



BALCANNES

PRIROČNIK ZA PRIJAVE

DOBRODOŠLI NA TEKMOVANJU BALCANNES

Ne glede na to, ali ste uveljavljena agencija z impresivnimi rezultati ali nadobudna zvezda komunikacijske industrije, je BalCannes kraj, kjer lahko pokažete svojo vrednost tistim, ki vas še niso spoznali, **in dokažete, da je vaše mesto med najboljšimi v industriji.**

Na tekmovanju BalCannes strokovnjaki iz industrije nagradijo vaše vrhunske projekte z zlatimi, srebrnimi in bronastimi trofejami, vi pa pridobite prepoznavnost na trgih **Bosne in Hercegovine, Hrvaške, Severne Makedonije, Slovenije in Srbije.** Najboljši projekt osvoji veliko nagrado BalCannes Grand Prix, na podlagi sistema točk pa bomo izbrali tudi najboljšo agencijo in najboljšega oglaševalca BalCannesa. Najpomembneje je, da se boste po **uvrstitvi v poročilo BalCannes Report znašli na lestvici najboljših v regiji!**

NOVE STOPNJE, NOVE KATEGORIJE, NOVE NAGRADE ZA VAS

BalCannes se osredotoča na predstavitev odličnih idej, ki zaživijo v različnih oblikah – zdaj lahko svoje delo predložite v treh skupinah kategorij: **Market Mosaic, Design Mosaic in Positive Change Mosaic.** Na stopnji Market Mosaic se lahko projekti predložijo v 15 tržnih kategorijah, vključno z novo kategorijo **Entertainment.** Skupina Design Mosaic ponuja pet kategorij: **Branding, Rebranding, Advertising Design, High-Volume Packaging Design in Low-Volume Packaging Design.** Na stopnji Positive Change lahko projekti tekmujejo v dveh kategorijah, ki poudarjata družbeno odgovorne projekte: **Green Impact in Community Care.** S tako bogato izbiro kategorij boste zagotovo našli nekaj, kar ustreza vašemu delu ... **Kar pa zadeva osvojitve nagrad, je vse odvisno od vas!**

Podrobnejše informacije o tekmovanju lahko najdete v tem Priročniku za prijave in novicah na spletnem mestu www.danikomunikacija.com/awards/balcannes.

VSEBINA

STOPNJE IN KATEGORIJE NAGRAD	3
STOPNJA I. MARKET MOSAIC.....	3
STOPNJA II. DESIGN MOSAIC	4
STOPNJA III. POSITIVE CHANGE MOSAIC	5
POKLON NAJBOLJŠIM.....	6
SHORTLIST IN FINALISTI TEKMOVANJA BALCANNE.....	6
ZMAGOVALCI: ZLATO, SREBRO IN BRON.....	6
NAGRADA BALCANNE EDITOR'S PICK	6
BALCANNE GRAND PRIX.....	6
NAJBOLJŠA AGENCIJA IN NAJBOLJŠI OGLAŠEVALEC BALCANNE	6
BALCANNE REPORT	6
NABOR STROKOVNJAKOV TEKMOVANJA BALCANNE	7
ŽIRIJA TEKMOVANJA BALCANNE: PARTNERSTVO AGENCIJ IN OGLAŠEVALCEV	7
ŽIRIJA TEKMOVANJA BALCANNE: MEDIJSKA PERSPEKTIVA	7
STROKOVNI SVET TEKMOVANJA BALCANNE	7
ORGANIZACIJSKI ODBOR TEKMOVANJA BALCANNE.....	7
IZBOR ZMAGOVALCEV	8
OCENJEVANJE	8
PRVI KROG: PREDIZBOR	8
DRUGI KROG: IZBOR	8
IZBOR GRAND PRIX	8
IZBOR NAJBOLJŠE AGENCIJE IN NAJBOLJŠEGA OGLAŠEVALCA	8
PODELITEV NAGRAD	9
NEODVISNO PRESOJANJE, PRAVIČNOST IN NEVTRALNOST	9
MERILA ZA IZBOR	9
POVZETEK IN ROKI	11
KAKO ODDATI PRIJAVO	11
POGOJI ZA UPRAVIČENOST	12
PRIJAVNINE	13
VARSTVO OSEBNIH PODATKOV	14
STIK.....	14

STOPNJE IN KATEGORIJE NAGRAD

STOPNJA I. MARKET MOSAIC

Na stopnji Market Mosaic bodo vaši projekti nagrajeni glede na poslovne kategorije, v katerih običajno konkurirajo na trgu. Projekte, ki ne spadajo v nobeno od poslovnih kategorij, lahko predložite v 15. kategoriji, **Miscellaneous**. Organizator si pridržuje pravico do ponovne kategorizacije predloženih del, število prijav posameznih agencij pa ni omejeno.

