



PRAVILNIK 2020.

IdejaX nacionalno je natjecanje u kreativnosti na kojem se već deset godina uspješno natječu agencije sa svojim kreativnim idejama.

Organizirana pod okriljem Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA), IdejaX nagrađuje najoriginalnije i jedinstvene ideje koje pomiču granice. Na ovom natjecanju u kreativnosti uspješno se 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

Kvalifikacijski period obuhvaća razdoblje od **1. siječnja 2019. do 2. ožujka 2020.**

Prijavni period za obje skupine otvoren je do **2. ožujka**, a projekte je iznimno moguće predati najkasnije do **9. 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.

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. *Best on Market* i II. *Best of Ad-Making*, od kojih *Best on Market* nagrađuje najbolje ideje, a *Best of Ad-Making* najbolje od zanata u službi izvedbe ideje na području tržišnih komunikacija.

I. BEST ON MARKET

U skupini *Best on Market* 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. *Best on Market* 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. *Best on Market* 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. BEST OF AD-MAKING

Osim što odaje priznanje idejama, *Best of Ad-Making* slavi umjetnost realizacije, posebno pazeći na formu i funkcionalnost, no uvijek u službi ostvarenja ideje. 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.

Best of Ad-Making 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. *Best of Ad-Making* projekte je moguće prijaviti u tri kategorije:

1. Digital
2. Film
3. Dizajn.

Digital

U ovoj će kategoriji natjecatelji morati prikazati kako su u digitalnom kontekstu kreirali rješenja koja se ističu svojom kreativnom vizijom te su u isto vrijeme u potpunosti prilagođena optimalnom korisničkom iskustvu.

Kreativna će vrijednost forme projekta ujedno biti procjenjivana s obzirom na njegove zvučne i vizualne elemente, kreaciju videosadržaja, novih videoformi, korisničkog iskustva, interakcije s korisnikom i sl., no uvijek u službi izvedbe ideje. Nagrađuje se i kreativno korištenje sadržaja, usmjerenost na korisnika, *storytelling* višestrukim kanalima, tj. plasiranje i isporuka poruka u digitalnom okruženju.

Film

Kategorija Film slavi izvanredna filmska i video postignuća te vještine, a nagrađuje projekte koji se, povrh originalnih ideja, ističu tehničkim vještinama i kvalitetom produkcije. U kontekstu kategorije bit će vrednovana i ukupna realizacija koja proizlazi iz dobro izvedenog stvaralačkog procesa, uvijek u službi izvedbe ideje.

Dizajn

U ovoj kategoriji, kod prenošenja vizualne i verbalne poruke u kontekstu šire komunikacijske platforme, u službi izvedbe ideje vrednuju se kreativno umijeće, talent i vještina potrebni za isporuku izvedbenih dizajnerskih rješenja.

U svojim prijavama za navedene kategorije skupine II. *Best of Ad-Making*, bilo da su iste u formi videosažetka ili .pdf dokumenta, prijavitelji trebaju izričito navesti i opisati specifičnosti zanatskih rješenja korištenih u projektima koje prijavljuju kako bi članovi žirija mogli na iste obratiti posebnu pozornost. Navedeno može podrazumijevati dizajn zvuka, korištenje originalne glazbe, inovacija u produkciji ili ostale, slične elemente.

Napomena: organizator zadržava pravo rekategorizacije prijavljenih radova.

NAGRADE I PRIZNANJA

Pobjednicima svake od 11 kategorija I. skupine *Best on Market* te 3 kategorije II. skupine *Best of Ad-Making* 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 zlatnih, srebrnih i brončanih IdejaX nagrada. Radovi koji su proglašeni finalistima natjecanja bit će nagrađeni certifikatom.

AGENCIJA I OGLAŠIVAČ GODINE IDEJAX NATJECANJA

Nagrade za Agenciju i Oglašivača godine IdejaX natjecanja dodjeljuju se prema izračunu osvojenih bodova. Ako je projekt ostvario bodove u obje skupine natjecateljskih kategorija (*I. Best on Market, II. Best of Ad-Making*), oni će se pribrojiti te zajedno uzeti u obzir prilikom odabira Agencije i Oglašivača godine IdejaX natjecanja.

Bodovanje nagrađenih radova

Prema ukupnom zbroju bodova iz obje skupine natjecateljskih kategorija – **I. Best on Market** i **II. Best of Ad-Making** – organizator dodjeljuje posebne nagrade Agenciji i Oglašivaču godine IdejaX natjecanja. 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 IdejeX 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. Best on Market, II. Best of Ad-Making*). Uzimajući u obzir kriterije za vrednovanje i odabir najboljih projekata jasno definirane ovim pravilnikom, potpuno novim glasovanjem, uz popratnu diskusiju, članovi žirija obje natjecateljske skupine, 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, a ukoliko žiri smatra da unutar selekcije ne postoji rad koji zaslužuje navedenu nagradu, moguće je da se usprkos zbroju bodova ne dodijeli Grand Prix.

S ciljem još veće neutralnosti u ocjenjivanju i biranju najboljeg projekta natjecanja, iz glasovanja za Grand Prix isključuju se članovi žirija koji su ujedno autori projekata u konkurenciji za Grand Prix ili su s istima interesno povezani.

Cannes Lions

Projekt koji osvoji Grand Prix nagradu organizatori će honorirati trošak prijave nagrađenog rada na Cannes Lions natjecanje 2020. godine u jednoj kategoriji te mu osigurati jednu kotizaciju za sudjelovanje na spomenutom festivalu. Prijavu za Cannes priprema prijavitelj, a honorirat će je organizator natjecanja IdejaX pod uvjetom da prijavljeni projekt odgovara kvalifikacijskom periodu Cannes Lions 2020. natjecanja te svim njegovim propisanim pravilima koja su dostupna na www.canneslions.com. Trošak prijave i kotizacija za sudjelovanje ne uključuju 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 IdejaX statua mogu se naručiti po cijeni od 550 kn/kom + PDV.

