranja nedvomno dokazuje s številkami. Prijavitelj mora imeti na razpolago podatke, s katerimi dokazuje učinkovitost od vsaj 1. oktobra 2015 in za celotno razpisno obdobje. Prijavljena dolgoročna tržno-komunikacijska akcija, ki je sestavljena iz več zaporednih akcij, mora vsebovati dolgoročne skupne cilje (tako v strateškem kot tudi v kreativno izvedbenem smislu) in imeti vsaj en kontinuiran izvedbeni element (npr. slogan, glasba, prepoznaven komunikacijski ton ...). Tovrstna akcija mora dokazovati uspešnost skozi čas.

Če niste prepričani, v katero kategorijo prijaviti akcijo, razmislite, ali jo lahko umestite v posamezno kategorijo glede na prevladujoče cilje.

**Organizator si pridržuje pravico do prestavitve prijavljene akcije v drugo kategorijo, združitve ali razdružitve kategorij ali zavrnitve katere koli prijavljene akcije, če krši razpisna pravila.**

Vabimo vas, da na [www.effie.si](http://www.effie.si) obiščete zavihek TEKMOVANJE, kjer boste našli aktualni cenik prijave akcij z ugodnostmi, vse dosedanje Zbornike finalistov Effie Slovenija in nasvete prijaviteljem ter zavihek ŽIRIJA, kjer boste našli člane žirije, postopke ocenjevanja in vse akte Effie Slovenija.

# KAJ POTREBUJETE ZA PRIJAVO AKCIJE?

Za uspešno prijavo potrebujemo:

## 1. OBRAZEC ZA PRIJAVO IN PLAČILO, ki vključuje:

- a. **avtorizacijo prijave z dovoljenjem za javno objavo pisne prijave** v obsegu, ki ga dovoli prijavitelj;
- b. **podatke o prijavljeni akciji s povzetkom pisne prijave akcije v največ 90 besedah ter izjavi o učinkovitosti vaše akcije v največ 80 znakih v slovenskem in v angleškem jeziku**, ki ju lahko SOZ in Effie Worldwide, Inc. javno objavita;
- c. **obrazec sodelujočih podjetij in posameznikov**
- d. **podpisani in ožigosani obrazec za plačilo** (prijavitelji imajo možnost delitve stroškov prijavnine).

## 2. PISNA PREDSTAVITEV AKCIJE: za kategorijo N) Dolgoročna učinkovitost obstaja ločena prijavnica. **NOVO!**



Za vsako prijavljeno akcijo oddate **dve ločeni in končni verziji prijave pisne predstavitve akcije:**

- a. **verzija za žirijo: polna prijava pisne predstavitve akcije** v kateri so zaupne informacije označene z zvezdico (\*), je namenjena izključno žiriji, obravnavana bo zaupno, podatki pa ne bodo objavljeni v javnih predstavitev akcij;
- b. **verzija za objavo (v Zborniku, na effie.si): izključno besedilna pisna predstavitev akcije**, brez tabel, grafov in prilog, ki je lahko brez zaupnih podatkov, **v obliki, slovnično primerni za objavo.**

Prijavitelji imate možnost prepovedi javne objave vaše pisne predstavitve akcije v celoti - v tem primeru vam ni potrebno oddajati dveh verzij pisne predstavitve akcije ampak samo eno za žirijo.

**3. KLJUČNI VIZUALNI ELEMENT AKCIJE:** vsaki prijavljeni akciji je potrebno priložiti ključni vizualni element, ki bo uporabljen med drugim tudi v Zborniku, zato naj bo najboljše možne kakovosti. Pri prijavi v kategoriji N) Dolgoročna učinkovitost oddate 2 ali 3 ključne vizualne elemente, ki predstavljajo akcije v posameznih obdobjih.

## 4. KREATIVNO GRADIVO: **NOVO!** hkrati s prijavo akcije se oddata



- a. do štiriminutni predstavitveni video (če prijavljate v kategoriji N) Dolgoročna učinkovitost, je lahko video dolg do 5 minut) in
- b. enominutni kratki predstavitveni video.

