

I. Natjecateljske kategorije

Pojedinačni radovi koji predstavljaju jednu ideju (pr. TVC ili TVC serija, print ili serija print oglasa, letak, *banner*, itd.) prijavljuju se unutar 11 navedenih kategorija prema poslovnim segmentima:

1. Hrana
2. Piće (alkoholno i bezalkoholno)
3. Trgovina i kućanstvo
4. Moda, zdravlje, ljepota
5. Turizam, kultura i slobodno vrijeme
6. Transport i auto-moto industrija
7. Telekomunikacije
8. Mediji i izdavaštvo
9. Financijske i osiguravajuće usluge
10. Društvene akcije
11. Korporativne komunikacije (radove samopromocije nije dozvoljeno prijaviti)

Kampanje (cjelovite/integrirane – koje ideju komuniciraju kroz najmanje tri masovna medijska kanala) mogu se prijaviti isključivo unutar 12. kategorije:

12. Najbolja (cjelovita) kampanja

Napomena: organizator zadržava pravo rekategorizacije prijavljenih radova.

Posebna priznanja mogu se dodijeliti pojedincima u sljedećim kategorijama:

- Najbolja izvedbena vještina/produkcija ili upotreba tehnologije u nekom oglasnom sredstvu
- Najbolji dizajn i *art direction*
- Najbolji *copywriting*

Nakon pregleda svih natjecateljskih radova, članovi žirija imat će mogućnost usmeno predložiti i usuglasiti se oko dodjele dodatnih posebnih priznanja pojedincima.

II. Sudjelovanje

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

- kreativni proizvod tvrtki registriranih na području Hrvatske, a 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 periodu od 10. ožujka 2017. do 20. ožujka 2018. tako 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;
- prijavljena u periodu od 24. siječnja 2018. do 20. ožujka 2018. i za koje je organizator primio uplatu do propisanog roka.

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 RH. Prijavitelj koji neće poštovati ova pravila, prema odluci Uprave HURA-e, može biti suspendiran od daljnjeg sudjelovanja na natjecanju na jednu 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.

Kontaktne podatke i informacije navedene tijekom postupka prijave bit će korišteni za obavještanje natjecatelja o projektu.

III. Nagrade i priznanja

Radovi koji su proglašeni finalistima natjecanja bit će nagrađeni certifikatom.

Pobjednicima u svakoj od 12 kategorija bit će dodijeljena jedna zlatna IdejaX nagrada po pobjedničkom radu.

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 niti jedna nagrada.

Dodatni primjerci statua mogu se naručiti po cijeni od 550 kn/kom + PDV.

Pojedincima nagrađenim u kategorijama posebnih priznanja bit će dodijeljeni posebni certifikati.

Nagrade za Agenciju godine i Oglašivača godine dodjeljuju se prema izračunu osvojenih bodova.

Grand Prix predstavlja nagradu za izniman rad u godišnjoj produkciji i bit će dodijeljen ako se žiri usuglasi da je pojedini rad zaslužio to posebno priznanje.

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

IV. Organizacijski odbor

S primarnom zadaćom unapređenja kvalitete i rasta hrvatskog nacionalnog kreativnog natjecanja IdejaX, osnovan je Organizacijski odbor IdejeX.

Članovi Organizacijskog odbora su nekadašnji i aktualni predsjednici Uprave HURA-e te nekadašnji i aktualni predsjednici IdejaX natjecanja, pod uvjetom da su njihove agencije još uvijek u članstvu HURA-e te da u odboru nema više od jednog predstavnika iz iste agencije. U radu Organizacijskog odbora sudjeluje i direktor festivala. Po odluci odbora, isti može biti proširen i drugim stručnjacima koji bi svojim znanjem i iskustvom mogli doprinijeti napretku natjecanja.

U odgovornosti Organizacijskog odbora IdejaX natjecanja spadaju briga za pravilnik i njegove izmjene, žiri i žiriranje IdejeX te ostale aktivnosti i teme vezane uz osmišljavanje i provedbu natjecanja. Osim što je nadležan za sve sporove i odluke vezane uz IdejaX natjecanje, Organizacijski odbor također izabire novi institut nadzornika žiriranja, u skladu s kriterijima struke.

Glavna odgovornost nadzornika žiriranja, predstavnika odbora na žiriranju, jest brinuti o provođenju pravilnika te osigurati neutralnost na žiriranju. Prema uzoru žiriranja na Cannes Lions, Eurobest, SOF i drugim festivalima, zadaća je nadzornika omogućiti neutralno ocjenjivanje i kvalitetan odabir pobjednika.

