



PRAVILNIK 2019.

IdejaX nacionalno je natjecanje u kreativnosti na kojem se već godinama uspješno natječu agencije sa svojim kreativnim idejama. Provođi se od 2011. godine te je, s desecima prijavljenih radova godišnje i dosadašnjih gotovo 1000 natjecateljskih radova, najveće domaće natjecanje u kreativnoj industriji.

Organizirana pod okriljem HURA-e, IdejaX nagrađuje najoriginalnije i jedinstvene ideje koje pomiču granice, neovisno o vrsti medija u kojoj su realizirane. Na ovom natjecanju u kreativnosti već se godinama uspješno natječu kako velike tako i male agencije sa svojim kreativnim idejama i marketinškim projektima za koje mogu osvojiti zlatne, srebrne i brončane nagrade.

SUDJELOVANJE

Na natjecanje IdejaX moguće je prijaviti sva djela tržišnog komuniciranja koja su:

- kreativni proizvodi tvrtki registriranih na području Hrvatske za koje postoje odgovarajuća autorska prava
- naručena, odobrena i proizvedena za oglašivača/naručitelja te javno objavljena o njegovu trošku u razdoblju označenom u raspisu natječaja
- objavljena u kvalifikacijskom periodu da, prema kriterijima struke, oblikom i količinom nesumnjivo predstavljaju stvarnu tržišnu aktivnost utemeljenu na poslovnim interesima oglašivača/naručitelja
- prijavljena u obliku koji je definiran ovim pravilnikom, u skladu sa svim pravilima natjecanja te praćena prijavnicom u kojoj su naznačeni svi traženi podaci.

KVALIFIKACIJSKI PERIOD

- **I. skupina: *Media Neutral***

Kvalifikacijski period za kategorije u skupini I. *Media Neutral* obuhvaća razdoblje od 1. siječnja 2018. do 4. ožujka 2019.

- **II. skupina: *Craft***

Za sve kategorije u skupini II. *Craft* kvalifikacijski period obuhvaća razdoblje od dviju godina, preciznije, razdoblje od 1. siječnja 2017. do 4. ožujka 2019.

Prijavni period za obje skupine otvoren je do **4. ožujka**, a projekte je iznimno moguće predati najkasnije do **10. ožujka** (*last minute*), što je ujedno posljednji prijavni rok koji se **neće** više produljivati.

U svim kategorijama obje skupine konkurirati mogu cjelovite kampanje, kao i pojedinačni radovi. Budući da se unutar skupine II. *Craft* vrednuju specifični aspekti djela tržišnog komuniciranja, iznimno je, isključivo unutar skupine II. *Craft*, dozvoljeno prijaviti projekte koji su već sudjelovali na IdejaX natjecanju, pod uvjetom da odgovaraju kvalifikacijskom periodu te definiciji kategorija unutar skupine II. *Craft*.

Na nacionalnom kreativnom natjecanju agencija IdejaX ne mogu sudjelovati adaptirani radovi internacionalnih kampanja. Isto vrijedi za radove koji krše tuđa autorska prava, važeće zakone i kodekse u Republici Hrvatskoj. Prijavitelj koji ne bude poštovao ova pravila, prema odluci Uprave HURA-e, može biti suspendiran od daljnjeg sudjelovanja na natjecanju u razdoblju od jedne do tri godine. Ako se naknadno utvrdi da nagrađeni rad krši pravila natjecanja, nagrada će biti oduzeta, a informacija o tome prosljeđena javnosti koja je bila obaviještena o dodjeljivanju nagrade.

Primljena prijava smatra se konačnom te se podaci navedeni u njoj ne mogu naknadno mijenjati. Samom prijavom organizatoru je dan pristanak za objavu prijavljenih radova u izvornom obliku za sve potrebe projekta.

Zaštita osobnih podataka od velike nam je važnosti. Svi podaci za kontakt te dodatne informacije koje navedete tijekom postupka prijave na natjecanje IdejaX povjerljive su, a više informacija o tome kako s njima postupamo možete pronaći u [Politici privatnosti](#).

