



2010

**effie**  
**awards**  
**hellas**

**Κανονισμός**

## Effie Hellas 2010

### Βραβεία αποτελεσματικότητας στην επικοινωνία

#### Τι είναι τα βραβεία αποτελεσματικότητας Effie

Τα βραβεία Effie αποτελούν μία από τις σημαντικότερες τιμητικές διακρίσεις στο χώρο του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας και έχουν παγκοσμίως αναγνωριστεί, τόσο από τις εταιρίες επικοινωνίας και τους διαφημιζόμενους, όσο και από όσους συμβάλλουν σε μια καμπάνια επικοινωνίας, ως τα μοναδικά βραβεία αποτίμησης της αποτελεσματικότητας μιας καμπάνιας, βραβεύοντας τη στρατηγική σκέψη, τη δημιουργική της έκφραση και τα αποτελέσματα σε σχέση με τους προκαθορισμένους κάθε φορά, στόχους μάρκετινγκ και επικοινωνίας.

#### Διοργάνωση

Στην Ελλάδα επίσημος εκπρόσωπος για τα βραβεία Effie είναι η Ένωση Εταιριών Διαφήμισης και Επικοινωνίας Ελλάδος (ΕΔΕΕ), ύστερα από υπογραφή σύμβασης με την Αμερικανική Ένωση Marketing (AMA). Η διοργάνωση των Effie γίνεται σε συνεργασία με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ), το Ελληνικό Ινστιτούτο Marketing (ΕΙΜ) και τον Σύλλογο Εταιριών Δημοσκόπησης και Έρευνας Αγοράς (ΣΕΔΕΑ) κάθε δύο χρόνια.

### Κανονισμός

#### Άρθρο 1: Στόχος των βραβείων

Τα βραβεία Effie Hellas έχουν ως αντικείμενο τη βράβευση καμπανιών μάρκετινγκ και επικοινωνίας, που διακρίθηκαν για την αποτελεσματικότητά τους.

#### Άρθρο 2: Συμμετοχή στο διαγωνισμό

Υποψήφια για συμμετοχή στο διαγωνισμό είναι κάθε καμπάνια ή ενέργεια επικοινωνίας, ανεξάρτητα από τον τρόπο/τρόπους, το είδος/είδη και το μέσο/μέσα επικοινωνίας που χρησιμοποιήθηκαν (διαφήμιση, προώθηση πωλήσεων, άμεσο marketing, δημόσιες σχέσεις κλπ). Κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να καταθέσει πολλές συμμετοχές σε διάφορες κατηγορίες. Η ίδια καμπάνια, με την ίδια ακριβώς μορφή και δημιουργικά υλικά, έχει δικαίωμα συμμετοχής μόνο σε ένα διαγωνισμό βραβείων Effie Hellas.

**Υποψήφιος για τα βραβεία Effie Hellas 2010** μπορούν να είναι καμπάνιες που πραγματοποιήθηκαν από **1.1.2008** έως και **31.12.2009**.

Οι καμπάνιες μπορεί να έχουν ξεκινήσει νωρίτερα από την 1.1.2008, αλλά όλες οι ενέργειες οι οποίες αναφέρονται θα πρέπει να έχουν υλοποιηθεί μέσα στο κρίσιμο χρονικό διάστημα.

Οι συμμετοχές υποβάλλονται **on line** στο site [www.effie.gr](http://www.effie.gr) μέχρι την **Παρασκευή 23 Απριλίου 2010**.

Η διοργάνωση διατηρεί το δικαίωμα να δώσει παράταση για την υποβολή συμμετοχών.

Το κόστος κάθε συμμετοχής είναι **€300 + ΦΠΑ**.

Σε περίπτωση **υποβολής μιας συμμετοχής σε παραπάνω από μία Κατηγορίες**, τότε το **κόστος της αρχικής συμμετοχής προσαυξάνεται κατά 50%** για κάθε νέα Κατηγορία. Για παράδειγμα, εάν το ίδιο έργο υποβληθεί στην Κατηγορία «Μη Αλκοολούχα Ποτά» και στην Κατηγορία «Δαβίδ vs Γολιάθ», τότε το κόστος συμμετοχής θα είναι €300+€450=€750 + ΦΠΑ.

### **Άρθρο 3: Κατάθεση συμμετοχής**

Προκειμένου οι συμμετέχοντες να υποβάλουν έγκυρη συμμετοχή, θα πρέπει

- να ολοκληρώσουν την **Online διαδικασία υποβολής** της συμμετοχής και
- **να καταθέσουν** στους οργανωτές **ένα υπογεγραμμένο αντίγραφο, του δελτίου συμμετοχής και της συγκεντρωτικής κατάστασης.**

Θα ληφθούν υπόψη μόνο υπογεγραμμένα δελτία συμμετοχών και μόνο όσες συνοδεύονται από τη συγκεντρωτική κατάσταση και το αντίτιμο των συμμετοχών.