O CJENJIVANJE I ŽIRI

Ocjenjivanje prijavljenih projekata odvija se u dva kruga. Svi projekti koji prođu predselekciju prolaze u drugi krug te postaju 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. *Best on Market*, a drugi one u kategorijama skupine II. *Best of Ad-Making*.

Projekte iz skupine I. *Best on Market* ocjenjivat će poseban žiri sastavljen od visokokvalificiranih kreativnih direktora. Odabir članova žirija oslanjat će se na predstavnike najboljih agencija u Hrvatskoj prema referentnoj rang-listi skupine I. *Best on Market* prethodnog natjecanja, a Organizacijski odbor natjecanja zadržava pravo prijedloga i odabira, ukoliko se za to pokaže potreba.

Agencija određuje svog predstavnika, uz preporuku da to bude kreativni direktor čiji je projekt nagrađen na prošlogodišnjem natjecanju IdejaX. Članovima žirija ove skupine mogu se 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 među članovima žirija. 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. *Best of Ad-Making* ocjenjivat će poseban žiri sastavljen od devet stručnjaka specijaliziranih za svaku od triju kategorija prijave (digital, dizajn, film) prema prijedlogu Organizacijskog odbora IdejeX. S obzirom na specifičnost natjecateljske skupine te s ciljem odabira kandidata koji unose svježinu i nove perspektive u samo natjecanje, 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. Također, pri odabiru kandidata potrebno je voditi računa o tome da kandidati ne dolaze iz agencije koja već ima svog predstavnika među članovima žirija skupine I. *Best on Market*.

Na prvom sastanku članovi žirija svake od skupina konsenzusom biraju predsjednika svog žirija.

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**.

KRITERIJI

Prilikom ocjenjivanja te odabiru najboljih projekata IdejaX natjecanja članovi žirija vode se sljedećim kriterijima koji su podijeljeni u četiri skupine: *kriterij kreativne relevantnosti ideje*, *kriterij tržišne relevantnosti ideje*, *kriterij medijske neutralnosti ideje* i *kriterij kvalitete izvedbe ideje*.

1. Kriterij kreativne relevantnosti ideje

U obje skupine kategorija IdejaX nagrađuje originalne kreativne koncepte koji se odlikuju izvornošću, atraktivnošću i uvjerljivošću. Izvornima se smatraju projekti koji su autentični, ne recikliraju postojeće ideje ili kreativne koncepte, a izravni plagijati nastoje se prepoznati i diskvalificirati. Atraktivnost znači da projekti u oglašavanje unose svježinu, drugačiji su od uobičajenog, domišljati, posebni i uzbudljivi. Uvjerljivost podrazumijeva u kolikoj je mjeri korišten kreativni koncept uvjerljiv ciljnoj skupini te se nagrađuju projekti koji su u navedenom smislu relevantni i ostvaruju potrebnu razinu uvjerljivosti.

2. Kriterij tržišne relevantnosti ideje

Ideja ne može sama sebi biti svrhom, već je važno da je ista tržišno utemeljena. Prilikom odabira najboljih projekata, 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 tržišne relevantnosti. IdejaX, kao nacionalno natjecanje u kreativnosti, vrednuje radove uvažavajući specifičnosti domaćeg tržišta – tržišnu poziciju i obilježja brenda, posebnosti tržišne kategorije, obilježja ciljnih skupina i konkurentskog okruženja i sl.

3. Kriterij medijske neutralnosti ideje

IdejaX vrednuje idejnu i izvedbenu kvalitetu bez obzira na medij u kojem je projekt realiziran, a podrazumijeva se da idejno i izvedbeno rješenje uvažavaju specifičnosti pojedinog medija.

4. Kriterij kvalitete izvedbe ideje

Vrednuje se izvedbena kvaliteta, no uvijek promatrana u odnosu na ideju. U IdejaX natjecanju izvedbena kvaliteta sama po sebi nije dovoljna, ukoliko nije u službi ideje te ako je ona manjkava, banalna, ili je čak i nema.

PRIJAVA RADOVA I ROKOVI

Prijave za deseto nacionalno kreativno natjecanje IdejaX otvorene su do 2. ožujka 2020. godine, a projekte će iznimno biti moguće prijaviti do 9. ožujka, što je ujedno i posljednji prijavni rok koji se više neće produljivati. Unutar svake od kategorija, u obje skupine, sudjelovati mogu svi radovi iz Hrvatske, kao cjelovite kampanje i pojedinačni dijelovi kampanja, koji su objavljeni u razdoblju od 1. siječnja 2019. do 2. ožujka 2020.

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 500 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.

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 2020.** neće se moći natjecati.

Cijena prijave na natjecanje IdejaX po projektu iznosi:

- **redovni prijavni rok do 2. ožujka:** 1.199 kn + PDV;
- **kasni prijavni rok (*last minute*) do 9. ožujka:** 1.399 kn + PDV.

Za članove HURA-e cijena prijave po projektu iznosi:

- **redovni prijavni rok do 2. ožujka:** 799 kn + PDV;
- **kasni prijavni rok (*last minute*) do 9. ožujka:** 999 kn + PDV.

KONTAKT

Za sve dodatne informacije i pitanja u vezi s uvjetima prijavljivanja, podnošenjem materijala i sl. slobodno nas kontaktirajte na:

Silvija Kovačić, Voditeljica natjecanja
+385 99 389 1550
silvija.kovacic@hura.hr

Hanna Kunić, Koordinatorica natjecanja
+385 99 368 1787
hanna.kunic@hura.hr