V vsaki od navedenih kategorij lahko osvojite **zlato**, **srebro** ali **bronasto** nagrado.

1	Food	9	Fashion and Beauty
2	Alcoholic Beverages	10	Tourism, Culture and Leisure
3	Non-alcoholic Beverages	11	Corporate Communications*
4	Telecommunications	12	Automotive
5	Finance and Insurance	13	IT
6	Retail	14	NOVO: Entertainment**
7	Health and Pharmacy	15	Miscellaneous
8	Household		

*Kategorija **Corporate Communications** nagrajuje projekte, namenjene negovanju ugleda podjetja ali blagovne znamke, vključno s kampanjo employer branding in kampanjo samopromocije.

Kategorija **Entertainment nagrajuje projekte, povezane s športom, gamingom, filmom, glasbo in drugimi vidiki popularne kulture. V tej kategoriji ni mogoče predložiti posameznih izdelkov (npr. glasbenega videa ali filma kot umetniškega dela); do sodelovanja so upravičene samo tržne kampanje ali edinstvene, posamezne komponente znotraj kampanje, povezane s temi izdelki in industrijami.

STOPNJA II. DESIGN MOSAIC

Stopnja **Design Mosaic** je namenjena predstavitvi najboljših in najbolj inovativnih oblikovalskih rešitev v oglaševanju. V okviru stopnje Design Mosaic lahko svoje projekte predložite v petih kategorijah.

V tej kategoriji se lahko ustvarjalna gradiva predložijo samo **v obliki .PDF predstavitve**. Če je videoposnetek **ključni del** vašega projekta, ga lahko pošljete kot povezavo v predstavitvi .PDF. Če želite žiriji poleg tega predstaviti še dodatna gradiva, jih lahko priložite v razdelku z dodatnimi gradivi [glejte **KAKO PREDLOŽITI PRIJAVO**].

1	Branding	Kategorija Branding nagraduje projekte, namenjene ustvarjanju in oblikovanju identitete blagovne znamke za izdelek, storitev ali organizacijo, ki je nova na trgu . V tej kategoriji je poleg vizualne identitete treba predstaviti pozicioniranje blagovne znamke, strateško pojasniti proces dela in Branding, vrednote in ves dodaten kontekst, ki ga žirija potrebuje za natančno oceno prijave.
2	Rebranding	Kategorija Rebranding nagradi vse projekte, namenjenim ustvarjanju in oblikovanju preimenovane/osvežene identitete za obstoječi izdelek, storitev ali organizacijo. V tej kategoriji je treba poleg vizualne identitete predstaviti pozicioniranje blagovne znamke, strateško pojasniti proces dela in Branding, vrednote ter morebiten dodaten kontekst, ki ga žirija potrebuje za natančno oceno prijave. Prav tako je obvezno navesti primer za prejšnji Branding za primerjavo z novo rešitvijo .
3	Advertising Design	V kategoriji Advertising Design se lahko marketinška dela/ideje predložijo v tiskanih/OOH-medijih (npr. plakati, panoji, oglasi v publikacijah) ali na digitalnem področju (npr. digitalni bannerji, oglasi na družbenih medijih itd.). Prijava mora skupaj z ustvarjalnimi gradivi jasno opisati nalogo, izziv, idejo in rešitev.
4	High-Volume Packaging Design	V kategoriji High-Volume Packaging Design se nagrade podeljujejo najbolj ustvarjalnim in inovativnim rešitvam v svetu oblikovanja embalaže za izdelke, proizvedene v količinah, ki presegajo 10.000 enot . V tej kategoriji bosta ocenjena tako koncept kot izvedba skupaj s trajnostnim dejavnikom v zvezi z gradivi in načini izdelave. Predložitev mora poleg ustvarjalnih gradiv jasno predstaviti nalogo, izziv, idejo in rešitev.
5	Low-Volume Packaging Design	V kategoriji High-Volume Packaging Design se nagrade podeljujejo najbolj ustvarjalnim in inovativnim rešitvam v svetu oblikovanja embalaže za izdelke, proizvedene v količinah, ki znašajo manj kot 10.000 enot . V tej kategoriji bosta ocenjena tako koncept kot izvedba skupaj s trajnostnim dejavnikom v zvezi z gradivi in načini izdelave. Predložitev mora poleg ustvarjalnih gradiv jasno predstaviti nalogo, izziv, idejo in rešitev.

