



## PRAVILNIK 2023.

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

Organizirana pod okriljem Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA!-e) u okviru nacionalnog festivala oglašavanja Dani komunikacija, **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, a na natjecanju su dobrodošli i projekti samostalnih umjetnika.

Mi to odavno znamo, ali i cijelo društvo sve više osvještava – utjecaj komunikacijske industrije na svakodnevicu neporeciv je, velik i važan. Poruke koje svakodnevno kreiramo svuda su oko nas – u fizičkim i virtualnim prostorima – te nas usmjeravaju i mijenjaju. Komunikacijska industrija ima moć predvođenja promjena, a neke su od njih održivi(ji) život, kvalitetniji pogled na življenje, odgovornost prema drugima i sebi pretočena u brojne akcije. Upravo je zato od ove godine IdejeX bogatija za jednu skupinu – **IV. Best of Positive Change**. Prijavite svoje društveno odgovorne projekte i pokažite nam kako vi mijenjate svijet!

Detaljne informacije o natjecanju možete pronaći u ovom pravilniku, a vijesti pratiti na stranici [www.danikomunikacija.com](http://www.danikomunikacija.com).

## SUDJELOVANJE

**Kvalifikacijski period** obuhvaća razdoblje od 24. veljače 2022. do 5. ožujka 2023.

**Prijavni period** za sve skupine otvoren je do 5. ožujka 2023.

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

- kreativni proizvodi pravnih osoba ili samostalnih umjetnika 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, čime, 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.

**U svim kategorijama** svih skupina konkurirati mogu cjelovite kampanje, kao i pojedinačni radovi.

Na nacionalnom kreativnom natjecanju IdejaX ne mogu sudjelovati adaptirani radovi međunarodnih 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.

## NATJECATELJSKE KATEGORIJE

Kategorije natjecanja IdejaX 2023. dijele se na četiri skupine:

- |      |   |
|------|---|
| I.   | <b>Best on Market</b> , u kojoj se nagrađuju najbolje ideje u 13 poslovnih kategorija,  |
| II.  | <b>Best of Ad-Making</b> , u kojoj se nagrađuje najbolja izvedba (craft) u službi ideje na području tržišnih komunikacija i   |
| III. | <b>Best Branding &amp; Rebranding</b> , skupinu kategorija u kojima se nagrađuju najbolje kreacije novog brandinga ili vizualnog identiteta, kao i rebranding postojećeg. |
| IV.  | <b>NOVO: Best of Positive Change</b> , skupinu u kojoj nagrađujemo najbolje društveno odgovorne projekte, odnosno moć kreativnosti u službi pozitivne promjene u svijetu. |

## SKUPINA 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 ni jednoj od 12 poslovnih kategorija u okviru skupine I. *Best on Market* moguće je prijaviti u 12. 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 12 kategorija:

1. Hrana
2. Alkoholna pića
3. Bezalkoholna pića
4. Telekomunikacijske usluge
5. Financijske i osiguravajuće usluge
6. Maloprodaja
7. Zdravlje i farmacija
8. Kućanstvo
9. Moda i ljepota
10. Turizam, kultura i slobodno vrijeme
11. Korporativne komunikacije
12. Razno\*

*\*Organizator zadržava pravo rekategorizacije prijavljenih radova.*

## SKUPINA II. BEST OF AD-MAKING

Osim što odaje priznanje idejama, *Best of Ad-Making* slavi umjetnost realizacije, tj. izvedbu (craft), posebno pazeći na formu i funkcionalnost, no uvijek u službi ostvarenja ideje. Stoga će projekti prijavljeni u nekoj 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: **Digital**, **Film** i **Dizajn**.

### 1. 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 prijavljenog projekta ujedno biti procjenjivana u cijelosti ili s naglaskom na njegove elemente, no uvijek u službi izvedbe ideje. Nagrađuje se kreativnost u digitalnom okruženju.

### 2. Film

Kategorija Film slavi izvanredna filmska i videopostignuća 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.

### 3. Dizajn

U ovoj kategoriji, pri prenošenju 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.