**Popolno prijavo oddajte najkasneje do 5. novembra 2018 na [effie@soz.si](mailto:effie@soz.si).**

## Obrazec sodelujočih podjetij in posameznikov

Informacije, ki jih boste oddali, so dokončne in se ne bodo mogle spremeniti. Edine dovoljene spremembe bodo popravki zaradi napačnega črkovanja ali navedbe dodatnega podjetja ali osebe, če že niste izpolnili dovoljenega števila navedb. **Dovoljene spremembe boste lahko naredili najkasneje do 31. decembra 2018.**

V obrazcu morate navesti vsaj enega oglaševalca in vsaj eno primarno agencijo (vodilna agencija, ki je največ prispevala pri tržno-komunikacijski akciji), primarni agenciji sta lahko največ dve, prav tako sta lahko oglaševalca največ dva.

Informacije iz obrazca sodelujočih podjetij in posameznikov se bodo javno objavljale (v sporočilih za medije, na spletnih mestih [effie.si](http://effie.si) in [effie.org](http://effie.org), na družbenih omrežjih, v zborniku, na zaključni podelitvi nagrad itd.) na način, kot ga boste navedli v obrazcu.

## Prijava pisne predstavitve akcije

Pisno prijavo sestavlja več rubrik z omejeno dolžino, ki vam omogočajo, da celostno predstavite akcijo. Pri izpolnjevanju obrazca pisne predstavitve akcije je potrebno **dosledno upoštevati navodila o največjem obsegu prijave**. Besedilo mora biti natipkano v **običajni črni pisavi Times New Roman, velikost pisave vsaj 11 pik**. Grafikone je dovoljeno predstaviti tudi v barvah.

Predstavljenе dokaze o učinkovitosti opremitе z virom raziskave oz. ustreznimi referencami. Nikjer v pisni prijavi **ne navajajte imena agencij, niti pri navajanju virov**. Izpolniti morate vsako rubriko pisne predstavitve akcije, ne puščajte neodgovorjenih rubrik, ne brišite vprašanj, če vprašanje ne zadeva vaše akcije, to jasno napišite. Kršitev teh pravil je razlog za izločitev akcije iz tekmovanja.

V sklopu obrazca za prijavo in za plačilo podate **podatke o prijavljeni akciji s povzetkom pisne prijave akcije v največ 90 besedah ter izjavi o učinkovitosti vaše akcije v največ 80 znakih v slovenskem in angleškem jeziku**, ki ju lahko SOZ in Effie Worldwide, Inc. javno objavita. Pri povzetku pisne prijave si predstavljajte, da pišete dolg tweet, mini študijo primera ali »elevator speech«. Izjavo o učinkovitosti lahko pokažemo na zaključni prireditvi ali uporabimo za promocijske namene, namenjena pa je boljšemu razumevanju, zakaj si je vaša akcija zaslužila uvrstitev med finalistе ali celo nagrado Effie. To je priložnost, da predstavite uspeh vaše tržno-komunikacijske aktivnosti. Lahko se odločite, da izpostavite vaš najvidnejši rezultat, zakaj je bila vaša tržno-komunikacijska aktivnost učinkovita, kako je pomagala vaši blagovni znamki, morda izpostavite kakšno zanimivost, lekcijo ali zabavno ugotovitev.

Za prijavo akcije v kategoriji **N) Dolgoročna učinkovitost** obstaja ločena prijavnica pisne predstavitve akcije.

## Oddaja kreativnega gradiva

Kreativno gradivo se ocenjuje na obeh stopnjah žiriranja. Kreativne rešitve ob prijavi oddate v obliki:

- a) **do štiriminutnega predstavitvenega videa (če prijavljate v kategoriji N) Dolgoročna učinkovitost, je lahko video dolg do 5 minut) in**
- b) **do enominutnega kratkega predstavitvenega videa.**

Predstavitveni video je namenjen predstavitvi akcij žiriji, kratki predstavitveni video pa javni predstavitvi akcij na spletni strani, na projekciji prijavljenih del in za nagrajene akcije na prireditvi s podelitvijo nagrad. Predstavitveni video in kratki predstavitveni video sta obvezni del prijav.

