



YOUNG LIONS COMPETITIONS

hura!

1. Uvod

Young Lions Croatia je natjecanje gdje se nova generacija nacionalne komunikacijske industrije bori za titulu najboljih mladih kreativaca. Agencijskim i nezavisnim profesionalcima natjecanje služi kao razvojna platforma gdje se stvaraju **buduće zvijezde industrije**.

Osvajanjem prestižnog Grand Prixa mladi lavovi dobivaju iznimnu priliku **natjecati se s najboljim kolegama iz cijelog svijeta kao predstavnici Hrvatske** na globalnom natjecanju Young Lions.

Natjecanje sve spremne na lavovski posao baca u kreativnu divljinu, iz koje morate **u timu od dvoje** izaći unutar 24 sata s kreativnim rješenjem za klijenta. Odvojeni od vanjskog svijeta, imate **potpunu slobodu** pustiti svoju kreativnu energiju s lanca i pokazati svima zašto ste baš vi kraljevi komunikacijske džungle.

Young Lions ipak ima i svoju nježniju stranu – klijent čiji brief mladi lavovi rješavaju svake je godine neprofitna humanitarna organizacija ili organizacija civilnog društva. Klijentu se završetkom natjecanja ustupaju kreativna rješenja natjecateljskih timova – a možda se baš vaša ideja pretvori u vašu prvu samostalnu kampanju.

Na raspolaganju imate pet kategorija: [Design](#), [Digital](#), [Media](#), [Print](#) i [PR](#). Izaberite svoje područje u kojem znate da ste najbolji, a zatim to svima dokažite na globalnoj sceni. Format natjecanja pomaže natjecateljima da razviju kreativne vještine, nauče se nositi s vremenskim pritiskom, izgrade komunikacijske sposobnosti i samostalno donose odluke.

Ovogodišnje izdanje posebno je koliko i cijela protekla godina – uz činjenicu da se nacionalno i globalno natjecanje održava u potpunosti **online**, isključivo ove godine priliku za natjecanje imaju **kreativci do 31 godine starosti**. Ako ste spremni na izazov koji vam može unaprijediti karijeru i promijeniti život, vaša priča počinje upravo ovdje na Young Lions Croatia.



2. Sudjelovanje

2.1. Natjecanju mogu pristupiti svi agencijski ili nezavisni profesionalci koji: (i) imaju manje od 31 godinu (rođeni nakon 22. lipnja 1989., uključujući i 22. lipnja 1989.), (ii) imaju prebivalište u Republici Hrvatskoj, (iii) su zaposleni u tvrtkama ili obrtima registriranim u Hrvatskoj (nezavisnim profesionalcima nije dopušteno natjecati se pod imenom neke od agencija), (iv) nemaju status studenta i (v) nisu zaposlenici Cannes Lionsa ili Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA).

2.2. Natjecanju mogu pristupiti i pojedinci na stručnom osposobljavanju bez zasnivanja radnog odnosa, no u slučaju da pobijede i budu pozvani na globalno natjecanje Young Lions, natjecanju mogu pristupiti isključivo kao zaposlenici agencije.

2.3. Natjecanju mogu pristupiti i dosadašnji Grand Prix pobjednici, ali ne u parovima u kojima su dosad osvojili Grand Prix.

2.4. Natjecateljski tim u *Design* kategoriji čine dvije osobe koje su (i) zaposlene u kreativnim, oglašivačkim, digitalnim i sl. agencijama ili (ii) freelanceri.

2.5. Natjecateljski tim u *Digital* kategoriji čine dvije osobe koje su (i) zaposlene u kreativnim, oglašivačkim, digitalnim i sl. agencijama ili (ii) freelanceri.

2.6. Natjecateljski tim u *Media* kategoriji čine dvije osobe koje su (i) zaposlene u medijskim agencijama ili u medijskom odjelu full-service i sl. agencije ili (ii) freelanceri.

2.7. Natjecateljski tim u *Print* kategoriji čine dvije osobe koje su (i) zaposlene u kreativnim, oglašivačkim, digitalnim i sl. agencijama ili (ii) freelanceri.

2.8. Natjecateljski tim u *PR* kategoriji čine dvije osobe koje su (i) zaposlene u PR agencijama ili u PR odjelu full-service i sl. agencije ili (ii) freelanceri.

3. Prijave

3.1. Natjecateljski se timovi na natjecanje mogu prijaviti do 30. travnja 2021. godine pomoću obrasca dostupnog na [poveznici](#).

