



BALCANNES 2025

PRAVILNIK

DOBRO DOŠLI NA BALCANNES

Bilo da ste etablirana agencija ili se tek probijate na kreativnoj sceni, BalCannes je natjecanje na kojem se možete pokazati i dokazati onima koji vas ne znaju zašto ste vrijedni – **i da je vaše mjesto uvijek u društvu najboljih.**

Na BalCannesu struka nagrađuje vaše najbolje projekte zlatnim, srebrnim i brončanim nagradama te se predstavljate svima na tržištima **Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Sjeverne Makedonije, Slovenije i Srbije.** Najbolji projekt osvaja BalCannes Grand Prix, a sukladno izračunu bodova saznat ćemo tko će biti proglašen najboljom agencijom, a tko najboljim oglašivačem BalCannesa. Najvažnije, plasmanom u **BalCannes Reportu naći ćete se na rang-listi najboljih u regiji!**

NOVE SKUPINE, NOVE KATEGORIJE, NOVE NAGRADE ZA VAS

BalCannes je posvećen prepoznavanju izvrsnih ideja koje se manifestiraju na različite načine – zato od sada svoje radove možete prijaviti **u čak tri natjecateljske skupine: Market Mosaic, Design Mosaic i Positive Change Mosaic.** U sklopu skupine Market Mosaic, vaši projekti mogu se natjecati u čak 15 tržišnih kategorija u kojima djeluju klijenti, uključujući i novu kategoriju **Entertainment** koja obuhvaća projekte koji se odnose na sport, gaming, film, glazbu i druge aspekte popularne kulture. U novoj skupini **Design Mosaic** posvećenoj isticanju najboljih i najinovativnijih dizajnerskih rješenja u oglašavanju očekuje vas pet kategorija: **Branding, Rebranding, Advertising Design, High-Volume Packaging Design i Low-Volume Packaging Design.** Treća skupina **Positive Change** obuhvaća dvije kategorije usmjerene na pozitivne promjene: **Green Impact i Community Care.** Uz bogat izbor kategorija vjerujemo da ćete pronaći jednu (ili više njih) koja savršeno odgovara vašem projektu... **a osvajanje nagrada prepuštamo vama!**

Detaljnije informacije o natjecanju možete pronaći u ovom pravilniku, a vijesti pratiti na stranici www.danikomunikacija.com/awards/balcannes.

SADRŽAJ

NATJECATELJSKE SKUPINE I KATEGORIJE	3
SKUPINA I. MARKET MOSAIC	3
SKUPINA II. DESIGN MOSAIC	4
SKUPINA III. POSITIVE CHANGE MOSAIC.....	5
PRIZNANJA NAJBOLJIMA	6
SHORTLISTA I FINALISTI BALCANNESA	6
POBJEDNICI: ZLATO, SREBRO I BRONCA	6
NAGRADA EDITOR'S PICK BALCANNESA	6
BALCANNES GRAND PRIX.....	6
AGENCIJA I OGLAŠIVAČ GODINE BALCANNESA	6
BALCANNES REPORT	6
STRUČNJACI IZA BALCANNESA	7
ŽIRI BALCANNESA: PARTNERSTVO AGENCIJA I OGLAŠIVAČA	7
ŽIRI MEDIJA: EDITOR'S PICK.....	7
STRUČNI SAVJET BALCANNESA.....	7
ORGANIZACIJSKI ODBOR BALCANNESA	7
ODABIR NAGRAĐENIH.....	8
ŽIRIRANJE	8
ODABIR GRAND PRIXA.....	8
ODABIR AGENCIJE I OGLAŠIVAČA GODINE	8
NEOVISNO OCJENJIVANJE, PRAVEDNOST I NEUTRALNOST	9
KRITERIJI SELEKCIJE.....	9
PRIJAVE I ROKOVI.....	11
KAKO SE PRIJAVITI	11
UVJETI SUDJELOVANJA.....	12
NAKNADA.....	13
ZAŠTITA OSOBNIH PODATAKA	14
KONTAKT	14

NATJECATELJSKE SKUPINE I KATEGORIJE

SKUPINA I. MARKET MOSAIC

U skupini **Market Mosaic** vaši će projekti biti nagrađeni prema poslovnim kategorijama u kojima i inače konkuriraju na tržištu. U slučaju projekata koji ne pripadaju ni jednoj od poslovnih kategorija, možete ih prijaviti u 15. kategoriju **Miscellaneous**. Organizator zadržava pravo rekategorizacije prijavljenih radova, a broj prijava iz pojedine agencije **nije ograničen**.