### **Άρθρο 4: Κατηγορίες**

Για να δημιουργηθεί μια κατηγορία στα Effie Hellas 2010 θα πρέπει να έχει υποβληθεί σε αυτή τουλάχιστον μια (1) συμμετοχή.

Για να συμμετάσχει μια καμπάνια στη διοργάνωση για τα βραβεία Effie Hellas 2010, πρέπει να εντάσσεται σε μια από τις παρακάτω κατηγορίες:

#### **Κατηγορίες Προϊόντων/Υπηρεσιών**

##### **1. Αλκοολούχα Ποτά / Προϊόντα Καπνού**

(ενδεικτικά περιλαμβάνονται: αλκοολούχα ποτά, μπύρες, κρασιά, τσιγάρα, είδη καπνιστού κ.ά.)

##### **2. Μη Αλκοολούχα Ποτά**

(ενδεικτικά περιλαμβάνονται: χυμοί, αναψυκτικά, εμφιαλωμένα νερά, ροφήματα ζεστά ή κρύα, καφές κάθε τύπου, τσάι κάθε τύπου κ.ά.)

##### **3. Τρόφιμα & Γαλακτοκομικά Προϊόντα**

(ενδεικτικά περιλαμβάνονται: γάλα κάθε τύπου, γιαούρτι κάθε τύπου, τυροκομικά προϊόντα, λάδι - βούτυρο - μαργαρίνη, αλλαντικά, σάλτσες και μαγιονέζες, ζυμαρικά, ψωμί και άλλα αρτοσκευάσματα, δημητριακά, κονσέρβες, κατεψυγμένα τρόφιμα, μπισκότα, σοκολατοειδή, τσίχλες, καραμέλες, κάθε είδους σνακ, ατομικά και οικογενειακά παγωτά, έτοιμα γλυκίσματα κ.ά.)

##### **4. Προϊόντα και Υπηρεσίες Προσωπικής Φροντίδας / Υγιεινής / Άλλα Προσωπικά Είδη**

(ενδεικτικά περιλαμβάνονται: καλλυντικά, αρώματα, σαμπουάν και κρέμες μαλλιών, βαφές μαλλιών, προϊόντα για την περιποίηση του σώματος, σερβιέτες, παιδικές πάνες, χαρτομάντιλα, χαρτί υγείας, σαπούνι κάθε τύπου, οδοντόκρεμες, βιταμινούχα σκευάσματα, αναλγητικά, άλλα προϊόντα φαρμακείου, κέντρα αδυνατίσματος, διαιτητικά γεύματα, ρούχα, υποδήματα, αθλητικά είδη, οπτικά είδη, δερμάτινα είδη, ρολόγια, κοσμήματα κ.ά.)

##### **5. Προϊόντα Σπιτιού / Καθαριστικά / Άλλα Αναλώσιμα**

(ενδεικτικά περιλαμβάνονται: καθαριστικά, απορρυπαντικά, αρώματα χώρου, εντομοαπωθητικά, λιπάσματα, χαρτί κουζίνας, λευκά είδη, χαλιά, υφάσματα επιπλώσεων, κ.ά.)

##### **6. Εξοπλισμός / Έπιπλα Σπιτιού και Γραφείου / Σχετικά Καταστήματα**

(ενδεικτικά περιλαμβάνονται: μικροσυσκευές, λευκές συσκευές, συσκευές ήχου και εικόνας, ηλεκτρικά είδη, έπιπλα, μικροέπιπλα, διακοσμητικά, κλιματιστικά, φωτιστικά, δίσκοι, CDs κ.ά.)

##### **7. Οχήματα / Αντιπροσωπείες / Αξεσουάρ / Πετρελαιοειδή**

(ενδεικτικά περιλαμβάνει: αυτοκίνητα, μοτοσυκλέτες, κάθε είδους μηχανήματα, σκάφη, μηχανές σκαφών, εταιρίες πετρελαιοειδών, λιπαντικά, κ.ά.)

### **8. Τηλεπικοινωνίες / Τεχνολογία / Άλλα Αναλώσιμα**

(ενδεικτικά περιλαμβάνονται: υπηρεσίες και συσκευές σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, υπολογιστές, περιφερειακά και software, συστήματα ασφαλείας κ.ά)

### **9. Τραπεζικά / Ασφαλιστικά και Χρηματοοικονομικά Προϊόντα / Υπηρεσίες**

(ενδεικτικά περιλαμβάνονται: τράπεζες και τραπεζικά προϊόντα/υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, ασφαλιστικές εταιρίες και ασφαλιστικά προϊόντα/υπηρεσίες κ.ά)

### **10. Μέσα Ενημέρωσης / Εκδόσεις / Δημόσιο / Ενέργεια / Εκπαίδευση / Τουρισμός / Αναψυχή / Συγκοινωνίες και Σχετικές Υπηρεσίες**

(ενδεικτικά περιλαμβάνονται: υπηρεσίες οδικής βοήθειας, λαχεία, τυχερά παιχνίδια, σχολές και προγράμματα σπουδών, εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, ενημερωτικές εκστρατείες δημόσιων οργανισμών, αεροπορικές και ναυτιλιακές εταιρίες, ταξίδια αναψυχής κ.ά.)