3.2. Ispunjeni prijavni obrazac potrebno je u .doc formatu poslati na e-mail adresu info@danikomunikacija.com. Uz [obrazac za prijavu](#) potrebno je dostaviti skeniranu izjavu kojom se uz pečat i potpis odgovorne osobe potvrđuje kako su natjecatelji iz obrasca zaposlenici navedene agencije (ako se natječu pod imenom agencije).

3.3. Prijava se smatra važećom nakon što organizator zaprimi uplatu natjecateljske kotizacije. Redovna cijena natjecateljske kotizacije za svakog člana natjecateljskog tima iznosi 990,00 kn + PDV, dok cijena natjecateljske



YOUNG LIONS COMPETITIONS

hura!

kotizacije za svakog člana natjecateljskog tima za članove HURA-e iznosi 699,00 kn + PDV.

3.4. Cijenu natjecateljske kotizacije može podmiriti agencija ili je mogu podmiriti sami natjecateljski timovi.

3.5. Svi sudionici natjecanja ostvaruju pravo na kupnju kotizacija za sljedeće Dane komunikacija po najpovoljnijoj cijeni od 1.350,00 kn + PDV.

4. Hodogram natjecanja

12. travnja	Otvaranje prijava
30. travnja	Zatvaranje prijava
7. svibnja u 14:00	Briefing
7. svibnja u 15:00	Početak natjecanja
8. svibnja u 15:00	Završetak natjecanja i predaja projekata
12. svibnja	Žiriranje
13. svibnja	Proglašenje pobjednika Young Lions Croatia
24. svibnja – 14. lipnja	Cannes Young Lions međunarodno natjecanje
14. – 15. lipnja	Uručenje nagrada Young Lions Croatia

5. Odabir pobjednika

5.1. Žiri Young Lions Croatia čini izbor stručnjaka iz žirija natjecanja Effie, IdejaX i Mixx, renomirani stručnjaci za odnose s javnošću, predstavnik organizacije klijenta i predstavnik generalnog sponzora natjecanja.

5.2. Članove žirija bira i potvrđuje Organizator.

5.3. Žiri sve projekte ocjenjuje jednom jedinstvenom ocjenom u rasponu od 1 do 10.

5.4. Kako bi se osigurala što veća neutralnost pri ocjenjivanju, iz izračuna se isključuje jedna najviša i jedna najniža ocjena za svaki rad.

5.5. Sukladno rang listi projekata, žiri bira prva tri mjesta u svakoj od pet kategorija: *Design, Digital, Media, Print* i *PR*.

5.6. Među pobjedničkim timovima svake kategorije odabire se dobitnik Grand Prix-a.



6. Kriteriji ocjenjivanja

Young Lions Croatia	
Kreativna ideja (50 % ocjene)	Je li rad inovativan i upečatljiv? Postoji li potencijal za utjecaj na industriju?
Strategija i insight (20 % ocjene)	Relevantnost za brend, odabir elemenata kampanje, ciljna publika, pristup.
Usklađenost s briefom (20 % ocjene)	Odražava li rad zahtjeve klijenta iz briefa?
Izvedba (10 % ocjene)	Je li rad dobro osmišljen? Postoje li stroga pravila izvedbe? Bi li kampanja bila uspješna?

7. Nagrade za pobjednike

7.1. Statua se dodjeljuje Grand Prix pobjedniku, a pobjednicima u svim kategorijama uručit će se priznanja.

7.2. Dobitnik Grand Prix nagrađuje se besplatnom prijavom na globalno natjecanje Young Lions, koje će se održati online u sklopu 67. izdanja festivala Cannes Lions.

8. Smjernice za natjecatelje

8.1. Natjecanje Young Lions Croatia 2021 iznimno će se održati online.

8.2. Natjecateljski timovi mogu biti na istoj lokaciji ili komunicirati putem online servisa.

8.3. Briefovi natjecanja bit će predstavljeni online putem platforme Google Meet. Prilikom briefinga natjecatelji će uživo moći postaviti pitanja klijentu. U slučaju dodatnih pitanja za klijenta nakon briefinga, natjecatelji mogu postaviti pitanje putem e-mail adrese info@danikomunikacija.com do 17 sati. Odgovori na postavljena pitanja poslat će se zbirno svim natjecateljima.