STOPNJA III. POSITIVE CHANGE MOSAIC

Positive Change Mosaic slavi družbena dejanja in moč ustvarjalnosti, ki spodbuja pozitivne spremembe v svetu. V tej kategoriji lahko predstavite, kako je vaš projekt prispeval k ciljem trajnostnega razvoja [ZN do leta 2030](#) za ljudi, planet, blaginjo, mir, partnerstvo ter vključevanje, pravičnost in enakost.

1	Green Impact	Kategorija Green Impact slavi prizadevanja, ki so ljudi spodbudila k bolj zelenim odločitvam in/ali povečala priljubljenost eco-friendly izdelkov in storitev, ki v svoje trženje vključujejo okoljsko ozaveščeno sporočanje – na primer pobude, ki obravnavajo vprašanja, kot so cenovno dostopna in čista energija, čista voda in sanitarne razmere, trajnostna mesta in skupnosti, odgovorna poraba in proizvodnja, podnebni ukrepi ter zaščita morskega in kopenskega življenja.
2	Community Care	Kategorija Community Care slavi trženjska prizadevanja, ki so bila učinkovita pri reševanju družbenega problema ali širjenju obstoječih prizadevanj na načine, ki koristijo naši družbi . V tej kategoriji gre za ustvarjanje pozitivnih družbenih in kulturnih sprememb, izpodbijanje uveljavljenega statusa quo ter spreminjanje sprejetih norm in stereotipov, ki ustvarjajo družbene neenakosti – na primer pobude, ki obravnavajo revščino, dostop do zdravstvenega varstva in izobraževanja, ustvarjanje bolj raznolike, pravične in vključujoče družbe, ustvarjanje enakih možnosti in dela ter v širši družbi za vse člane naše družbe.

POKLON NAJBOLJŠIM

SHORTLIST IN FINALISTI TEKMOVANJA BALCANNES

Če se vaše ideje in projekti uvrstijo v izbor BalCannes shortlist, to pomeni, da je strokovna žirija vaše delo prepoznala kot izjemno in kot eno najboljših v petih državah v regiji. Pred podelitvijo nagrad bomo vaše projekte, ki se uvrstijo v shortlist, predstavili industrijski skupnosti, strankam in medijem v regiji, tako da jih bomo vsak dan izpostavljali in promovirali na družbenih omrežjih, pa tudi v specializiranih industrijskih medijih. Po podelitvi nagrad bodo finalistom podeljeni certifikati. Finalisti, ki želijo okrasiti svoje agencijske zaslone ali presenetiti stranke z edinstvenim darilom, lahko **naročijo pokal finalista** za doplačilo. Ta pokal je po obliki povsem enak kipu zmagovalca, vendar je manjši in ima napis »Finalist«.

ZMAGOVALCI: ZLATO, SREBRO IN BRON

Vaše najboljše ideje, ki so izbrane kot izjemne in zmagajo v kateri koli od 22 kategorij na treh tekmovalnih stopnjah, so lahko nagrajene z zlatimi nagradami za prvo mesto, srebrnimi za drugo in bronastimi za tretje najboljše v kateri koli kategoriji, če je izpolnjen pogoj minimalnih točk. Za vsako nagrado, ki jo osvojite, boste prejeli pokal BalCannes. Vsi zmagovalni projekti bodo prejeli en pokal na odru med podelitvijo nagrad, za doplačilo pa je **mogoče naknadno naročiti tudi dodatne kopije**.

NAGRADA BALCANNES EDITOR'S PICK

Vašega dela ne bodo nagrajale samo agencije in oglaševalci – predstavniki medijev s poglobljenim razumevanjem naše industrije iz vseh konkurenčnih držav bodo povabljeni, da med projekti, ki jih žirija agencij in žirija oglaševalcev uvrstita na shortlist, izberejo en izstopajoč projekt, **ki bo prejel prestižno nagrado Editor's Pick Award**.

BALCANNES GRAND PRIX

BalCannes Grand Prix predstavlja glavno nagrado za izjemno delo, ki jo prejme najboljše ocenjen projekt med člani žirije agencij in žirije oglaševalcev, ki je prav tako prejel zlato nagrado v svoji kategoriji.

NAJBOLJŠA AGENCIJA IN NAJBOLJŠI OGLAŠEVALEC BALCANNES

BalCannes izbere **najboljšo agencijo** in **najboljšega oglaševalca** v regiji! Te najboljše nagrade se podeljujejo agencijam/oglaševalcem z najvišjo vsoto skupno dodeljenih točk v konkurenci, ki so jih zbrali med postopkom ocenjevanja od svojih kolegov – agencij in oglaševalcev. Pri skupnem rezultatu se prav tako upoštevajo točke, pridobljene z osvojitvijo nagrade Editor's Pick. Vsi prijavitelji so kandidati za te prestižne pohvalne nazive. Poleg pokalov, slave in tekmovalnega glamurja vse najboljše agencije postanejo del posebnega poročila BalCannes Report.