### **11. Λιανεμπόριο / Διανομή / Καταστήματα**

(ενδεικτικά περιλαμβάνονται: καταστήματα τροφίμων, ένδυσης και υπόδησης, σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, πρατήρια βενζίνης, καταστήματα ηλεκτρικών συσκευών, αλυσίδες franchise, καταστήματα επίπλων, εμπορικά κέντρα, ηλεκτρονικά καταστήματα (e-commerce) κ.ά.)

### **12. Εταιρική Επικοινωνία**

(ενδεικτικά περιλαμβάνει: εταιρικές καμπάνιες με στόχο την ανάδειξη της εικόνας μιας εταιρίας με υπογραφή μόνο του εταιρικού ονόματος, καμπάνιες προώθησης κοινωνικής προσφοράς, καμπάνιες που αφορούν σε εταιρικές χορηγίες θεμάτων αθλητισμού, πολιτισμού, εκπαίδευσης ή άλλων τομέων της κοινωνίας.)

### **Ειδικά Βραβεία:**

#### **13. Cause Related Marketing**

Καμπάνιες που σκοπό έχουν να προσκαλέσουν τον καταναλωτή σε κοινωφελή δράση με την αγορά ενός προϊόντος, καθιστώντας τον, κοινωνικά ενεργό, είτε με την μορφή συλλογής χρημάτων (fund raising), είτε με την υπόσχεση παροχής δωρεάν προϊόντων ή υπηρεσιών υπέρ ενός κοινωφελούς σκοπού.

#### **14. Green Effie**

Ένα ειδικό βραβείο που επιβραβεύει καμπάνιες ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης για οικολογικά θέματα.

#### **15. Δαυίδ vs Γολιάθ**

Ένα βραβείο για νέα ή ανερχόμενα brands που ανταγωνίζονται μεγάλες και καθιερωμένες μάρκες. Για εταιρίες που μπήκαν στην αγορά ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας με μεγάλους και καθιερωμένους ανταγωνιστές. Το brand δεν πρέπει να αποτελεί μέρος μιας μεγαλύτερης εταιρίας. Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να περιγράψουν την επιχειρηματική πρόκληση, το ανταγωνιστικό περιβάλλον και πως η εταιρία τους πέτυχε παρά τις δυσκολίες.

#### **16. Low Budget**

Δικαίωμα συμμετοχής έχουν καμπάνιες με συνολικό προϋπολογισμό μέχρι και **100.000€**

#### **17. Long Lasting Success**

Απαραίτητες προϋποθέσεις για συμμετοχή σε αυτή την κατηγορία είναι:

A. Διάρκεια ζωής του επικοινωνιακού concept τα **4 τελευταία χρόνια** κατ' ελάχιστο και συγκεκριμένα από **1.1.2006 έως 31.12.2009**.

B. Το επικοινωνιακό concept που διαγωνίζεται δεν θα πρέπει να έχει εγκαταλειφθεί ή αντικατασταθεί πριν την 31.12.2009.

Γ. Οι καμπάνιες που υποβάλλονται στην ειδική αυτή κατηγορία θα πρέπει να διέπονται από κοινή στρατηγική και συνέπεια στη δημιουργική εκτέλεση.

Το επικοινωνιακό concept που διαγωνίζεται θα πρέπει να έχει 3 τουλάχιστον διαφορετικές εφαρμογές στο ίδιο μέσο στη διάρκεια της ζωής του με συνέπεια των κύριων στοιχείων στην εκτέλεσή του (π.χ.: μουσική, ιστορία, πρωταγωνιστής, σλόγκαν κτλ).

Στην κατηγορία Long Lasting Success επιτρέπεται η συμμετοχή ανεξάρτητα με το αν έχουν υποβληθεί ξανά ένα ή περισσότερα έργα της ίδιας καμπάνιας σε προηγούμενη διοργάνωση Effie Hellas.

Επίσης σε περίπτωση συμμετοχών της κατηγορίας αυτής οι υποβάλλοντες υποχρεούνται να αναφέρουν όλες τις εταιρίες επικοινωνίας με τις οποίες συνεργάστηκε ο διαφημιζόμενος από την αρχή της δημιουργίας του concept της εν λόγω καμπάνιας μέχρι και σήμερα.