### Predstavitveni video

Pri pripravi predstavitvenega videa imejte v mislih, da bo žirija pred ogledom videa že prebrala vašo pisno predstavitev akcije in bo poznala vaše izzive, cilje, strategijo in rezultate, zato se osredotočite na prikaz kreativnih rešitev. Predstavitveni video mora prikazati izključno tiste kreativne rešitve, s katerimi je bila realizirana vaša osnovna ideja tržno-komunikacijske akcije. Kreativni/komunikacijski elementi v predstavitvenem videu se morajo neposredno navezovati na strateške cilje in rezultate, ki ste jih izpostavili v pisni predstavitvi, in morajo biti enaki gradivu, objavljenem v medijih, v času poteka prijavljene akcije.

Prikažite, kako, kdaj in kje ste pritegnili ciljne javnosti in vključite vsaj en primer kreativne rešitve vsakega komunikacijskega kanala, ki ste ga navedli v pisni predstavitvi prijave. Ni vam potrebno vključevati kreativnih rešitev vseh komunikacijskih kanalov, ampak samo tiste, za katere ste v pisni predstavitvi navedli, da so ključno doprinesli k uspehu vaše akcije. Obvezani ste prikazati celotne kreativne/komunikacijske rešitve, razen tam, kjer je krajšanje nujno zaradi omejitve trajanje videa (dogodki, gverila itd.).

### **Predstavitveni video NE SME vključevati:**

- **rezultatov akcije (nedovoljeni primeri:** na 1. mestu v kategoriji, 5-odstotno povečanje prodaje, 3.000 vsečkov v samo 2 tednih in podobno; **dovoljeni primeri:** prodaja je strmo narasla, blagovni znamki je šlo bolje kot kadarkoli, blagovna znamka je imela eno boljših let),
- **imena ali logotipa agencije,**
- **kreativnih gradiv konkurentov ter**
- **kreativnega gradiva, za katerega nimate avtorskih pravic (kot so glasba ali vizualne podobe, ki niso del vašega kreativnega gradiva).**

V predstavitvenem videu lahko za namene boljše razlage prikazanih kreativnih rešitev uporabite različna orodja za urejanje, kot so glas pripovedovalca, besedilo itd., vendar imejte v mislih, da **predstavitveni video ni video o vaši pisni predstavitvi akcije** (na primer razlaga kreativne strategije); primarni namen predstavitvenega videa je **prikaz ideje, na kateri je bila osnovana kreativna strategija in kreativnih rešitev, ki so bile javno objavljene.**

Za kreativne rešitve, ki jih vključite v predstavitveni video, morate imeti dovoljenje za objavo: ne uporabljajte dodatne glasbe v ozadju vašega televizijskega oglasa, saj mora biti le-ta prikazan **natanko takšen, kot je bil objavljen**, ne prikazujte kreativnih rešitev konkurentov, ne uporabljajte glasbe ali vizualnih podob z namenom izkrivljene predstave o dejansko objavljenih oglasih, saj bi lahko s tem zavedli žirijo, lahko pa posnamete glasbo v ozadju prikaza tiskanih oglasov, saj je jasno, da tiskani oglasi niso bili objavljeni z glasbo v ozadju.

Če katerega od kreativnih elementov niste mogli primerno vključiti v predstavitveni video zaradi same narave in formata video zapisa, ga lahko izjemoma oddate posebej.

### **Kratki predstavitveni video**

Za pripravo kratkega predstavitvenega videa veljajo iste zahteve kot za predstavitveni video s to razliko, da **kratki predstavitveni video SME vključevati** tudi:

- **rezultate akcije ter**
- **ime oziroma logotip agencije.**

**S prijavo akcije prijavitelj na SOZ in licencodajalca Effie Worldwide, Inc. prenaša pravico do javne objave, reprodukcije in prikazovanja kreativnega gradiva za izobraževalne namene in namene publicitete v sporočilih za medije, na spletni strani, na družbenih omrežjih, v Zborniku in na Zaključni prireditvi s podelitvijo nagrad.**

<b>Tehnične specifikacije – VIDEO</b>	
Dolžina	Predstavitveni video: do max. 240 sekund (4 min.) oz. do max. 300 sekund (5 min.) za prijavo v kategoriji N Kratki predstavitveni video: do max. 60 sekund (1 min.)
Razmerje slike	16:9 Widescreen
Ločljivost	Full HD (1920 x 1080 px)
Frame rate	25 fps
Scan type	Progressive
Video kodek	h. 264 (min. 15 - max. 40 mbps)
Avdio kodek	AAC (min. 160 kbps)
Kontejner	MP4