**VAŽNO:** U svojim prijavama za navedene kategorije skupine II. *Best of Ad-Making*, bilo da su u formi videosažetka ili .pdf dokumenta, prijavitelji trebaju izričito navesti i opisati specifičnosti zanatskih, tj. izvedbenih rješenja korištenih u projektima koje prijavljuju kako bi članovi žirija mogli na njih obratiti posebnu pozornost. Primjerice, ako je u fokusu prijave izvanredna animacija, u prijavi treba navesti da žiri upravo na nju treba obratiti posebnu pozornost. Navedeno može podrazumijevati razne zvučne i vizualne elemente, kreaciju videosadržaja, novih videoformi, korisničkog iskustva, interakcije s korisnikom i UX, kreativnost pri stvaranju contenta i njegovo kreativno korištenje, korištenje umjetne inteligencije, storytelling višestrukim kanalima, videoprodukciju, postprodukciju, dizajn zvuka, korištenje originalne glazbe, inovaciju u produkciji, segmente web-stranice, ilustraciju, animaciju, tipografiju, art direkciju, kreativnu upotrebu tehnologije i razne druge elemente. Taj opis, koji je osim u prijavnim materijalima potrebno navesti i u za to namijenjenom dijelu prijavnice, tijekom žiriranja bit će vidljiv članovima žirija.

### SKUPINA III. BEST BRANDING & REBRANDING

U skupini III. nagrađuju se najbolji projekti koje je moguće prijaviti unutar dvije kategorije: Branding i Rebranding.

#### 1. Branding

U kategoriji Branding za nagradu konkuriraju svi projekti stvaranja i oblikovanja novog branda ili vizualnog identiteta (imena, simbola ili dizajna) određenog proizvoda, usluge ili organizacije kojim se stvara slika o njima u svijesti potrošača.

#### 2. Rebranding\*

U kategoriji Rebranding nagrađuje se djelomičan ili potpuni redizajn identiteta postojećeg proizvoda, usluge ili organizacije.

*\* **VAŽNO:** Prilikom prijave u kategoriji Rebranding obavezno je navesti primjer brandinga koji je mijenjan radi usporedbe s novim rješenjem.*

Projektima u ovoj skupini mogu biti dodijeljene zlatne, srebrne i brončane nagrade u obje kategorije, a natječu se sukladno svim pravilima koja vrijede za prvu i drugu skupinu. Jednako tako, svi osvojeni bodovi u ovoj skupini zbrajaju se u rang-listama najkreativnijih u zemlji u protekloj godini te ulaze u izračun bodova za Agenciju i Oglašivača godine na IdejiX.

### SKUPINA IV. BEST OF POSITIVE CHANGE

Zahtjevi današnjice sve se više tiču našeg života u budućnosti. U skupini **IV. Best of Positive Change** slavimo moć kreativnosti u službi pozitivne promjene u svijetu. Prijavitelji moraju pokazati kako je njihov projekt doprinio UN 2030 ciljevima održivog razvoja za ljude, planet, prosperitet, mir i partnerstvo, kao i za inkluziju, pravednost i jednakost. U ovu kategoriju prijavitelji mogu prijaviti i razne društvene akcije.

Projektima u ovoj skupini mogu biti dodijeljene zlatne, srebrne i brončane nagrade, a natječu se sukladno svim pravilima koja vrijede za ostale skupine. Jednako tako, svi osvojeni bodovi u ovoj skupini zbrajaju se u rang-listama najkreativnijih u zemlji u protekloj godini te ulaze u izračun bodova za Agenciju i Oglašivača godine na IdejiX.

*Napomena: Projekte prijavljene u skupini Društvena odgovornost moguće je prijaviti i unutar pripadajuće kategorije prema vrsti poslovanja (ostale kategorije 1. – 12.), kao i u svim kategorijama u Skupini II. i Skupini III. Svaka kategorija predstavlja zasebnu prijavu i može osvojiti zasebnu nagradu, stoga prijavom projekta u Skupinu IV. i neku drugu kategoriju unutar Skupine I., II. i III. svoj projekt prijavljujete dvaput te se sukladno tome honoriraju dvije prijave.*

## NAGRADE I PRIZNANJA

### POBJEDNICI I FINALISTI NATJECANJA IDEJAX

Pobjednicima svake od 12 kategorija **I. skupine Best on Market**, 3 kategorije **II. skupine Best of Ad-Making**, 2 kategorije **III. skupine Best Branding & Rebranding ili skupine IV. Best of Positive Change** može biti dodijeljena zlatna nagrada IdejeX. 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 nagradu IdejeX, dozvoljeno im je dodijeliti više zlatnih, srebrnih i brončanih nagrada IdejeX. Radovima koji su proglašeni finalistima natjecanja bit će uručeni certifikati.