### **18. Εισαγωγή νέων προϊόντων ή υπηρεσιών**

Δικαίωμα συμμετοχής έχουν καμπάνιες που αφορούν την εισαγωγή ενός νέου προϊόντος/υπηρεσίας που δεν αποτελεί line extension ή την εισαγωγή ενός νέου προϊόντος / υπηρεσίας σε μια νέα κατηγορία.

Η Διοργάνωση ορίζει ως **line extension**, την εκμετάλλευση μιας επιτυχημένης μάρκας για την εισαγωγή συμπληρωματικών προϊόντων/υπηρεσιών στην ίδια προϊοντική κατηγορία της μάρκας. Παραδείγματα:

- Παραλλαγές ενός προϋπάρχοντος προϊόντος/υπηρεσίας, με το ίδιο brand name με τα ίδια χαρακτηριστικά που απλά δίνει ορισμένα καινούργια πλεονεκτήματα (Μέγεθος, συσκευασία κλπ)
- Προϊόντα/υπηρεσίες με το ίδιο brand name που προσφέρουν στον καταναλωτή μια διαφορετική επιλογή (Diet, light αναψυκτικό)

**Η διοργάνωση διατηρεί το δικαίωμα, να μετατάξει μια συμμετοχή από μια κατηγορία σε άλλη και να δημιουργήσει μια νέα κατηγορία.**

**Τα έργα των Ειδικών Βραβείων, Cause Related Marketing, Long Lasting Success και Green Effie δεν διεκδικούν Grand Effie.**

### **Άρθρο 5: Γενικοί Όροι Συμμετοχής**

Οι συμμετέχοντες δηλώνουν ότι τα έργα που έχουν καταθέσει στα Effie Hellas 2010 υποβάλλονται νομίμως και σύμφωνα με τους όρους του παρόντος Κανονισμού. Κάθε συμμετέχων φέρει την αποκλειστική και πλήρη ευθύνη έναντι παντός τρίτου για τις συμμετοχές που υποβάλλει και για την ακρίβεια των στοιχείων που δηλώνει.

Η φύλαξη των έργων που συμμετέχουν στα Effie Hellas, σε καμία περίπτωση δεν συνιστά υποχρέωση της ΕΔΕΕ, αλλά δικαίωμα αυτής.

Όσον αφορά στα έργα που εγκύρωσ υποβάλλονται και συμμετέχουν στα Effie Hellas, επιτρέπεται στην ΕΔΕΕ ή σε οποιονδήποτε άλλον φορέα τον οποίο θα εξουσιοδοτήσει η ΕΔΕΕ, και στα πλαίσια της προώθησης των στόχων της διοργάνωσης, η άνευ ανταλλάγματος προς τους συμμετέχοντες φύλαξη των έργων καθώς και η προβολή τους με οποιοδήποτε μέσο, ακόμη και έναντι ανταλλάγματος για την ΕΔΕΕ από τους τρίτους που θα την αναλάβουν ή το κοινό, ιδίως δε η μετάδοση ή αναμετάδοσή τους στο κοινό με οποιοδήποτε μέσο, στην Ελλάδα και το εξωτερικό, η δημοσίευσή τους στον ημερήσιο 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 της ΕΔΕΕ είναι απεριόριστης χρονικής διάρκειας.

Κάθε συμμετέχων δηλώνει ότι θα συνδράμει την ΕΔΕΕ σε ενδεχόμενη δικαστική διένεξη και αναλαμβάνει να καλύψει πλήρως την ΕΔΕΕ για αποζημιώσεις ή πρόστιμα τα οποία θα υποχρεωθεί τυχόν να καταβάλλει σε τρίτους, ιδίως λόγω παράβασης των όρων του παρόντος Κανονισμού, προσβολής πνευματικών και συγγενικών δικαιωμάτων τρίτων επί των έργων αυτών, παραβάσεων της νομοθεσίας για αθέμιτη και παραπλανητική διαφήμιση κ.λπ.

Οι υποψήφιοι εγγυώνται για την ακρίβεια των στοιχείων που παρέχουν και θα πρέπει να είναι σε θέση να τα αιτιολογήσουν σε περίπτωση που τους ζητηθεί από την διοργάνωση. **Για την δημοσιοποίηση των στοιχείων που έχουν κατατεθεί στην φόρμα αποτελεσματικότητας, απαιτείται η έγγραφη συγκατάθεση, της εταιρίας επικοινωνίας και του διαφημιζόμενου.**

## **Άρθρο 6: Έλεγχος και Νομιμοποίηση Συμμετοχών**

Η διοργάνωση έχει την ευθύνη για τον έλεγχο των συμμετοχών, ως προς την συμμόρφωση τους με τους όρους του κανονισμού. Ελέγχει ότι:

1. Τηρούνται οι οδηγίες συμπλήρωσης της φόρμας συμμετοχής.
2. Δεν εκκρεμούν αποφάσεις της Πρωτοβάθμιας ή Δευτεροβάθμιας Επιτροπής Ελέγχου Επικοινωνίας του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας, δεν έχει υποβληθεί υλικό το οποίο οι υποβάλλοντες έχουν δεσμευτεί ενώπιον του ΣΕΕ ότι δεν θα ξαναχρησιμοποιήσουν, δεν υπάρχουν οποιουδήποτε άλλου είδους δικαστικές εκκρεμότητες και ότι έχει υποβληθεί το τροποποιημένο υλικό στην περίπτωση που έχει εκδοθεί σχετική απόφαση.
3. Έχουν υποβληθεί σωστά τα δημιουργικά υλικά.
4. Δεν έχουν λάβει μέρος σε προηγούμενη διοργάνωση των Effie Hellas, εκτός αν η συμμετοχή έχει ουσιαστικά εμπλουτιστεί με καινούργιο υλικό.
5. Έχουν υποβληθεί στη σωστή κατηγορία βάσει του κανονισμού.

## **Άρθρο 7: Αξιολόγηση Συμμετοχών**

### **Α' Φάση Αξιολόγησης:**

Σε αυτό το στάδιο η Επιτροπή Αξιολόγησης Α' φάσης, η οποία αποτελείται από **16 μέλη** - εκπροσώπους της ΕΔΕΕ (πέντε μέλη), του ΣΔΕ (τρία μέλη), του ΣΕΔΕΑ (δύο μέλη) και του ΕΙΜ (δύο μέλη), και επαγγελματίες από τον χώρο της επικοινωνίας ή/και του μάρκετινγκ (τέσσερα μέλη) - με απαρτία τα 12 μέλη, εξετάζει τα στοιχεία κάθε υποψηφιότητας για να εκτιμήσει την επιτυχία ως προς τους συγκεκριμένους στόχους μάρκετινγκ.

Στην Α' Φάση Αξιολόγησης οι συμμετοχές κρίνονται ανεξάρτητα από την κατηγορία που έχουν κατατεθεί και χωρίς να γίνεται σύγκριση με άλλες υποψηφιότητες. Στη αυτή τη φάση, κάθε κριτής δεν αξιολογεί όλες τις συμμετοχές, αλλά μόνο ένα μέρος (ανάλογα με το συνολικό αριθμό συμμετοχών), απαραίτητη προϋπόθεση είναι ότι κάθε συμμετοχή θα πρέπει να αξιολογηθεί από τουλάχιστον 5 κριτές.

Οι κριτές δίνουν βαθμούς σε **4 κριτήρια** χρησιμοποιώντας την κλίμακα 1-100 [1 = μη αποτελεσματικό / 100 = εξαιρετικά αποτελεσματικό]:

1. Πρόκληση Επικοινωνιακής Στρατηγικής και Στόχοι Καμπάνιας: περιβάλλον μάρκετινγκ, πρόκληση μάρκετινγκ και επικοινωνίας, στρατηγική, γνώση/insight κοινού, στόχος καμπάνιας
2. Ιδέα: Ποια ήταν η ιδέα, πως κατέληξαν σε αυτή
3. Υλοποίηση της Ιδέας: Εφαρμογή της επικοινωνιακής στρατηγικής, επιλογή των μέσων επικοινωνίας

**Οι τρεις αυτοί βαθμοί σταθμίζονται με ίσο βάρος (equal weight) ώστε να αποτελέσουν το 70% της τελικής βαθμολογίας.**

4. Αποτελέσματα της καμπάνιας

**Ο τέταρτος βαθμός που αφορά στα αποτελέσματα της καμπάνιας αποτελεί το 30% της τελικής βαθμολογίας.**

Τα μέλη της Επιτροπής δεν βαθμολογούν καμπάνιες με τις οποίες συνδέονται άμεσα ή έμμεσα.

Τα μέλη της Επιτροπής Αξιολόγησης της Α' φάσης, που προέρχονται από την ΕΔΕΕ (πέντε μέλη), τον ΣΔΕ (τρία μέλη), το ΣΕΔΕΑ (δύο μέλη) και το ΕΙΜ συμμετέχουν και στη Β' φάση.