Nadzornik u procesu žiriranja ima svojevrsnu ulogu korektiva. Tijekom javnog ocjenjivanja, ocjene za svaki pojedini projekt javno su objavljene među članovima žirija na glavnom ekranu u dvorani u kojoj se žirira. U slučaju višestrukog odstupanja ocjena pojedinog člana žirija, bilo u smjeru minimalne ili maksimalne ocjene, dužnost je nadzornika spomenutog člana žirija opomenuti. U protivnom je moguće da ocjene samo jednog člana žirija u potpunosti odluče o rezultatima ocjenjivanja ili da nemaju nikakvog utjecaja na iste, a rezultat žiriranja IdejeX ne smije i ne može biti negativna selekcija kojom nagrade odnose oni projekti koji nisu penalizirani ocjenama.

U slučaju zanemarivanja nadzornikovih upozorenja za korigiranjem ocjena te višestrukih opomena članu žirija, nadzornik ima pravo člana žirija udaljiti s natjecanja ili zanemariti njegove ocjene za pojedini projekt.

IV. Žiri

Članovi žirija IdejeX 2018. su visokokvalificirani kreativni direktori, predstavnici najboljih agencija u Hrvatskoj prema plasmanu agencija na rang listi prethodnog natjecanja. Na prvom sastanku članovi žirija konsenzusom biraju predsjednika žirija.

V. Ocjenjivanje

Izbor nagrada i finalista po kategorijama natjecanja

Predseleksijski krug žiriranja održava se tako da svi članovi žirija nekoliko dana prije drugog kruga žiriranja zaprime korisnička imena i zaporke pomoću kojih pristupaju serveru na kojem putem IdejaX sučelja ocjenjuju radove.

U prvom, predseleksijskom krugu žiriranja, članovi žirija pregledavaju sve prijavljene radove te glasovima DA ili NE rade predselekciju prijave. Svi radovi koji imaju više od 50 % ocjena DA prolaze u drugi krug te se nazivaju finalistima.

U drugom, seleksijskom krugu glasovanja, žiri ponovno pregledava radove koji su prošli predselekciju te ih ocjenjuje s ocjenama od 1 do 10. Paralelno, članovi žirija osobno nominiraju radove za pojedine kategorije posebnih priznanja.

Pobjedu u kategoriji odnosi rad koji je među finalistima u kategoriji osvojio najveći broj bodova, uz uvjet da je prešao minimalni bodovni prag od 6.5 bodova za zlatnu IdejuX.

Drugoplasirani rad automatski dobiva srebrnu IdejuX, a trećeplasirani brončanu IdejuX.

Radovi koji su u seleksijskom krugu žiriranja osvojili nagrade ulaze na listu 5 najboljih radova natjecanja, među kojima članovi žirija ponovnim glasanjem odabiru Grand Prix pobjednika. Grand Prix osvaja najbolje ocijenjeni rad s liste 5 najboljih radova.

Ocjenjivanje se provodi računalno uz unaprijed pripremljenu aplikaciju za ocjenjivanje (koja simultano izračunava prosječne ocjene) te digitalne projekcije svih radova i ocjena danih po kategorijama. Od ocjenjivanja se u oba kruga suzdržavaju članovi žirija na bilo koji način povezani s radom o kojem se glasuje, što uređuje organizator na osnovu prijave te članovi žirija koji su vlasnički, interesno ili na neki drugi način povezani s natjecateljskim tvrtkama.

Sustav će biti podešen tako da svaki član žirija prvo mora pogledati sve radove u pojedinoj kategoriji, a onda može pristupiti ocjenjivanju.

Glasovanje članova žirija je javno, što znači da članovi žirija nakon što ocijene pojedinu kategoriju mogu vidjeti tko je i kako ocijenio pojedine radove.

Nakon što vidi glasove, svaki član žirija ima pravo, a maksimalno 2 puta tijekom glasovanja, zatražiti od predsjednika žirija da, iz bilo kojeg razloga, neki rad stavi ponovno na glasovanje.

Predsjednik žirija odlučuje o tome ide li se u tim slučajevima na ponovno glasovanje koje može voditi i prema diskvalifikaciji pojedinog rada.

Glasovanje članova žirija je javno među članovima žirija na način da nakon što članovi žirija ocijene pojedinu kategoriju, na ekranu zajedno s nadzornikom žiriranja mogu vidjeti tko je i kako ocijenio pojedine radove. Pri ocjenjivanju se najviša i najmanja ocjena ne brišu automatski, već postoji ljudski korektiv (nadzornik) koji vodi računa o većim odstupanjima u kontinuitetu. To znači da se izdvojeni slučajevi, u kojima samo jedan član žirija vrlo visokom ili vrlo niskom ocjenom u odnosu na prosjek ostalih članova žirija ocijeni pojedini projekt, ne smatraju disruptivnima. No, u slučaju većih i češćih odstupanja, odgovornost je nadzornika žiriranja upozoriti pojedinog člana žirija na ista.