NATJECATELJSKE KATEGORIJE

Kategorije natjecanja IdejaX dijele se na dvije skupine; I. **Media Neutral** i II. **Craft**, od čega *Media Neutral* nagrađuje najbolje na tržištu, a *Craft* najbolje od zanata.

I. MEDIA NEUTRAL

U skupini *Media Neutral* projekti se natječu prema poslovnim kategorijama industrija u kojima djeluju klijenti, čime je iskazan bitan značaj oglašivača na kreativnom natjecanju. Sve projekte koji ne pripadaju niti jednoj od deset (10) poslovnih kategorija u okviru skupine I. *Media Neutral* moguće je prijaviti u kategoriju Razno. Unutar skupine, u svim kategorijama konkurirati mogu cjelovite, integrirane kampanje, kao i pojedinačni, jedinstveni dijelovi unutar kampanje koji predstavljaju jednu ideju (npr. TVC ili TVC serija, print ili serija print oglasa, letak, banner i sl.).

U okviru skupine I. *Media Neutral* projekte je moguće prijaviti unutar 11 kategorija prema poslovnim segmentima:

1. Hrana
2. Alkoholna pića
3. Bezalkoholna pića
4. Trgovina i kućanstvo
5. Moda, zdravlje, ljepota
6. Turizam, kultura i slobodno vrijeme
7. Telekomunikacije
8. Financijske i osiguravajuće usluge
9. Društvene akcije
10. Korporativne komunikacije
11. Razno.

II. CRAFT

Osim što odaje priznanje idejama, *Craft* slavi umjetnost realizacije, posebno pazeći na formu i funkcionalnost. Stoga će projekti prijavljeni u neku od kategorija iz skupine II. morati pokazati svoje umijeće produciranja izvanrednih rješenja koja, zahvaljujući novim, kreativnim tehnikama i vještinama, dovode do inventivne realizacije ideja.

Craft ukazuje i na raznolikost industrije tržišnog komuniciranja nagrađujući tehnike koje se kreću od tradicionalnog printa do novih umjetničkih smjerova i koje su proizašle iz razvoja digitalnog svijeta i tehnologije, omogućujući tako evoluciju krajnjeg proizvoda.

Unutar skupine II. *Craft* projekte je moguće prijaviti u tri kategorije:

1. Digital
2. Film
3. Dizajn.

Digital

U ovoj kategoriji mogu se natjecati: digitalne ilustracije i dizajn, video i pokretna slika, pokretne grafike, dizajn i animacije, glazba i dizajn zvuka, sveukupni estetski digitalni dizajn (kompozicija), UX i dizajn korisničkog iskustva, iskustveni dizajn na više platformi, iskustveni dizajn korištenjem glasa (*voice*), sadržaj (*content*), *storytelling* kroz više kanala, kontekstualni sadržaj u stvarnom vremenu, personalizirani *storytelling* i doživljaj, podaci i umjetna inteligencija (UI), *data* i UI *storytelling*, targetiranje i korištenje u stvarnom vremenu, vizualizacije podataka, vođenje podataka, inovativno korištenje tehnologije, native integracija, integracija *featurea*, tehnološka postignuća u digitalu i nove stvarnosti (korištenje *augmented* i virtualne stvarnosti te *storytelling* kroz iskustvo i doživljaj).

U ovoj će kategoriji natjecatelji morati prikazati kako su u digitalnom kontekstu kreirali dizajn koji se ističe svojom kreativnom vizijom te je u isto vrijeme u potpunosti prilagođen optimalnom korisničkom iskustvu. Kreativna će vrijednost forme projekta stoga biti procjenjivana s obzirom na njegove zvučne i vizualne elemente, kreaciju videosadržaja, novih videoformi, korisničkog iskustva, interakcije s korisnikom i sl. Nagrađuje se i kreativno korištenje sadržaja, usmjerenost na korisnika, *storytelling* višestrukim kanalima, tj. plasiranje i isporuka poruka u digitalnom okruženju. Tehnologija kao platforma kreativnog sadržaja u službi je optimizacije što kvalitetnijeg korisničkog iskustva pa će se stoga vrednovati rješenja poput aplikacija, usluga na zahtjev, načina distribucije sadržaja, *cloud* servisa, automatizacija i korištenje novih mogućnosti mobilnih uređaja. Budući da je kreiranje smislenog i sveobuhvatnog iskustva brenda koje stvara funkcionalnu virtualnu realnost postalo poželjno za svaki brend, funkcionalno korištenje alata koji olakšavaju svakodnevni život ili kreiraju čitav novi svijet zabave također se mogu prijaviti u ovoj kategoriji.