BALCANNES REPORT

BalCannes Report je **dokončni pregled in pomembna predstavitev aktivnosti industrije v regiji**, ki bo vsako leto objavljen s seznamom najboljših presežkov na trgu. Ko bo tekmovanje končano, bodo rezultati analizirani, **da bi ugotovili, kdo je bil na vrhu po različnih merilih** – najboljši v vsaki državi, kategoriji, najboljša agencija, najboljši oglaševalec, po mnenju žirije agencij, žirije oglaševalcev, žirije medijev itd.

NABOR STROKOVNJAKOV TEKMOVANJA BALCANNES

BalCannes je zelo ponosen na svoj močan nabor regionalnih strokovnjakov, ki sodelujejo v pripravljanih in organizacijskih fazah tekmovanja ter v procesu ocenjevanja. BalCannes v zakulisju podpirajo nič manj kot tri žirije, od katerih vsaka prinaša drugačne, a brezplačne perspektive, strokovni svet in organizacijski odbor.

ŽIRIJA TEKMOVANJA BALCANNES: PARTNERSTVO AGENCIJ IN OGLAŠEVALCEV

Žirija BalCannes je edinstvena; združuje predstavnike agencij in oglaševalcev iz **Bosne in Hercegovine, Hrvaške, Severne Makedonije, Srbije in Slovenije** ter prikazuje vrednost partnerstva med agencijo in stranko, kot velja na trgu. Žirijo sestavljajo najboljši strokovnjaki iz industrije v regiji, ki jih izbere organizacijski odbor BalCannes, izbor pa temelji na njihovi kakovosti strokovnega znanja, odgovornosti člana žirije, potrebnih izkušnjah v industriji in znanih tržnih rezultatih. Odbor izbere tudi predsednike žirij, ki bodo vodili žirije na svojih strokovnih področjih.

ŽIRIJA TEKMOVANJA BALCANNES: MEDIJSKA PERSPEKTIVA

Člane te žirije izbere organizacijski odbor na podlagi svojih bogatih izkušenj in ustrezne prisotnosti na regionalni oglaševalski sceni. Med seboj izberejo predsednika žirije, ki bo vodil razpravo. Za izbiro projekta, ki bo prejel to nagrado, bodo projekte, ki so bili uvrščeni na shortlist, ocenili z uporabo svojih edinstvenih perspektiv in posameznih meril. Vsak član žirije iz strokovnih medijev bo projekte, ki so bili uvrščeni na shortlist, najprej neodvisno ocenil na lestvici od 1 do 10, s čimer bo izpostavil pet najboljših projektov, v skladu z odločitvijo medijske žirije. Nato bodo vsi člani žirije skupaj razpravljali o teh projektih in z večino glasov izbrali projekt, ki bo prejel nagrado Editor's Pick.

STROKOVNI SVET TEKMOVANJA BALCANNES

Strokovni svet je svetovalno telo, ki deluje v fazi načrtovanja in organizacije tekmovanja BalCannes. Ustanovljen je bil s primarnim namenom svetovanja organizacijskemu odboru, da bi zagotovili, da BalCannes vedno ostane usklajen s potrebami industrije in trga v sodelujočih državah (Bosna in Hercegovina, Hrvaška, Severna Makedonija, Slovenija in Srbija). V skladu z odličnimi rezultati v letu 2024 sestavljajo svet naslednji člani: **Dunja Bibianko** (AV Studio, SLO), **Nataša Bojanić** (Leo Burnett Belgrade, SRB), **Darko Bosnar** (Imago Ogilvy, HR), **Davor Bruketa** (Bruketa&Žinić&Grey, HR), **Amna Džambić Branković** (Via Media, BIH), **Bojan Kočovski** (McCann Skopje, MKD), **Ejub Kučuk** (MITA group, BIH), **Predrag Nikolovski** (AdValue, MKD), **Marko Pešić** (Ovation BBDO, SRB), **Sara Prenc** (Studio Tumpić/Prenc, HR), **Dejan Spirkoski** (Saatchi&Saatchi Skopje, MKD), **Gordan Turković** (CTA komunikacije, HR), **Žarko Veljković** (Jazavac i Utorak, SRB), **Marko Vičić** (Futura DDB, SLO), and **Dino Zupančič** (Agencija 101, SLO).