Μετά τη βαθμολόγηση όλων των υποψηφιοτήτων, η Οργανωτική Επιτροπή κατατάσσει τις συμμετοχές στις προσδιορισμένες κατηγορίες. Ακολούθως η Οργανωτική Επιτροπή αποφασίζει ποιες θα περάσουν στην επόμενη φάση αξιολόγησης που είναι η τελική, αφού λάβει υπόψη της:

- A. Τις συνολικές βαθμολογίες
- B. Τον συνολικό αριθμό υποψηφιοτήτων
- Γ. Τον αριθμό υποψηφιοτήτων ανά κατηγορία
- Δ. Τον μέσο όρο βαθμολογίας στο σύνολο των συμμετοχών
- Ε. Τον μέσο όρο βαθμολογίας των συμμετοχών ανά κατηγορία

### **Β' Φάση Αξιολόγησης:**

Κατά τη Β' Φάση Αξιολόγησης ανακηρύσσονται το Gold, Silver και Bronze της κάθε κατηγορίας. Η Κριτική Επιτροπή αποτελούμενη από **21 άτομα**, έξι μέλη της ΕΔΕΕ, έξι του ΣΔΕ, δύο του ΣΕΔΕΑ, δύο του ΕΙΜ, ένα μέλος της Πανεπιστημιακής Κοινότητας και τέσσερις επαγγελματίες από τον χώρο της επικοινωνίας ή/και του μάρκετινγκ, με απαρτία τα 14 μέλη, εξετάζει και βαθμολογεί τις συμμετοχές που έχουν προκριθεί για τη Β' φάση αξιολόγησης από την Οργανωτική Επιτροπή, ως προς την επιτυχία της καμπάνιας, σχετικά με τους συγκεκριμένους στόχους μάρκετινγκ και τα δημιουργικά στοιχεία.

Οι κριτές δίνουν βαθμούς σε **4 κριτήρια** χρησιμοποιώντας την κλίμακα 1-100 [1 = μη αποτελεσματικό / 100 = εξαιρετικά αποτελεσματικό]:

1. Πρόκληση Επικοινωνιακής Στρατηγικής και Στόχοι Καμπάνιας: περιβάλλον μάρκετινγκ, πρόκληση μάρκετινγκ και επικοινωνίας, στρατηγική, γνώση/insight κοινού, στόχος καμπάνιας
2. Ιδέα: Ποια ήταν η ιδέα, πως κατέληξαν σε αυτή
3. Υλοποίηση της Ιδέας: Εφαρμογή της επικοινωνιακής στρατηγικής, επιλογή των μέσων επικοινωνίας

**Οι τρεις αυτοί βαθμοί σταθμίζονται με ίσο βάρος (equal weight) ώστε να αποτελέσουν το 70%** της τελικής βαθμολογίας.

4. Αποτελέσματα της καμπάνιας

**Ο τέταρτος βαθμός** που αφορά στα **αποτελέσματα της καμπάνιας** αποτελεί **το 30%** της **τελικής βαθμολογίας**.

Τα μέλη της Επιτροπής δεν βαθμολογούν καμία καμπάνια που διαγωνίζεται στην ίδια κατηγορία με καμπάνιες με τις οποίες συνδέονται άμεσα ή έμμεσα.

Τα βραβεία απονέμονται με βάση τα αποτελέσματα της αξιολόγησης.

### **Γ' Φάση Αξιολόγησης**

Κατά τη Γ' Φάση Αξιολόγησης ανακηρύσσεται το βραβείο Grand Effie. Η Κριτική Επιτροπή αποτελούμενη από **11 μέλη**, πέντε μέλη της ΕΔΕΕ, τέσσερα μέλη του ΣΔΕ, ένα μέλος του ΣΕΔΕΑ, και ένα μέλος του ΕΙΜ με απαρτία τα 7 μέλη, εξετάζει και βαθμολογεί τις συμμετοχές που έχουν βραβευθεί με Gold στην κατηγορία τους, ως προς την επιτυχία της καμπάνιας, σχετικά με τους συγκεκριμένους στόχους μάρκετινγκ και τα δημιουργικά στοιχεία.

Οι κριτές δίνουν βαθμούς σε **4 κριτήρια** χρησιμοποιώντας την κλίμακα 1-100 [1 = μη αποτελεσματικό / 100 = εξαιρετικά αποτελεσματικό], με την ίδια λογική που ισχύει και στις δύο πρώτες φάσεις.

Τα μέλη που συμμετέχουν στην Κριτική Επιτροπή δεν θα πρέπει να συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με καμία από τις καμπάνιες που διεκδικούν το βραβείο Grand Effie.

### **Άρθρο 8: Βραβεία**

Σε κάθε κατηγορία για να βραβευτεί ένα έργο με το βραβείο **Bronze Effie**, θα πρέπει να έχει **μέσο όρο βαθμολογίας** τουλάχιστον **60**, για το **Silver Effie 68** και για το **Gold Effie 75**.

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

Οι αποφάσεις της Κριτικής Επιτροπής είναι οριστικές και αμετάκλητες.

Οι βραβευμένοι έχουν τη δυνατότητα να προβάλλουν το βραβείο που τους απονεμήθηκε. Δεν μπορούν, όμως, να κάνουν εμπορική χρήση αυτής της διάκρισης (π.χ. δεν μπορούν να παρέχουν πληροφορίες και ενημέρωση με οικονομικό αντάλλαγμα για τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να κερδίσει κανείς ένα βραβείο Effie).