**Če vseh elementov vaše akcije niste mogli primerno vključiti v predstavitveni video, lahko izjemoma predstavitvenemu videu priložite tudi posamezne elemente:**

Tehnične specifikacije – SLIKA	
Format	JPEG
Barvni prostor (Color space)	RGB
Ločljivost	300 dpi
Dimenzija	Dolžina najdaljše stranice 420 mm

Tehnične specifikacije – AVDIO	
Avdio kodek	Mp3
Bit rate	Min. 250 kbps – priporočeno 320 kbps

Tehnične specifikacije – POWERPOINT PREDSTAVITEV	
Ločljivost	300 dpi, 1920 x 1080 px
Dovoljeno število posameznih kreativnih rešitev	do 8; za kategorijo N) Dolgoročna učinkovitost do 12

Če je del vaše akcije **(tudi) digitalno komuniciranje, ki ga niste mogli primerno vključiti v predstavitveni video, lahko kreativnemu gradivu priložite:**

- **spletno povezavo** (upoštevajte, da mora biti spletna povezava (URL naslov) javno dostopna in ne zahteva registracije ali prijave s posebnim uporabniškim imenom in geslom ali osebnega spletnega profila članov žirije) **ali**
- **predstavitveno sliko ali**
- **zajeto sliko video posnetka (ang. screenshot) v zaslonski resoluciji 300 dpi, 1920 x 1080 slikovnih pik.**

Vsa kreativna gradiva poimenujete z imenom akcije in vrsto kreativnega gradiva (primer: Ime akcije\_Kratki predstavitveni video.mp4). Povezavo s spletnim naslovom kjer ste naložili datoteke (weetransfer, dropbox ipd.) posredujte na [effie@soz.si](mailto:effie@soz.si).

## Oddaja kreativnega gradiva za kategorijo N) dolgoročna učinkovitost

Za oddajo kreativnega gradiva za kategorijo N veljajo enaka navodila kot za vse druge kategorije, s to razliko, da **je največja dovoljena dolžina predstavitvenega videa 5 minut**, dodatno pa morate upoštevati še:

- vključene kreativne rešitve morajo prikazati kontinuiteto izvedbenih kreativnih elementov;
- vključiti morate kreativne rešitve iz vsaj treh let dolgoročne tržno-komunikacijske akcije;
- jasno morate označiti, iz katerega leta so posamezne kreativne rešitve: v predstavitvenem videu ločite kreativne rešitve posameznih let na način, da naznanite kreativne rešitve za določeno leto z zapisom (zvočnim, pisnim ali slikovnim), še preden se prične predvajati; enako velja za oddajo kreativnih rešitev v obliki PowerPoint predstavitve; če ob prijavi oddajate posamezne kreativne rešitve, jih ob nalaganju v spletni prijavni sistem ločite po mapah (mape poimenujte z letom objave);
- k prijavi dolgoročne akcije morate priložiti **2 ali 3 ključne vizualne elemente akcije** in ne le enega, kot to velja za vse druge kategorije.

# 10 RAZLOGOV ZA IZLOČITEV AKCIJE IZ TEKMOVANJA

Akcije, ki ne bodo izpolnjevale razpisnih pogojev, bodo izločene, prijavnina pa ne bo vrnjena. Prijavljene akcije bodo izločene iz tekmovanja, če:

## 1. Ne navajate virov.

Predstavljeni dokazi o učinkovitosti akcije morajo biti opremljeni z virom raziskave oz. ustreznimi referencami. Vir so lahko podatki oglaševalca, agencijske raziskave ali raziskave raziskovalnih ustanov. Organizator lahko po potrebi preverja točnost podatkov pri navedenem viru.

Vire morate navesti na vsaki posamezni strani v jasno ločeni nogi ali neposredno pri vsakem podatku, trditvi ali dokazu o učinkovitosti. Bodite (kolikor se da) natančni in jasni, navedite ime raziskave, izvajalca (razen v primeru, ko je izvajalec kreativna/medijska agencija, kjer v viru navajate "Raziskava/podatek agencije") in obdobje (tudi kadar je vir agencija), na katerega se podatki iz vira nanašajo

## 2. V prijavi pisne predstavitve akcije ali v kreativnem gradivu navajate ime agencije ali logotip.

Prav tako ne sme biti agencija nikjer kot vir navedena z imenom. Če je vir raziskave/podatka ta agencija, jo kot vir navajajte „Raziskava/podatek agencije“.