U svakoj od navedenih kategorija možete osvojiti **zlatnu, srebrnu ili brončanu nagradu**:

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** predstavlja projekte čiji je cilj njegovati reputaciju kompanije ili brenda, uključujući employer branding i kampanje samopromocije.

****Kategorija Entertainment** obuhvaća projekte koji se odnose na sport, gaming, film, glazbu i druge aspekte popularne kulture. U ovu kategoriju se ne mogu prijaviti sami proizvodi (npr. glazbeni spot ili film kao umjetničko djelo), već isključivo marketinške kampanje ili pojedinačni, jedinstveni dijelovi unutar kampanje, povezani s tim proizvodima i industrijama.

SKUPINA II. DESIGN MOSAIC

Skupina **Design Mosaic** posvećena je isticanju najboljih i najinovativnijih dizajnerskih rješenja u oglašavanju. Unutar skupine Design Mosaic svoje projekte možete prijaviti u pet kategorija.

U ovoj kategoriji kreativne je materijale dozvoljeno prijaviti **isključivo u obliku .PDF prezentacije** koja smije sadržavati poveznice na video sadržaje isključivo ako su oni nužni za adekvatnu prezentaciju rada. Ako žiriju želite pokazati neke dodatne materijale, možete ih priložiti u dodatnim materijalima [pogledajte [PRIJAVE I ROKOVI](#)].

1	Branding	U kategoriji Branding za nagradu konkuriraju svi projekti stvaranja i oblikovanja brenda novog proizvoda, usluge ili organizacije kojim se stvara slika o njima u svijesti potrošača. U ovoj kategoriji, uz vizualni identitet, potrebno je predstaviti i pozicioniranje brenda, strateški pojasniti rad i proces brandinga, vrijednosti i sav dodatan kontekst koji je žiriju potreban za kvalitetno vrednovanje prijave.
2	Rebranding	U kategoriji Rebranding za nagradu konkuriraju svi projekti rebrandiranja identiteta postojećeg proizvoda, usluge ili organizacije kojim se stvara slika o njima u svijesti potrošača. U ovoj kategoriji, uz vizualni identitet, potrebno je predstaviti i pozicioniranje brenda, strateški pojasniti rad i proces brandinga, vrijednosti i sav dodatan kontekst koji je žiriju potreban za kvalitetno vrednovanje prijave. Prilikom prijave u kategoriji Rebranding obavezno je navesti primjer brandinga koji je mijenjan radi usporedbe s novim rješenjem.
3	Advertising Design	U kategoriju Advertising Design prijaviti se mogu marketinška ostvarenja/ideje u tiskanim/OOH medijima (npr. poster, billboard, oglasi u publikacijama) ili u digitalnom svijetu (npr. digitalni banneri, oglasi na društvenim mrežama i sl.). U prijavi je uz kreativne materijale potrebno jasno izložiti i zadatak, izazov, ideju i rješenje.
4	High-Volume Packaging Design	U kategoriji High-Volume Packaging Design nagrade se dodjeljuju najkreativnijim i najinovativnijim rješenjima u svijetu dizajna ambalaže proizvedene u nakladi većoj od 10.000 komada . U kontekstu ove skupine bit će vrednovana ideja i izvedba, no i faktor održivosti u kontekstu materijala i načina proizvodnje. U prijavi je uz kreativne materijale potrebno jasno izložiti i zadatak, izazov, ideju i rješenje. U slučaju da se prijavljuje nova ambalaža već postojećeg proizvoda, obavezno je navesti primjer ambalaže koji je mijenjana radi usporedbe s novim rješenjem.
5	Low-Volume Packaging Design	U kategoriji Low-Volume Packaging Design nagrade se dodjeljuju najkreativnijim i najinovativnijim rješenjima u svijetu dizajna ambalaže proizvedene u nakladi manjoj od 10.000 komada . U kontekstu ove skupine bit će vrednovana ideja i izvedba, no i faktor održivosti u kontekstu materijala i načina proizvodnje. U prijavi je uz kreativne materijale potrebno jasno izložiti i zadatak, izazov, ideju i rješenje. U slučaju da se prijavljuje nova ambalaža već postojećeg proizvoda, obavezno je navesti primjer ambalaže koji je mijenjana radi usporedbe s novim rješenjem.