Film

U ovoj kategoriji mogu se natjecati: režija, scenarij, kasting, produkcija i dizajn, art direkcija, kinematografija, montaža i uređivanje, korištenje originalne glazbe, korištenje licencirane/adaptirane glazbe, zvučni dizajn, animacija, vizualni efekti i inovacija u produkciji.

Kategorija Film slavi izvanredna filmska postignuća i vještine te nagrađuje projekte koji se, povrh originalnih ideja, ističu tehničkim vještinama i kvalitetom produkcije. Vizija koja stoji iza scenarija provodi se pomoću bilježaka o uređenju scene, dijaloga, izraza, akcija, preokreta i sličnih spisateljskih tehnika. Uspješnost scenarija u najvećoj mjeri ovisi o tome koliko je ta vizija uspješno prenesena na platno, pri čemu veliku ulogu igra umijeće redatelja, kao i uspješan odabir glumaca – čije je vrednovanje uvjetovano detaljnim opisima. Za filmski su ostvaraj važni i produkcijski dizajn, tj. oblikovanje scene koja će se nadopunjavati sa zbivanjima na njoj, te kvaliteta i vizualno te općenito estetski izvanredni efekti kinematografije – koji su također esencijalno važni kriteriji pri vrednovanju projekta. Kvaliteta završnog produkta ovisi o uspješnosti slaganja, uređivanja i dodatne prilagodbe kadrova, a jedan je od presudnih segmenata originalna glazba koja je sama za sebe umjetničko djelo, a pritom je smisleno uklopljena u filmsko djelo u cjelini. Svi ovi elementi dobro posloženi i kreativno osmišljeni čine kvalitetno filmsko djelo, a vrednovat će se i ukupna realizacija koja proizlazi iz dobro izvedenog stvaralačkog procesa.

Dizajn

U ovoj kategoriji mogu se natjecati: tipografija, art direkcija, ilustracije, fotografija, brend i komunikacijski dizajn, dizajn ambalaže, pakiranje, *outdoor*, print i izdavaštvo.

Kreativno umijeće, talent i vještina potrebni za isporuku predivno izvedenih rješenja te realizacija ideje ključni su segmenti ove kategorije koji će se vrednovati u procesu odabira najboljih rješenja. Dizajn je jedna od najraznovrsnijih kategorija koja omogućuje prijavu različitog spektra tehnika izrade projekata. Dozvoljeno je prijaviti djela tipografije, art direkcije, ilustracije i fotografije koja mogu uključivati identitet brenda kao što su promotivni materijali i različiti brendirani komadi poput dizajna omota i pakiranja te postera ili vanjskih digitalnih ekrana.

Napomena: organizator zadržava pravo rekatégorizacije prijavljenih radova.

NAGRADE I PRIZNANJA

Pobjednicima svake od 11 kategorija **I. skupine Media Neutral** te 3 kategorije **II. skupine Craft** može biti dodijeljena zlatna IdejaX nagrada. Za drugoplasirane i trećeplasirane radove u svakoj kategoriji dodjeljuju se srebrna i brončana IdejaX. Ako radovi u pojedinoj kategoriji imaju niske prosječne ocjene, postoji mogućnost da se dodijeli samo srebrna ili samo brončana nagrada, a moguće je da se u cijeloj kategoriji ne dodijeli ni jedna nagrada. Ako članovi žirija zaključe da u nekim kategorijama postoji više radova koji jednako zaslužuju osvojiti zlatnu odnosno srebrnu te brončanu IdejaX nagradu, dozvoljeno im je dodijeliti više znatnih, srebrnih i brončanih IdejaX nagrada. Radovi koji su proglašeni finalistima natjecanja bit će nagrađeni certifikatom.