### **Άρθρο 9: Δομή Φακέλου Συμμετοχής**

Κάθε φάκελος συμμετοχής αποτελείται υποχρεωτικά από 4 ενότητες :

1. Έκθεση Αποτελεσματικότητας
2. Κατάλογος συντελεστών, Πληροφορίες Υποψηφιότητας, Κατάσταση Δημιουργικών Υλικών
3. Συγκεντρωτική κατάσταση και εξόφληση συμμετοχής
4. Key Visual και το 4 λεπτό Video με δείγματα των εφαρμογών και του δημιουργικού της καμπάνιας.

Τα στοιχεία για όλες τις ενότητες υποβάλλονται ηλεκτρονικά μέσα από το site [www.effie.gr](http://www.effie.gr).

Παράλληλα, ένα αντίγραφο των ενότητων 2 και 3 υπογεγραμμένα κατατίθενται στη γραμματεία των Effie Hellas 2010 (Υπερείδου 7, 105 58 Αθήνα).

Καθίσταται σαφές ότι θα ληφθούν υπόψη μόνο υπογεγραμμένες αιτήσεις συμμετοχής. Ενδεχόμενη έλλειψη κάποιας από τις παραπάνω ενότητες καθιστά την συμμετοχή ελλιπή και μη αποδεκτή.

Το τέλος συμμετοχής δεν επιστρέφεται.

### **Άρθρο 10: Αποδοχή Όρων και Κανονισμού**

Η συμμετοχή στα βραβεία Effie Hellas συνεπάγεται την πλήρη και εξ ολοκλήρου αποδοχή των άρθρων του παρόντος κανονισμού, των όρων συμμετοχής, καθώς και των αποφάσεων των Κριτικών Επιτροπών και των διοργανωτών σε ότι αφορά στην εφαρμογή τους.

## Οργάνωση και διαδικασία βράβευσης

### Οργανωτική Επιτροπή

Πρόεδρος

Άννα Χατζησάββα, Διευθύνουσα Σύμβουλος, Aegis Media Hellas

Μέλη:

Κώστας Θεοτοκάς, Διευθύνων Σύμβουλος, Atcom

Γιώργος Καλούδης, Σύμβουλος Επικοινωνίας Χρυσός Οδηγός

Χάρης Κονίνης, Marketing Communications Strategy Director, Cosmote

Τίνα Μαρούλη, Creative Group Head, McCann Erickson Athens

Αθηνά Μικροπούλου, V P Chief Growth Officer, McCann Erickson Athens

Νίκος Σύμπουρας, Γενικός Διευθυντής, Aegis Media Hellas

Άννα Φουντούλη, Γενική Διευθύντρια, Solid Relations

Την Οργανωτική Επιτροπή πλαισιώνουν οι Κριτικές Επιτροπές, υπεύθυνες για την αξιολόγηση των συμμετοχών. Οι Επιτροπές αποτελούνται από εκπροσώπους της Ένωσης Εταιριών Διαφήμισης και Επικοινωνίας Ελλάδος [ΕΔΕΕ], του Συνδέσμου Διαφημιζομένων Ελλάδος [ΣΔΕ], του Συλλόγου Εταιριών Δημοσκοπήσης & Έρευνας Αγοράς [ΣΕΔΕΑ], του Ελληνικού Ινστιτούτου Μάρκετινγκ [ΕΙΜ], ενός μέλους της Πανεπιστημιακής Κοινότητας, καθώς και από επαγγελματίες από το χώρο της επικοινωνίας και του marketing.

#### 16 μέλη στην Κριτική επιτροπή Α΄ φάση Αξιολόγησης. Απαρτία τα 12 μέλη.

5 μέλη ΕΔΕΕ

3 μέλη ΣΔΕ

2 μέλη ΣΕΔΕΑ

2 μέλη ΕΙΜ

4 επαγγελματίες από το χώρο της επικοινωνίας και του μάρκετινγκ

#### 21 μέλη στην Κριτική Επιτροπή Β΄ φάση Αξιολόγησης. Απαρτία τα 14 μέλη.

6 μέλη ΕΔΕΕ

6 μέλη ΣΔΕ

2 μέλη ΣΕΔΕΑ

2 μέλη ΕΙΜ (εκ των οποίων 1 μέλος της Πανεπιστημιακής Κοινότητας)

1 μέλος της Πανεπιστημιακής Κοινότητας

4 επαγγελματίες από το χώρο της επικοινωνίας και του μάρκετινγκ

#### 11 μέλη στην Κριτική Επιτροπή Γ΄ φάση Αξιολόγησης. Απαρτία 7 μέλη.

5 μέλη ΕΔΕΕ

4 μέλη ΣΔΕ

1 μέλος ΣΕΔΕΑ

1 μέλος ΕΙΜ

## ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΤΗΣ ΕΚΘΕΣΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Τα βραβεία Effie Hellas έχουν ως στόχο να εντοπίσουν τις καμπάνιες που έχουν πετύχει ή υπερβεί τους τελικούς τους στόχους. Η **Έκθεση Αποτελεσματικότητας είναι το πιο σημαντικό μέρος της συμμετοχής**, διότι περιγράφει με λεπτομέρειες το περιβάλλον του ανταγωνισμού, τους σκοπούς και τους στόχους, καθώς και την απόδοση της κάθε καμπάνιας.