8.4. Natjecatelji sva eventualna pitanja upućena Organizatoru, nevezana za brief klijenta, zaprimaju se tijekom cijelog vremena trajanja natjecanja slanjem upita na info@danikomunikacija.com.



8.5. Svako korištenje remote control sustava (npr. TeamViewer) ili komunikacija s trećim osobama mobitelom ili računalom vezana za natjecanje za vrijeme samog natjecanja sankcionira se diskvalifikacijom.

8.6. Natjecatelji u svoje radove ne smiju uključiti sadržaj koji (i) krši prava intelektualnog vlasništva (uključujući plagiranje i preuzimanje tuđih ideja ili koncepata), (ii) je prijeteci, klevetnički, uvredljiv, diskriminatoran ili potiče na mržnju, (iii) nije u skladu sa zakonima Republike Hrvatske.

8.7. Osoblje zaduženo za rad na natjecanju u svakom trenutku može provjeriti eventualnu zloupotrebu ili kršenje pravila među natjecateljskim timovima.

8.8. Natjecateljski timovi dužni su prije predaje rada detaljno provjeriti je li njihovo rješenje u skladu s odredbama o plagiranju, preuzimanju tuđih ideja, neprimjerenom ili ilegalnom sadržaju iz točke 8.6. Predajom rada smatra se da je provjera provedena. Ako nakon provjere Uprava HURA-e u ime Organizatora opravdano sumnja na namjerno ili slučajno kršenje odredaba ovog Pravilnika, natjecateljski tim ne može biti proglašen pobjednikom i riskira diskvalifikaciju, naknadno oduzimanje nagrade ili drugu sankciju.

8.9. Radovi pristigli nakon 8. svibnja 2021. u 15:00 neće se smatrati valjanima.

8.10. Sve pauze, uključujući one za hranu i piće, natjecatelji koriste samostalno, a vrijeme iskorišteno za pauze ubraja se u 24 sata, koliko traje samo natjecanje.

8.11. Natjecateljima će biti dostupne baze fotografija Shutterstocka, a pri izradi oglasa i kampanja treba se voditi briga o autorskim pravima.

8.12. Svi materijali producirani tijekom natjecanja daju se na raspolaganje klijentu bez naknade, a autorima se priznaje autorstvo.

8.13. Klijent, ako odluči koristiti materijale producirane tijekom natjecanja, nije dužan koristiti pobjedničke radove, no ako to želi, može od autora zatražiti doradu i modifikaciju rješenja.

9. Opći uvjeti

9.1. Podnošenjem prijave natjecateljski timovi prihvaćaju odredbe iz ovog Pravilnika i obvezuju se na njihovo poštivanje.

9.2. Natjecateljski timovi mogu se natjecati u samo jednoj od pet kategorija. Nakon početka brifinga nije moguće promijeniti kategoriju natjecanja.

9.3. Organizator zadržava pravo procjene poštivanja odredaba ovog Pravilnika tijekom cijelog procesa natjecanja. Nepoštivanje bilo koje odredbe može rezultirati diskvalifikacijom. U slučaju spora vezanog uz (ne)poštivanje odredaba od strane bilo



YOUNG LIONS COMPETITIONS

hura!

kojeg natjecatelja, Uprava HURA-e u ime Organizatora ima konačnu odluku.

9.4. Organizator zadržava pravo promjene, odgode ili obustave natjecanja iz bilo kojeg razloga. U slučaju promjene, odgode ili obustave natjecanja, sve uključene strane suglasne su da Organizator i Cannes Lions ne snose odgovornost za bilo kakvu štetu prouzročenu promjenom ili obustavom natjecanja te da natjecatelji nemaju pravo na kompenzaciju.



YOUNG LIONS COMPETITIONS

hura!

DESIGN kategorija

Izazov u *Design* kategoriji jest kreirati identitet brenda.

Natjecatelji su dužni, sukladno briefu, isporučiti A3 dizajn koji će uključivati:

1. Logo/brend identitet.
2. Tri vizuala koji će pokazati kako će identitet izgledati u stvarnosti.
3. Opis kako se identitet uklapa u brief (max. 150 riječi).
4. Opis kako će se brend razvijati (max. 150 riječi).

Natjecateljski tim svoj rad u obliku prezentacije šalje organizatoru u PDF-u, i to ne većem od 10 MB.



YOUNG LIONS COMPETITIONS

hura!

DIGITAL kategorija

Izazov u *Digital* kategoriji jest kreiranje integrirane digitalne kampanje.