Ovaj korektiv uveden je kako bi se izbjegao slučaj da ocjene jednog člana žirija u potpunosti odluče o rezultatima tj. pobjednicima ili da nemaju nikakvog utjecaja na iste, jer rezultat žiriranja IdejeX ne smije i ne može biti negativna selekcija kojom nagrade odnose projekti koji nisu penalizirani ocjenama žirija.

Žiri treba paziti da se izbjegnu slučajevi u kojem radovi koji pobjeđuju u kategoriji *Cjelovita kampanja* pojedinim dijelovima cjelovite kampanje dobivaju nagrade u 11 ostalih kategorija.

Žiri može raspravljati pri dodjeli svih nagrada. Odluke o kojima se raspravljalo imaju veću težinu od jednostavne aritmetičke sredine ocjena, čime se može ispraviti izbor pobjednika u pojedinim kategorijama.

Ako nagrade ne budu dodijeljene u većini kategorija, žiri ima diskrecijsko pravo prilagoditi bodovni prag natjecanja ili dodijeliti samo srebrnu i brončanu IdejuX ili čak samo brončanu IdejuX.

Napomena: Za razliku od dosadašnjih godina, ne brišu se najniža i najviša ocjena.

VI. Diskvalifikacija

Članovi žirija u prvom krugu ocjenjivanja mogu predati prijedloge za diskvalifikaciju nekog od prijavljenih projekata u obliku komentara u online sustavu za žiriranje. Prijedlog za diskvalifikaciju mora biti konkretan i argumentiran. Kako bi se izbjeglo utjecanje na ocjene, članu žirija koji predaje prijedlog za diskvalifikaciju, NIJE dopušteno diskvalifikaciju spominjati niti isticati pred drugim članovima žirija (a niti dalje, s obzirom na tajnost žiriranja).

Po završetku prvog kruga, a u slučaju prolaska projekta u drugi krug, organizator natjecanja kontaktirat će prijavitelja s molbom za argumentacijom, nastavno na zaprimljeni upit za diskvalifikaciju.

Tek po završetku ocjenjivanja u drugom krugu žiriranja, nadzornik žirija ostalim članovima iznijet će prijedlog za diskvalifikaciju te argumentaciju prijavitelja, nakon čega će članovi žirija većinskim glasovanjem donijeti odluku o eventualnoj diskvalifikaciji. Ako dođe do izjednačenja, glas predsjednika žirija računa se duplo.

U slučaju da projekt ne bude diskvalificiran s natjecanja, članovima žirija nije dopušteno naknadno mijenjati svoju ocjenu za taj projekt slijedom činjenica da prijedlog za diskvalifikaciju nije prihvaćen pa taj projekt zbog neutemeljenog prijedloga za diskvalifikaciju nije dopušteno penalizirati.

VII. Bodovanje nagrađenih radova

Prema ukupnom zbroju bodova, 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.

Bodovi se ne dodjeljuju za posebna priznanja.

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

Napomena: Za razliku od dosadašnjih godina cjelovita kampanja nosi isti broj bodova kao i ostale kategorije.

VIII. Prijava radova i rokovi

Prijave za osmo po redu nacionalno kreativno natjecanje IdejaX otvorene su od 24. siječnja do 20. ožujka 2018. godine. Sudjelovati mogu svi radovi iz Hrvatske koji su u objavljeni u razdoblju od 10. ožujka 2017. do 20. ožujka 2018.

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 3 minute u zadanom formatu (.mp4, minimalne rezolucije 1280 x 720, veličine do 170 MB).

Za radove koji konkuriraju u kategoriji *Najbolja cjelovita kampanja* dopušteno trajanje videosažetka je dulje i iznosi 4 minute,

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 natjecanje je moguće prijaviti pojedinačne radove (ili radove u seriji) poput TV i kinospotova, novinskih oglasa, vanjskih oglasa, radijskih oglasa, sredstava izravne komunikacije, sredstava interaktivne komunikacije, *evente*, nestandardne upotrebe medija ili upotrebe nestandardnih medija, dok je integrirane kampanje moguće prijaviti ISKLJUČIVO u posebnoj kategoriji *Najbolja cjelovita kampanja*. 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 27. ožujka 2018. neće se moći natjecati.

Redovna cijena prijave po radu iznosi 1.199 kn + PDV, a za članove HURA-e cijena iznosi 799 kn + PDV.

Za pitanja i dodatne informacije, obratite nam se putem e-mail adrese: info@danikomunikacija.com.

Kriteriji o kojima žiri vodi računa prilikom ocjenjivanja radova

- **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 već 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 branda, 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 radova niske razine konkurentnog okruženja.