AGENCIJA I OGLAŠIVAČ GODINE

Nagrade za Agenciju godine i Oglašivača godine dodjeljuju se prema izračunu osvojenih bodova. Ako je projekt ostvario bodove u obje skupine natjecateljskih kategorija (*I. Media Neutral, II. Craft*), oni će se pribrojiti te zajedno uzeti u obzir prilikom odabira Oglašivača i Agencije godine.

Bodovanje nagrađenih radova

Prema ukupnom zbroju bodova iz obje skupine natjecateljskih kategorija – **I. Media Neutral** i **II. Craft** – organizator dodjeljuje posebne nagrade Oglašivaču godine i Agenciji. Bodovi se računaju samo za najvišu poziciju koju je rad osvojio i nisu kumulativni, što znači da osvajanje nagrade u kategoriji isključuje bodove za finalista, a osvajanje Grand Prix nagrade IdejaX isključuje bodove za niže nagrade tog rada.

- Svaki finalist dobiva 1 bod.
- Brončana IdejaX dobiva 5 bodova.
- Srebrna IdejaX dobiva 10 bodova.
- Zlatna IdejaX dobiva 20 bodova.
- Grand Prix dobiva 30 bodova.

Ako isti rad prijavljuje više agencija (a taj je slučaj poželjno izbjegavati), pri prijavi je potrebno definirati primarnu agenciju kojoj će biti dodijeljeni svi bodovi u slučaju osvajanja nagrada ili statusa finalista na natjecanju.

GRAND PRIX

Grand Prix predstavlja nagradu za izniman rad u godišnjoj produkciji, a za nju će konkurirati svi projekti nagrađeni zlatnom IdejaX nagradom iz obje skupine kategorija (*I. Media Neutral, II. Craft*). Potpuno novim glasovanjem, uz popratnu diskusiju, svi članovi žirija, uključujući oba predsjednika tih žirija koji donose konačnu odluku na temelju glasovanja, odabiru najbolja tri projekta kojima potom dodjeljuju 1, 2 ili 3 boda. Projekt koji među nominiranima sakupi najveći broj bodova osvaja Grand Prix.

Cannes Lions

Projektu koji osvoji Grand Prix nagradu organizatori će honorirati trošak prijave na Cannes Lions natjecanje 2019. godine u jednoj kategoriji. Stoga će pri selekciji naglasak biti na odabiru i nagrađivanju najbolje ideje koja će predstavljati hrvatsku kreativnost u Cannesu. Prijavu za Cannes priprema prijavitelj, a honorirat će je organizator natjecanja IdejaX pod uvjetom da prijavljeni projekt odgovara kvalifikacijskom periodu Cannes Lions 2019. natjecanja te svim njegovim propisanim pravilima koja su dostupna na www.canneslions.com. Trošak prijave ne uključuje kotizaciju za Cannes Lions festival te putne i smještajne izdatke. Nagrada vrijedi isključivo za dobitnika Grand Prix priznanja.

Proglašenje pobjednika IdejeX održat će se u Rovinju u sklopu nacionalnog festivala tržišnog komuniciranja *Dani komunikacija*.

Napomena: dodatni primjerci statua mogu se naručiti po cijeni od 550 kn/kom + PDV.

OCJENJIVANJE I ŽIRI

Ocjenjivanje prijavljenih projekata odvija se u dvama krugovima. Svi projekti koji prođu preSelekciju prolaze u drugi krug te se nazivaju finalistima. S obzirom na specifičnost kategorija natjecanja IdejaX, žiri je podijeljen u dva sastava, od kojih će jedan ocjenjivati sve projekte prijavljene u kategorijama skupine I. *Media Neutral*, a drugi one u kategorijama skupine II. *Craft*.