Natjecateljski tim na brief treba odgovoriti kreativnom upotrebom tehnologije. Cilj je pokazati kako se pomoću digitalne tehnologije mogu isporučiti kreativna rješenja na zadani brief, a sve ukorak s trenutnim razvojem tehnologije (online i/ili mobile).

Natjecateljski tim u zadanom roku treba isporučiti prezentaciju koja će sadržavati tri primjera (.jpeg) digitalnih Lead komponenti, prikaz (.jpeg) koji će sumirati kampanju te pisano objašnjenje u četiri dijela koje će predstaviti njihovu kampanju:

1. Sažetak kampanje. (max. 150 riječi)
2. Kreativni uvid – kako kreativnost može pomoći pri rješavanju problema korištenjem društvenih mreža i tehnologije? (max. 150 riječi)
3. Vaše rješenje – koje će platforme, tehnologije i alati biti korišteni i zašto? (max. 150 riječi)
4. Kako će funkcionirati – kako će rješenje tih društvenih mreža pomoći odgovoriti na brief i riješiti klijentov problem? (max. 150 riječi).

Natjecateljski tim svoj rad šalje organizatoru u PDF-u, ne većem od 10 MB.



YOUNG LIONS COMPETITIONS

hura!

MEDIA kategorija

U *Media* kategoriji izazov je pripremiti inovativnu medijsku strategiju s pojašnjenjem kako će ideja biti izvedena.

Žiri očekuje objašnjenje ideje i kako se planiraju koristiti odabrani mediji. Važno je demonstrirati kako će se stvoriti angažman potrošača (*consumer engagement*) umjesto običnog nagovaranja te kako će se iskoristiti vrijednost novih medijskih kanala i otkriti uvid u potrošača (*consumer insight*) koji komunikacijsku strategiju čini učinkovitom. Strategija treba biti jasno pokazana kroz odabrane medijske kanale.

Natjecateljski tim dužan je isporučiti prezentaciju u kojoj će opisati proizvod ili uslugu u maksimalno 10 slajdova, od kojih će jedan vizualno sažeti cijelu prezentaciju, dok će ostali slajdovi predstavljati pisano objašnjenje u tri dijela:

1. Opis kreativne ideje/insight te istraživanje i prikupljanje podataka (max. 150 riječi)
2. Opis strategije – ciljana publika, medijsko planiranje i pristup (max. 150 riječi)
3. Opis egzekucije – implementacija, medijski kanali i integracija, timeline (max. 150 riječi).

Natjecateljski tim svoj rad šalje organizatoru u PDF-u, ne većem od 10 MB.



YOUNG LIONS COMPETITIONS

hura!

PRINT kategorija

Izazov u *Print* kategoriji jest kreirati print oglas za klijenta.

Natjecatelji su dužni, sukladno briefu, isporučiti oglas dimenzije A3 te pisano objašnjenje u dva dijela:

1. Pojašnjenje konteksta samog oglasa (max. 150 riječi)
2. Insight i strategija iza isporučenog rada (max. 150 riječi).

Kreativni natjecateljski tim čine grafički i ostali specijalisti za dizajn te copywriter.

Natjecateljski tim svoj rad šalje organizatoru u PDF-u ne većem od 10 MB.



YOUNG LIONS COMPETITIONS

hura!

PR kategorija

U PR kategoriji izazov je pripremiti PR kampanju i strategiju kojima je cilj pokazati kako se odnosi s javnošću mogu koristiti u aktiviranju publike i upoznavanju s organizacijom i/ili specifičnom problematikom s kojom se klijent nosi.

PR kampanja treba se povezati s vrijednostima brenda organizacije/organizacijom, povećati awareness/stvoriti engagement među publikom te identificirati i stvoriti odnose s relevantnim sudionicima (novinarima, opinion leaderima i sl.).

Natjecateljski tim dužan je organizatoru isporučiti pisani dokument u tri dijela:

1. Opis kreativne ideje i potencijala za utjecaj na industriju (max. 150 riječi)
2. Opis strategije – ciljana skupina, ciljani mediji, PR planiranje i pristup (max. 150 riječi)
3. Opis egzekucije – implementacija PR aktivnosti, hodogram, doseg (max. 150 riječi).

Uz pisani dokument, potrebno je pripremiti prezentaciju s maksimalno 10 slajdova, od kojih jedan slajd vizualno sažima cijelu prezentaciju.