Οδηγίες για τη συμπλήρωση της Έκθεσης Αποτελεσματικότητας:

- Η έκθεση αποτελεσματικότητας **είναι η βάση της διαδικασίας επιλογής** και γι' αυτό θα **πρέπει να είναι σαφής, ακριβής και με λογική συνέπεια**.
- **Σε κανένα σημείο** της έκθεσης αποτελεσματικότητας και του δημιουργικού υλικού **δεν θα πρέπει να γίνεται αναφορά στη συμμετέχουσα εταιρία επικοινωνίας**.
- Σύμφωνα με την εμπειρία, **οι εκθέσεις που κερδίζουν είναι άμεσες, εύκολες στην ανάγνωση και παρουσιάζουν την ιστορία τους με απλό τρόπο και χωρίς υπερβολές**.
- Η έκθεση αποτελεσματικότητας **δεν θα πρέπει να ξεπερνάει συνολικά τις 8 σελίδες**.
- **Για τις απαντήσεις** θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί **μέγεθος γραμματοσειράς 10 ή και μεγαλύτερο**.

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο συμπλήρωσης της συμμετοχής, μπορείτε να απευθυνθείτε στη γραμματεία των βραβείων Effie Hellas 2010 (Υπερείδου 7, 105 58 Αθήνα τηλ. 210 32 46 215/216/217).

### **Προσοχή:**

Η Φόρμα Συμμετοχής υποβάλλεται online, στο site [www.effie.gr](http://www.effie.gr).

Μία εκτύπωση της οριστικής συμμετοχής -όπως αυτή τυπώνεται από το site-, υπογράφεται από τον υποβάλλοντα τη συμμετοχή και στέλνεται υπογεγραμμένη, μαζί με τη συγκεντρωτική κατάσταση συμμετοχών, στην γραμματεία των Effie Hellas 2010.

Καμία συμμετοχή δεν θα ληφθεί υπόψη σε περίπτωση που δεν πληρούνται οι προϋποθέσεις συμπλήρωσής της.



## ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΑ ΥΛΙΚΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Το δημιουργικό υλικό υποβάλλεται ηλεκτρονικά μέσα από το site της διοργάνωσης.

Για μια συμμετοχή υποβάλλονται:

1 Key Visual  
300 dpi 21X15 cm

1 Video Διάρκειας 4 λεπτών

MPEG2 – DVD quality

PAL 4:3

Screen size: 720x576

Framerate: 25

Video Bitrate: Variable (VBR) 8.000 Kbps minimum 9.200 Kbps maximum

Audio: MP2 (Mpeg Layer 2) – 48khz stereo at 256 Kbps minimum 384 Kbps maximum

Διάρκειας **4 λεπτών**

Το video πρέπει να περιλαμβάνει τουλάχιστον ένα δείγμα από τα μέσα τα οποία δηλωθήκαν στη φόρμα αποτελεσματικότητας στην ενότητα 6. Πριν από κάθε ένα από αυτά και για την μετάβαση από το ένα στο άλλο στο άλλο, θα πρέπει να υπάρχει αναφορά στο μέσο/ενέργεια.

Τα Ραδιοφωνικά Μηνύματα ακούγονται με την ένδειξη RADIO στο κέντρο μαύρης οθόνης. Δημιουργικά υλικά όπως οι Καταχωρίσεις, οι Υπαίθριες Διαφημίσεις και οι εφαρμογές Design διαρκούν τουλάχιστον 8 δευτερόλεπτα ανά θέμα με fade-in και fade-out 25 frames σε μαύρο, χωρίς κανένα άλλο στοιχείο. Σε κανένα σημείο του video δεν πρέπει γίνεται οπτική ή ακουστική αναφορά της συμμετέχουσας Εταιρίας Επικοινωνίας ή των συνεργαζόμενων για τη συμμετοχή εταιριών επικοινωνίας.

Η **συνολική διάρκεια παρουσίασης** της συμμετοχής δεν πρέπει να υπερβαίνει τα **4 λεπτά**. Καθ' όλη τη διάρκεια της παρουσίασης, μπορούν να υπάρχουν επεξηγηματικές λεζάντες ή/και voice over.