ORGANIZACIJSKI ODBOR TEKMOVANJA BALCANNES

Organizacijski odbor tekmovanja BalCannes deluje kot usklajevalni organ v vseh fazah načrtovanja, organiziranja in izvajanja tekmovanja BalCannes s primarnim poslanstvom krepite kakovosti in rasti regionalnega ustvarjalnega tekmovanja BalCannes.

IZBOR ZMAGOVALCEV

OCENJEVANJE

BalCannes je edino tekmovanje v tem delu sveta, kjer lahko vsakdo, ki sodeluje, izve, kaj agencije in oglaševalci menijo o njegovem primeru, pa tudi mediji s svojo posebno nagrado, ki celotno sliko o njegovi stopnji uspeha prikaže s treh različnih perspektiv! Izbor zmagovalcev opravi strokovna žirija in poteka v dveh krogih:

PRVI KROG: PREDIZBOR

V prvem, predizbornem krogu dve žiriji oglaševalcev in agencij odločata o primerih, ki si zaslužijo uvrstitev v izbor shortlist, z glasovanjem DA/NE. Vsi vaši primeri, ki dobijo več kot 50 % glasov DA, se uvrstijo v drugi krog in izbor shortlist. Vse prijave za diskvalifikacijo morajo člani žirije predložiti v prvem, predizbornem krogu. Utemeljen predlog za diskvalifikacijo se lahko predloži na podlagi neupoštevanja pravil tekmovanja. Po predložitvi predloga za diskvalifikacijo član žirije nadaljuje z ocenjevanjem projekta kot običajno. Organizator bo po prejemu predloga za diskvalifikacijo stopil v stik s prijaviteljem in ga prosil za odgovor, po katerem se bo organizacijski odbor odločil, ali bo projekt diskvalificiran. Organizator bo prijavitelja obvestil o izidu.

DRUGI KROG: IZBOR

V drugem izbirnem krogu obe žiriji obravnavata primere ločeno, vsak član žirije pa te oceni z oceno od 1 do 10. Končna razvrstitev je določena s povprečjem nagrajenih ocen članov žirije agencij in žirije oglaševalcev, ki določi, kateri primeri prejmejo zlato, srebrno ali bronasto nagrado. Minimalni prag za osvojitve zlate nagrade je 6,5 točke, minimalni prag za osvojitve srebrnih in bronastih nagrad pa 5,5 točke.

IZBOR GRAND PRIX

Nagrado **BalCannes Grand Prix** bo osvojil projekt z največ točkami, ki jih bodo podelili člani žirije agencij in žirije oglaševalcev, ki je prav tako osvojil zlato nagrado v svoji kategoriji. Kot dodaten mehanizem za izbiro Grand Prix mora vsak član žirije označiti tudi svoje tri prednostne izbire za podelitev nagrade Grand Prix. V primeru neodločenega izida ali razlike v točkah, ki je manjša od 0,5 točke, bo organizacijski odbor upošteval tudi glasove za Grand Prix.

IZBOR NAJBOLJŠE AGENCIJE IN NAJBOLJŠEGA OGLAŠEVALCA

Rezultati tekmovanja bodo razvrščeni glede na razdelitev točk na naslednji način:

STANJE	TOČKE
Finalist	1 točka
Bron	5 točk
Srebro	10 točk

Zlato	20 točk
Editor's Pick	20 točk
Grand Prix	30 točk

Dodelitev točk ni kumulativna in samo točke, dodeljene za najvišje mesto, ki ga je primer dosegel, se štejejo za končno oceno. To pomeni, da osvojitev zlate, srebrne ali bronaste nagrade v kateri koli od **22 kategorij** izključuje točke, ki bi jih osvojili, če bi bili finalisti. Prav tako osvojitev nagrade Grand Prix izključuje točke za vse nagrade nižje stopnje, ki jih je primer osvojil v svoji primarni kategoriji (v tem primeru zlata). Nagrada Editor's Pick Award ne izključuje nobene točke, pridobljene v ustrezni kategoriji primera, niti Grand Prix. Če je projekt prijavilo več agencij (priporočamo, da se temu izognete), je treba v prijavnici navesti primarno agencijo, ki ji bodo dodeljene vse točke (če primer osvoji nagrado ali se uvrsti v izbor shortlist).

PODELITEV NAGRAD

Najboljši projekti bodo razglašeni **v maju** na podelitvi nagrad, ki bo potekala na glavnem odru festivala [DK2025](#) v Rovinju. Ko se festival začne, lahko kupite vstopnice [tukaj](#).