*Napomena: Za osvojene nagrade prijaviteljima se uručuje IdejaX statua. Na njoj je naveden naziv kategorije, ime rada, ime klijenta, ime primarne agencije i ime(na) strateškog/ih partnera. Svi pobjednički radovi dobit će po jednu statuu, a nakon proglašenja pobjednika moguće naručiti dodatan primjerak statue uz naknadu.*

### AGENCIJA I OGLAŠIVAČ GODINE NATJECANJA IDEJAX

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

### GRAND PRIX

Grand Prix predstavlja nagradu za izniman rad u godišnjoj produkciji, a za nju će konkurirati svi projekti nagrađeni zlatnom nagradom IdejeX iz sve četiri skupine kategorija (*I. Best on Market, II. Best of Ad-Making, III. Best Branding & Rebranding, IV. Best of Positive Change*). Uzimajući u obzir kriterije za vrednovanje i odabir najboljih projekata jasno definirane ovim pravilnikom, potpuno novim glasovanjem, uz popratnu diskusiju, članovi žirija svih natjecateljskih skupina, uključujući sve predsjednike tih žirija koji donose konačnu odluku na temelju glasovanja, odabiru najbolja tri projekta (neovisno o skupini kategorija) kojima potom dodjeljuju 1, 2 ili 3 boda. Projekt koji među nominiranim sakupi najveći broj bodova osvaja Grand Prix, a ako 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 njima interesno povezani.

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

## BODOVANJE NAGRAĐENIH RADOVA

Prema ukupnom zbroju bodova iz svih skupina natjecateljskih kategorija – **I. Best on Market, II. Best of Ad-Making, III. Best Branding & Rebranding i IV. Best of Positive Change** – organizator dodjeljuje posebne nagrade Agenciji i Oglašivaču godine natjecanja IdejaX.

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 (što je poželjno izbjegavati), pri prijavi je potrebno definirati primarnu agenciju kojoj će biti dodijeljeni svi bodovi u slučaju osvajanja nagrada ili statusa finalista na natjecanju.

## OCJENJIVANJE I ŽIRI

Ocjenjivanje prijavljenih projekata odvija se u dva kruga. Svi projekti koji prođu preSelekciju prolaze u drugi krug te postaju finalistima. S obzirom na specifičnost kategorija natjecanja IdejaX, žiri je podijeljen u tri sastava, od kojih će jedan ocjenjivati sve projekte prijavljene u kategorijama skupine I. *Best on Market i IV. Best of Positive Change*, drugi one u kategorijama skupine II. *Best of Ad-Making*, a treći projekte u kategorijama *Branding i Rebranding* istoimene skupine III.

Projekte iz skupine **I. Best on Market i IV. Best of Positive Change** 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 ako se za tim 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 tri kategorije 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 postignućima u II. Skupini na prošlogodišnjem natjecanju te da kandidati ne dolaze iz agencije koja već ima svog predstavnika među članovima žirija skupine I. Best on Market. S obzirom da se u skupini II. Best of Ad-Making ocjenjuju radovi iz kategorija različitog profesionalnog i umjetničkog područja djelovanja, članovi žirija koji su stručnjaci za određeno područje dužni su detaljno obrazložiti svoje stajalište o određenoj prijavi ostalim članovima žirija skupine II. Best of Ad-Making.

Projekte treće skupine **Best Branding & Rebranding** ocjenjivat će vrhunski dizajneri – članovi žirija prema odabiru IdejaX Organizacijskog odbora specijalizirani za dizajn i branding, prepoznati kao senior lideri bilo na domaćem ili stranom tržištu, pod uvjetom poznavanja hrvatskog jezika. Njima će se pridružiti i tri člana žirija II. skupine specijalizirana za dizajn.