Projekte iz skupine I. ***Media Neutral*** ocjenjivat će poseban žiri sastavljen od visokokvalificiranih kreativnih direktora, predstavnika najboljih agencija u Hrvatskoj prema plasmanu agencija na rang-listi prethodnog natjecanja. Agencija određuje svog predstavnika, a preporuka je da to bude kreativni direktor čiji je projekt nagrađen na prošlogodišnjem natjecanju IdejaX. Na prvom sastanku članovi žirija konsenzusom biraju predsjednika žirija. Njima se mogu pridružiti i dva predstavnika istaknutih, nagrađivanih kreativnih direktora iz regije i šire. Zbog neutralnosti pridruženi članovi žirija moraju raditi izvan granica Hrvatske te ne smiju dolaziti iz agencije koja već ima svog predstavnika na natjecanju. Kriteriji njihova odabira podrazumijevaju bogato iskustvo u tržišnom komuniciranju, utjecaj u industriji tržišnog komuniciranja, kao i priznanja te nagrade osvojene na regionalnim i svjetskim strukovnim natjecanjima. Budući da se prijave predaju na hrvatskom jeziku, neizostavan preduvjet odabira jest i izvrsno razumijevanje jezika.

Sve projekte u skupini II. ***Craft*** ocjenjivat će poseban žiri sastavljen od devet stručnjaka specijaliziranih za svaku od triju kategorija prijave (digital, dizajn, film). Kriteriji njihova odabira podrazumijevaju da je riječ o utjecajnim i nagrađivanim profesionalcima na međunarodnom i regionalnom polju koji svojim bogatim iskustvom i aktivnim djelovanjem značajno doprinose razvoju industrije u kojoj djeluju, a njihova ekspertiza i generalno znanje podrazumijevaju područje tržišnog komuniciranja ili u njega barem djelomično zalaze. Za žiri skupine II. *Craft* natjecanja IdejaX 2019 nadležan je Organizacijski odbor IdejeX, dok će po proglašenju dobitnika, žiri za nadolazeća natjecanja biti sastavljen prema referentnoj rang-listi najbolje plasiranih na prethodnom natjecanju.

Drugi krug ocjenjivanja bit će održan uživo, što znači da će pristup biti otvoren svim zainteresiranima. S obzirom na dvije skupine kategorija i dva žirija, ocjenjivanje će se odvijati paralelno u dvjema odvojenim dvoranama pod vodstvom moderatora.

Proces ocjenjivanja prijavljenih projekata detaljno je opisan u **Uputama za ocjenjivanje**.

PRIJAVA RADOVA I ROKOVI

Prijave za deveto nacionalno kreativno natjecanje IdejaX otvorene su do 4. ožujka 2019. godine, a projekte će iznimno biti moguće prijaviti do 10. ožujka, što je ujedno i posljednji prijavni rok koji se više neće produljivati. Unutar svake od kategorija sudjelovati mogu svi radovi iz Hrvatske, kao cjelovite kampanje i pojedinačni dijelovi kampanja, koji su objavljeni u razdoblju od 1. siječnja 2018. do 4. ožujka 2019. Iznimno, kvalifikacijski period za kategorije iz Skupine II. *Craft* obuhvaća razdoblje od dviju godina, preciznije, od 1. siječnja 2017. do 4. ožujka 2019. U svim kategorijama obje skupine konkurirati mogu cjelovite kampanje, kao i pojedinačni radovi. Budući da se unutar skupine II. *Craft* vrednuju specifični aspekti djela tržišnog komuniciranja, iznimno je, isključivo unutar skupine II. *Craft*, dozvoljeno prijaviti projekte koji su već sudjelovali na IdejaX natjecanju, pod uvjetom da odgovaraju kvalifikacijskom periodu te definiciji kategorija unutar skupine II. *Craft*.

Radovi se prijavljuju na internetskoj stranici www.danikomunikacija.com, a za sudjelovanje je potrebno:

1. ispuniti *online* prijavnicu u kojoj je potrebno navesti naziv rada, ime agencije i klijenta, kategoriju prijave, strateške partnere i individualna priznanja pojedincima koji su najviše zaslužni za uspjeh rada
2. predati prijavljeni rad u izvornom obliku, bez naknadnih izmjena. Uz sam prijavljeni rad moguće je priložiti opis glavnog izazova *briefa*, a po želji i opis postignutih rezultata.