## 3. V prijavi pisne predstavitve akcije uporabite logotipe, kreativne ali slikovne elemente akcije.

Nikjer v prijavi pisne predstavitve akcije ni dovoljena uporaba kreativnih elementov, izvzeti so le grafikoni in tabele s podatki, ki jih je dovoljeno predstaviti tudi v barvah. Besedilo mora biti v običajni črni pisavi Times New Roman, velikost pisave vsaj 11 pik. Priporočljiva je raba učinkov za lažje branje: oznake, oštevilčevanje, zamik vrstic, krepko, prazne vrstice itd.

## 4. Oddate nekakovostno besedilo ali besedilo, napisano na roke.

Vsa besedila prijavljenih del morajo biti natipkana in v obliki, slovnično primerni za objavo. Preden prijavite akcijo, predajte besedilo v branje še komu drugemu, da za vami preveri črkovanje, slovnične in matematične napake, navajanje virov itd.

## 5. V predstavitveni video vključite rezultate.

Primarni namen predstavitvenega videa je prikaz objavljenih kreativnih rešitev, rezultate vaše tržno-komunikacijske akcije predstavite izključno v pisni prijavi.

## 6. Ne upoštevate omejitve prostora.

Pri pisanju besedil morajo avtorji upoštevati omejitev prostora.

## 7. Prijave ne bodo popolne oziroma vse rubrike pisne predstavitve akcije ne bodo izpolnjene.

Izpolniti morate vsako rubriko pisne predstavitve akcije, ne puščajte neodgovorjenih rubrik, ne brišite vprašanj – če vprašanje ne zadeva vaše akcije (recimo, da niste uporabili znižanja cen ali podobno), to jasno napišite.

## 8. Bodo v prijavo vključeni podatki o učinkovitosti, ki se nanašajo na čas po zaključku razpisnega obdobja.

V prijavi smete navesti podatke, ki se nanašajo na čas pred razpisnim obdobjem, vendar zgolj kot pojasnilo konteksta in referenčnih točk rezultatov akcije v razpisnem obdobju. Navajanje podatkov, ki naj bi dokazovali učinkovitost akcije, nanašajo pa se na čas po zaključku razpisnega obdobja, ni dovoljeno.

## 9. Akcija ni bila izvedena skladno z določili Slovenskega oglaševalskega kodeksa.

Če je Oglaševalsko razsodišče pri Slovenski oglaševalski zbornici na podlagi prejete pritožbe razsodilo, da oglas/i v sklopu prijavljene akcije krši/jo določila Slovenskega oglaševalskega kodeksa, bo akcija iz tekmovanja izločena.

## 10. Ste zamudili rok za prijavo ali niste plačali prijavnine.

Akcijo morate prijaviti in poravnati prijavnino najkasneje do vključno 5. novembra 2018

## Politika objave in uporabe informacij in gradiv iz prijavljenih akcij

S prijavo akcije **prijavitelj na SOZ in licencodajalca Effie Worldwide, Inc. prenaša pravico do javne objave, reprodukcije in prikazovanja kreativnega gradiva in kratkega povzetka prijavljene akcije** za izobraževalne namene in namene publicitete. SOZ je dolžan javno objaviti naslove nagrajenih komunikacijskih akcij, imena nagrajenih podjetij in avtorjev nagrajenih akcij v sporočilih za medije, na spletni strani, v zborniku in na zaključni prireditvi s podelitvijo nagrad.

S prijavo akcije **prijavitelj SOZ in licencodajalcu Effie Worldwide, Inc. dovoli objavo pisne predstavitve akcije** (mišljena je izključno besedilna pisna predstavitev brez tabel, grafov in prilog) ali njenih delov v obsegu, kot ga označi na prijavnici:

- a) objava pisne predstavitve akcije **v celoti**;
- b) objava pisne predstavitve akcije **brez zaupnih podatkov**;
- c) objava pisne predstavitve akcije **šele po treh letih** od datuma prijave vloge za nagrado Effie;
- d) **prepoved objave** pisne predstavitve akcije.