NEODVISNO PRESOJANJE, PRAVIČNOST IN NEVTRALNOST

V drugem krogu tekmovanja vsaka od teh žirij (žirija agencij, žirija oglaševalcev) samostojno razpravlja in ocenjuje primere. Za nagrado Editor's Pick medijske žirije je organizirano ločeno glasovanje. Razvrstitev najboljših primerov po posameznih žirijah bo objavljena v poročilu BalCannes Report. Da bi ohranili nevtralnost postopka ocenjevanja, je lahko član žirije le en predstavnik določenega oglaševalca, agencije ali mreže agencij, da pa bi zagotovili pošten izbirni postopek, člani žirije prav tako ne morejo glasovati za primere, v katerih imajo povezane ali kakršne koli druge interese. Poleg tega bodo člani žirije, da bi se izognili pozitivnemu/negativnemu izboru, prav tako izključeni iz ocenjevanja primerov, ki so jih predložile njihove sestrške agencije ali podjetja v drugih državah.

MERILA ZA IZBOR

Pri izbiri najboljših idej in projektov tekmovanja BalCannes vse člane žirije vodijo naslednja merila, ki so razdeljena v štiri skupine: **ustvarjalna ustreznost ideje, tržna ustreznost ideje, medijska nevtralnost ideje in kakovost izvedbe ideje.**

1. Ustvarjalna ustreznost

BalCannes v vseh kategorijah nagrajuje najbolj izvirne koncepte, ki so pristni, zanimivi in prepričljivi. Izvirni primeri so tisti primeri, ki so pristni in ne reciklirajo obstoječih idej ali ustvarjalnih konceptov. Naš cilj je prepoznati in diskvalificirati vse plagiatorske primere. Prepričljivi primeri so tisti primeri, ki predstavljajo osvežitev na oglaševalski sceni in se razlikujejo od običajnih, ter so inovativni, izredni in vznemirljivi. Prepričljivi primeri so tisti, ki so prepričljivi za ciljno občinstvo, in projekti, ki so na ta način relevantni in se ponašajo s potrebno stopnjo prepričljivosti.

2. Tržna ustreznost

Ideja ne more služiti svojemu namenu; temeljiti mora na resničnih potrebah trga. Žirija pri izbiri najboljših primerov upošteva izziv komuniciranja v določeni tržni kategoriji in daje prednost primerom, ki dosegajo vpliv v konkurenčnem okolju, ne pa primerom z majhnim

pomenom na trgu. BalCannes kot regionalno tekmovanje v ustvarjalnosti ocenjuje primere ob upoštevanju posebnosti lokalnih trgov – tržnega položaja in značilnosti blagovne znamke, značilnosti poslovne kategorije, značilnosti ciljnega občinstva, konkurenčnega okolja itd.

3. Medijska nevtrálnost

BalCannes ceni kakovost ideje in njeno izvedbo, ne glede na to, kateri medij je bil uporabljen. Pričakuje, da sta ideja in njena izvedba upoštevali ter razmišljali o posebnostih določenega medija.

4. Kakovost izvedbe

Kakovost izvedbe se ocenjuje, vendar se vedno obravnava glede na idejo. Kakovost izvedbe na tekmovanju BalCannes je sama po sebi nezadostna, če se ne nanaša na idejo ali pa je ideja nepopolna, nepomembna ali celo neobstoječa.

POVZETEK IN ROKI

Prijave za regionalno tekmovanje v ustvarjalnosti **BalCannes 2025** lahko oddate do **20. januarja 2025.**

Sodelujejo lahko projekti iz **Bosne in Hercegovine, Hrvaške, Severne Makedonije, Slovenije in Srbije**, vključno s celovitimi integriranimi kampanjami in posameznimi komponentami kampanje, objavljenimi v določenem dvoletnem obdobju od **20. januarja 2023** do **20. januarja 2025**. Tudi projekti, ki so se začeli pred ali končali po obdobju upravičenosti, lahko sodelujejo v tekmovanju, če je bil vsaj del projekta izveden v teh datumih.

Upravičene prijave vključujejo **integrirane kampanje** in **posamezne, edinstvene komponente znotraj kampanje, ki predstavljajo eno samo idejo** (npr. TVC ali serija TVC, tiskani oglas ali serija tiskanih oglasov, dogodek, PR, brošura, video na družbenih omrežjih itd.).

Prijave, vključno z ustvarjalnimi gradivi, morajo biti predložene v maternem jeziku ali angleščini. Če prijavitelj meni, da žirija ustvarjalnega gradiva morda ne bo razumela v celoti, je priporočljivo dodati angleške podnapise.

S predložitvijo projekta dajete BalCannesu dovoljenje za objavo in predstavitev svojega ustvarjalnega gradiva, ključnih vizualnih elementov in povzetkov projekta, če se vaš primer uvrsti v izbor shortlist.