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

Proces ocjenjivanja prijavljenih projekata detaljno je opisan u Uputama za ocjenjivanje koje dobivaju svi članovi žirija.

## KRITERIJI

Prilikom ocjenjivanja te odabira najboljih projekata natjecanja IdejaX 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 svim skupinama kategorija IdejaX nagrađuje originalne kreativne koncepte koji se odlikuju izvornošću, atraktivnošću, uvjerljivošću i univerzalnošću. 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. Univerzalnost podrazumijeva da je ideja toliko snažna da je univerzalno razumljiva, odnosno da bi prijavljeni rad mogao konkurirati i na međunarodnim natjecanjima.

### 2. Kriterij tržišne relevantnosti ideje

Ideja ne može sama sebi biti svrhom, već je važno da je 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. Na natjecanju IdejaX izvedbena kvaliteta sama po sebi nije dovoljna ako nije u službi ideje te ako je ona manjkava, banalna ili je čak i nema.

## PRIJAVA RADOVA I ROKOVI

Prijave za 13. nacionalno kreativno natjecanje IdejaX otvorene su do 5. ožujka 2023. godine. Unutar svake od kategorija, u svim skupinama, sudjelovati mogu svi radovi iz Hrvatske, kao cjelovite kampanje i pojedinačni dijelovi kampanja, koji su objavljeni u razdoblju od 24. veljače 2022. do 5. ožujka 2023.

Radovi se prijavljuju na internetskoj stranici [www.danikomunikacija.com/awards/idejax](http://www.danikomunikacija.com/awards/idejax), 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.

U sklopu *online* prijavnice 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.

2. **U prijavnici dostaviti rad** koji može biti prezentiran na dva načina:

- A) u obliku videosažetka u trajanju od najviše dvije (2) minute u zadanom formatu (.mp4, minimalne rezolucije 1280 x 720, veličine do 500 MB)
- B) kao .PDF dokument, ako je rad takav da ne zahtijeva videosažetak (.PDF dokument ne smije sadržavati poveznicu na videosažetak ako on postoji, kao ni poveznice koje vode na internetske stranice primarne agencije, autora rada, strateških partnera ili pojedinaca koji su sudjelovali u izradi prijavljenoga rada)

**Prijavitelj odabire samo jedan način prezentiranja rada, odnosno ne šalje i videosažetak i .PDF dokument u sklopu prijave. U oba slučaja, zbog neutralnosti ocjenjivanja, nigdje u prijavnom materijalu nije dopušteno navođenje podataka o primarnoj agenciji, autorima rada, strateškim partnerima i pojedincima koji su sudjelovali u izradi prijavljenoga rada. Prijave i videosažeci moraju biti na hrvatskom jeziku ili sadržavati titlove na hrvatskom jeziku.**

3. **U prijavnici 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.

Organizator zadržava pravo rekategorizacije prijavljenih radova.

## PLAĆANJE PRIJAVA

Kako bi bila važeća, prijavu je potrebno u zadanom roku predati putem obrasca na internetskoj stranici [www.danikomunikacija.com](http://www.danikomunikacija.com). Uplatu je potrebno izvršiti u zadanom roku, a radovi za koje uplata nije podmirena najkasnije do **24. ožujka 2023.** neće se moći natjecati.

Cijena prijave na natjecanje IdejaX po projektu iznosi:

- **redovni prijavni rok do 19. veljače:** 190 EUR + PDV;
- **kasni prijavni rok do 5. ožujka:** 240 EUR + PDV.

Za članove HURA-e cijena prijave po projektu iznosi:

- **redovni prijavni rok do 19. veljače:** 140 EUR + PDV;
- **kasni prijavni rok do 5. ožujka:** 190 EUR + PDV.

## ZAŠTITA OSOBNIH PODATAKA

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

## KONTAKT

Za sve dodatne informacije i pitanja u vezi s uvjetima prijavljivanja, podnošenjem materijala i sl. slobodno nas kontaktirajte na [info@danikomunikacija.com](mailto:info@danikomunikacija.com).

**Eva Trstenjak**, koordinatorica natjecanja

[eva.trstenjak@hura.hr](mailto:eva.trstenjak@hura.hr)

[+385997245593](tel:+385997245593)