V primeru, da polna prijava pisne predstavitve akcije vsebuje zaupne podatke, ki jih prijavitelj ne želi javno objaviti, jih ne vključi v prijavo pisne predstavitve akcije, ki je namenjena javni objavi. Takšna verzija mora biti v besedilni obliki (brez tabel, grafov in prilog), slovnično primerni za objavo.

Polna prijava pisne predstavitve akcije, v kateri so zaupne informacije označene z zvezdico (\*), bo posredovana ocenjevalcem v obeh žirijah, ti so jih v svoji oceni dolžni upoštevati, v obrazložitvi pa upravičeni samo omeniti, vendar brez konkretnega povzemanja. Vsi člani žirije so z določili Pravidlnika o ocenjevanju akcij in podpisom Izjave o varovanju podatkov **zavezani upoštevati zaupnost** pri predstavitvi akcije tako označenih podatkov.

## NAGRADE

Drugostopenjska žirija glede na rezultate ocenjevanja razglasi najboljše akcije v vsaki kategoriji, ki prejmejo **zlato, srebrno ali bronasto nagrado**. Žirija lahko najboljši prijavljeni akciji v tekoči izvedbi podeli tudi **platinasti Effie**. Žirija ni dolžna podeliti vseh nagrad v vseh razpisanih kategorijah. Odločitve žirije glede ocen in dodelitve nagrad posameznim akcijam so dokončne.

**Vsaki nagrajeni akciji pripadata dva kipca** nagrade Effie Slovenija 2018. **Na kipcju nagrajene akcije bosta navedena naziva oglaševalca in primarne agencije oz. oglaševalcev in primarnih agencij.** Sodelujoče agencije oziroma partnerji na kipcju ne bodo omenjeni. **Vsa sodelujoča podjetja in posamezniki**, ki bodo navedeni v obrazcu za prijavo, **bodo navedeni na projekciji zaključne prireditve s podelitvijo nagrad, na diplomah (z izjemo posameznikov, ki lahko pridobijo potrdilo o sodelovanju pri nagrajeni akciji) in v Zborniku finalistov Effie Slovenija 2018.** Na zaključni prireditvi s podelitvijo nagrad **bosta za nagrajeno akcijo na oder povabljeni po en predstavnik oglaševalca in en predstavnik primarne agencije oz. dva predstavnika oglaševalcev in dva predstavnika primarnih agencij**, če bosta v obrazcu za prijavo navedeni dve primarni agenciji in dva oglaševalca.

Do 8 glavnih kreativnih in strateških partnerjev, sodelujočih pri nagrajenih akcijah, bo prejelo **diplome**. Če bo vaša akcija nagrajena, boste imeli možnost naročiti dodatne ali personalizirane kipse po ceni 250 EUR + DDV. Do 10 posameznikov se lahko za potrdilo o sodelovanju pri nagrajeni akciji Effie Slovenija 2018 obrne na organizatorja (SOZ).

Najbolj učinkovit oglaševalec, agencija in blagovna znamka bodo nagrajeni s **priznanjem za učinkovitost po EEI indeksu** za največ osvojenih točk v izvedbi Effie Slovenija 2018 po metodologiji Effie Effectiveness Index. Struktura točkovanja Effie Effectiveness Index-a za izvedbo Effie Slovenija 2018 bo objavljena na spletni strani <https://www.effieindex.com/about/>.

Nagrade, diplome in priznanja bodo podeljeni na slovesni zaključni prireditvi.

# PARTNERJI EFFIE SLOVENIJA 2018

Veliki partner Effie



Effie partner ključne prireditve



Veliki partner Effie



Veliki partner Effie



Veliki partner Effie



Veliki partner Effie



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Effie partner



Organizator:



SLOVENSKA  
OGLAŠEVALSKA  
ZBORNICA  
SLOVENIAN ADVERTISING CHAMBER

Letališka cesta 35  
1000 Ljubljana  
T: +386 1 439 60 50  
F: +386 1 439 60 59  
effie@soz.si

Oblikovanje in postavitve razpisa:

Luna \TBWA