KAKO ODDATI PRIJAVO

Svoje prijave lahko predložite na spletnem mestu

www.danikomunikacija.com/awards/balcannes v treh preprostih korakih:

1. NAVEDITE SPLOŠNE PODATKE O SVOJEM PROJEKTU

Vnesite splošne podatke o projektu, ki jih organizator potrebuje, v primeru, da osvojite nagrado in za izvedbo tekmovanja: naziv primera, naziv agencije in naročnika, kategorija, v kateri tekmujete, in podatki o podjetju, ki želi predložiti primer.

2. NALOŽITE USTVARJALNO GRADIVO

Na stopnjah **I. Market Mosaic** in **III. Positive Change Mosaic** lahko svoje delo predstavite žiriji na enega od dveh načinov: kot **video povzetek ali dokument .PDF**, ki lahko vsebuje zunanje povezave do video vsebine le, če je navedena video vsebina ključna za predstavitev vašega primera.

Na stopnji **II. Design Mosaic** lahko svoje delo predstavite le kot dokument .PDF, ki lahko vsebuje tudi zunanje povezave do video vsebin le, če je navedena video vsebina ključna.

A. POVZETEK VIDEOPOSNETKA	B. DOKUMENT PDF
DOVOLJENO NA stopnjah <u>I. Market Mosaic</u> in <u>III. Positive Change Mosaic</u> Svoje delo lahko predstavite kot video povzetek z naslednjimi tehničnimi specifikacijami: • Trajanje: največ tri (3) minute • Oblika: .mp4	DOVOLJENO NA stopnjah <u>I. Market Mosaic</u>, <u>II. Design Mosaic</u>, <u>III. Positive Change Mosaic</u> Dokument .PDF lahko vsebuje zunanje povezave do video vsebine le, če je navedena video vsebina ključna za predstavitev vašega primera.

- **Najmanjša ločljivost:** 1280 x 720
- **Največja velikost datoteke:** 500 MB

DODATNA GRADIVA: To polje v prijavnici uporabite le, če menite, da vašega dela ni mogoče ustrezno predstaviti žiriji prek video povzetka ali dokumenta .PDF in zahteva dodaten kontekst. Ta vsebina bo na voljo članom žirije pri ocenjevanju vašega dela, ni pa obvezno, da jo žirija pregleda.

3. NALOŽITE GLAVNA VIZUALNA GRADIVA IN NAJVEČ 150 BESED DOLG PISNI POVZETEK

Predložiti morate glavno vizualno gradivo kampanje, ki bi jo lahko uporabili v promocijske namene, in to v formatu **.jpg/.jpeg** (priporočeno A4) z najmanjšo ločljivostjo **300 dpi**. Predložiti morate tudi povzetek glavnega izziva povzetka (**največ 150 besed**), svojo rešitev in dosežene rezultate. Ta povzetek bo objavljen, če bo vaš primer uvrščen v izbor shortlist, kar pomeni, da s pošiljanjem svoje prijave **dajete soglasje za objavo tega povzetka**.

Vse vrste oglasov (TV-oglasi, radijski oglasi ipd.) morajo biti oddane v izvirni obliki brez dodatnih sprememb, sredstva interaktivne komunikacije pa morajo biti oddana z aktivno povezavo.

POGOJI ZA UPRAVIČENOST

Obdobje upravičenosti traja od **20. januarja 2023** do **20. januarja 2025**.

Razpis za prijave je odprt do **20. januarja 2025**.

Za sodelovanje na regionalnem tekmovanju BalCannes morajo biti prijave na BalCannes:

- ustvarjalni izdelki pravnih oseb ali samostojnih umetnikov, registriranih na ozemljih Bosne in Hercegovine, Hrvaške, Slovenije, Srbije in Severne Makedonije, za katere imajo ti ustrezne avtorske pravice;
- naročene, odobrene in izdelane za oglaševalca/stranko ter objavljene na njihove stroške v obdobju upravičenosti, navedenem v tem priročniku za prijave;
- objavljene v obdobju upravičenosti, s čimer po merilih stroke nesporno predstavljajo realno tržno dejavnost na podlagi poslovnih interesov oglaševalca/kupca po obliki in količini;
- predložene v obliki, ki jo opredeljuje ta priročnik za prijave, v skladu s pravili tekmovanja, in s predložitvijo prijavnice, kjer so navedene vse zahtevane informacije;
- predložene z odobritvijo naročnika – upravičeni so samo tisti primeri, ki so jih naročniki odobrili in uporabili, objavili in izvedli v obdobju upravičenosti, pri čemer velja, da s prijavo primera v tekmovanje udeleženec jamči, da ima soglasje naročnika za prijavo primera v tekmovanje, da je primer skladen s pogoji za upravičenost in da je v celoti v skladu z Priročnikom za prijave tekmovanja BalCannes;
- posedovati ustrezne avtorske pravice in spoštovati kodekse ravnanja v skladu z zakoni matične države.