Prijavljeni rad može biti prezentiran na 2 načina:

1. u obliku videosažetka u trajanju od najviše dvije (2) minute u zadanom formatu (.mp4, minimalne rezolucije 1280 x 720, veličine do 170 MB)
2. kao .PDF dokument, ako je rad takav da ne zahtijeva videosažetak

U oba slučaja, zbog neutralnosti ocjenjivanja, nigdje u prijavnom materijalu nije dopušteno navođenje podataka o agenciji ili autorima rada. Prijave i videosažeci moraju biti na hrvatskom jeziku ili sadržavati titlove na hrvatskom jeziku.

3. predati glavni vizual kampanje za korištenje u promidžbene svrhe u formatu .jpg/.jpeg (*preporučeno A4*), minimalne rezolucije 300 dpi, do 5 MB veličine.

Na natjecanju mogu konkurirati cjelovite, integrirane kampanje te pojedinačni, jedinstveni dijelovi unutar kampanje koji predstavljaju jednu ideju (npr. TVC ili TVC serija, print ili serija print oglasa, letak, *banner* i sl.).

Sve vrste oglasa (TV spotovi, radijski oglasi i dr.) treba obvezno prijaviti u izvornom obliku bez naknadnih izmjena, a sredstva interaktivne komunikacije trebaju biti praćena aktivnom mrežnom adresom. Sredstva izravne komunikacije mogu biti dostavljena i u materijalnom obliku kako bi ih članovi žirija, po želji, mogli razgledati pri žiriranju.

PLAĆANJE PRIJAVA

Kako bi bila važeća, prijavu je potrebno u zadanom roku predati putem obrasca na internetskoj stranici www.danikomunikacija.com. Uplatu je potrebno izvršiti u zadanom roku, a radovi za koje uplata nije podmirena najkasnije do **13. ožujka 2019.** neće se moći natjecati.

Cijena prijave na natjecanje IdejaX po projektu iznosi:

- **redovni prijavni rok do 4. ožujka:** 1.199 kn + PDV;
- **kasni prijavni rok (*last minute*) do 10. ožujka:** 1.399 kn + PDV.

Za članove HURA-e cijena prijave po projektu iznosi:

- **redovni prijavni rok do 4. ožujka:** 799 kn + PDV;
- **kasni prijavni rok (*last minute*) do 10. ožujka:** 999 kn + PDV.

Za pitanja i dodatne informacije obratite nam se na e-mail adresu: info@danikomunikacija.com.

PRILIKOM OCJENJIVANJA PROJEKATA ČLANOVI ŽIRIJA VODE SE SLJEDEĆIM KRITERIJIMA:

- **Kriterij atraktivnosti.** IdejaX nagrađuje radove koji su drukčiji od uobičajenog, koji su posebni i uzbudljivi, osobito nove, domišljate i neočekivane kreativne koncepte.
- **Kriterij medijske neutralnosti.** IdejaX vrednuje idejnu i izvedbenu kvalitetu bez obzira na medij u kojem je rad realiziran (podrazumijeva se da idejno i izvedbeno rješenje uvažava specifičnosti pojedinog medija).
- **Kriterij izvornosti.** IdejaX daje prednost radovima koji nisu reciklirali postojeće ideje ili kreativne koncepte. Izravni plagijati nastoje se prepoznati i diskvalificirati.
- **Kriterij relevantnosti ideje.** IdejaX vrednuje u kolikoj je mjeri korišteni kreativni koncept uvjerljiv ciljnoj skupini te nagrađuje radove koji su u navedenom smislu relevantni i ostvaruju potrebnu razinu uvjerljivosti.
- **Kriterij tržišnih specifičnosti.** IdejaX, kao nacionalni festival, valorizira radove uvažavajući specifičnosti domaćeg tržišta (tržišna pozicija i obilježja brenda, posebnosti tržišne kategorije, obilježja ciljnih skupina, konkurentskog okruženja i sl.).
- **Kriterij tržišne relevantnosti.** Žiri uzima u obzir i zahtjevnost komuniciranja u pojedinoj tržišnoj kategoriji te preferira radove koji ostvaruju tržišni utjecaj u konkurentnom tržišnom natjecanju nasuprot radovima niske razine konkurentnog okruženja.