V vseh kategorijah so za prijavo na tekmovanje upravičene celovite, integrirane kampanje kot tudi individualna, edinstvena prizadevanja v okviru kampanje, ki predstavljajo idejo (na primer TVC ali serija TVC, tiskani oglasi ali serije tiskanih oglasov, dogodki, PR, letaki, videoposnetki, namenjeni družbenim medijem, itd.).

Za sodelovanje na regionalnem tekmovanju BalCannes predloženi primeri **NE MOREJO** biti:

- prilagojeni primeri mednarodnih podjetij, z izjemo primerov, ki so bili bistveno nadgrajeni, da ustrezajo potrebam lokalnega trga;
- primeri, ki kršijo avtorske pravice ali kršijo zakone ali kodekse v Republiki Bosni in Hercegovini, Republiki Hrvaški, Republiki Severni Makedoniji, Republiki Srbiji in Republiki Sloveniji;
- primeri, ki so bili predhodno prijavljeni na tekmovanje BalCannes, z izjemo primerov, ki so bili od zadnjega sodelovanja na tekmovanju bistveno spremenjeni ali izboljšani. Če člani žirije ugotovijo, da primer ni bil bistveno spremenjen ali izboljšan, ga lahko kaznujejo z uporabo svojih ocen.

Vsak udeleženec, ki ne upošteva teh pravil, je lahko **izključen iz prihodnjega sodelovanja na tekmovanju v obdobju od enega do treh let** v skladu s sklepom organizacijskega odbora. Če se naknadno ugotovi, da pravila niso bila upoštevana, bo pokal odvzet, javnost pa bo obveščena o vseh ustreznih informacijah glede diskvalifikacije zadevnega udeleženca.

Ko je prijava predložena, se šteje za dokončno, nobenih podatkov, navedenih v njej, pa ni mogoče naknadno spremeniti. Prijavitelj s predložitvijo prijavnice daje organizatorju pravico do objave oddanih primerov v njihovi izvorni obliki za vse potrebe tekmovanja.

PRIJAVNINE

Da bo vaša prijava veljavna, morate izpolniti obrazec na spletnem mestu www.danikomunikacija.com/awards/balcannes in plačati prijavnino v določenem roku – **3. februar 2025**. Če plačilo ni opravljeno, predloženi projekt ne bo upravičen do sodelovanja na tekmovanju BalCannes. Upoštevajte, da bo končni račun izdan po zaključku tekmovanja, t.j. maja 2025.

Prijavnine za nagrade BalCannes za posamezen primer so naslednje:

- redni rok za prijavo: **do 20. 12. 2024, do 23.59 ure** – 190 EUR + DDV
- pozna prijava: **do 20. 1. 2025, do 23.59 ure** – 290 EUR + DDV

Posebne ponudbe

BREZPLAČNO ZA PRVE PRIJAVE	3 + 1 (6 + 2, 9 + 3 ...) PONUDBA
Če v zadnjih dveh letih niste prijavili projekta na tekmovanje BalCannes, imamo za vas darilo dobrodošlice – vaša prva prijava je brezplačna, ne glede na stopnjo ali kategorijo, v kateri se prijavljate.	Če ste v preteklih dveh letih prijavili projekt na tekmovanje BalCannes, bomo vašo predanost nagradili s ponudbo 3 + 1 – če v določenih rokih oddate tri prijave, lahko brezplačno oddate dodatno prijavo! Lahko pa uporabite tudi ponudbo 6 + 2 ... ali 9 + 3 ...in tako naprej.

Prijavnina za **DK2025** ni vključena v prijavnino za BalCannes.

VARSTVO OSEBNIH PODATKOV

Varstvo osebnih podatkov je za nas izrednega pomena. Vsi podatki za stik in vsi dodatni podatki, ki jih vnesete med prijavo na tekmovanje BalCannes, so zaupni. Več informacij o tem, kako ravnamo z vašimi podatki, lahko najdete v našem [Pravilniku o zasebnosti](#).

STIK

Če potrebujete dodatne informacije ali imate vprašanja glede pogojev za upravičenost, nalaganja ustvarjalnega gradiva itd., se na nas obrnite prek awards@danikomunikacija.com.

Eva Trstenjak, vodja za področje nagrad

eva.trstenjak@hura.hr, **+385997245593**

Monika Bogdanić, koordinatorica za področje nagrad

monika.bogdanic@hura.hr, **+385991633993**