SKUPINA III. POSITIVE CHANGE MOSAIC

Positive Change Mosaic slavi društvene akcije i moć kreativnosti koje potiču pozitivnu promjenu u svijetu. U ovoj skupini možete pokazati kako je vaš projekt doprinio UN-ovim [ciljevima za održivi razvoj](#) za 2030. godinu za ljude, planet, blagostanje, mir, partnerstvo, kao i za inkluzivnost, poštenje i jednakost. **Ova je skupina otvorena i profitnim i neprofitnim kampanjama.**

1	Green Impact	Ova kategorija usmjerena je na radove koji su potaknuli ljude da se odluče za zelenije opcije i/ili koji su povećali popularnost eco-friendly proizvoda i usluga uključivši u svoj marketing poruke koje su ekološki osviještene – npr. inicijative koje se suočavaju s problemima kao što su povoljna i čista energija, čista voda i sanitarije, ekološki održivi gradovi i zajednice, odgovorna potrošnja i proizvodnja, akcije za klimu i zaštitu morskog i kopnenog života.
2	Community Care	U ovoj se kategoriji naglasak stavlja na marketinške radove koji su uspješno skrenuli pažnju na neki društveni problem ili su kroz rad nastavili djelovati s pozitivnim utjecajem na društvo . Temelj ove kategorije su pozitivne društvene i kulturološke promjene, propitivanje uspostavljenog statusa quo i promjena prihvaćenih norma i stereotipa koji stvaraju društvenu nejednakost – npr. inicijative koje se bore protiv siromaštva, za pristup zdravstvenom sustavu i obrazovanju, za stvaranje raznolikog, pravednog i inkluzivnog društva, koje stvara jednake prilike i posao i u širim zajednicama za sve članove našeg društva.

PRIZNANJA NAJBOLJIMA

SHORTLISTA I FINALISTI BALCANNESA

Vaš ulazak na shortlistu BalCannesa dokaz je da je stručni žiri izdvojio upravo vaše radove u izbor najboljih iz nekoliko zemalja regije. Prije dodjele nagrada vaše shortlistane projekte **predstaviti ćemo strukovnoj javnosti**, klijentima i medijima iz regije promovirajući ih na dnevnoj bazi na društvenim mrežama i u strukovnim medijima. Ovo je jedinstvena objava koja će tjednima privlačiti pažnju cijele regije i na jedinstven način istaknuti vaš rad. Nakon dodjele finalistima natjecanja bit će uručen certifikat, a finalisti koji žele ukrasiti agencijske vitrine ili iznenaditi klijente najunikatnijim poklonom imaju mogućnost, uz naknadu, naručiti **statuu za finaliste**. Ova statua oblikom je jednaka kao pobjednička, samo je manjih dimenzija uz natpis *finalist*.

POBJEDNICI: ZLATO, SREBRO I BRONCA

Vaši najbolji radovi koji pobijede u bilo kojoj od 22 kategorije natjecanja u tri skupine mogu osvojiti zlatne nagrade za prvoplasirane, odnosno srebrne i brončane nagrade BalCannesa za drugoplasirane i trećeplasirane u pojedinoj kategoriji. Za svaku osvojenu nagradu bit će vam uručena BalCannes statua. Svi pobjednički radovi dobit će po jednu statuu, a kasnije je moguće naručiti dodatne primjerke uz naknadu.

NAGRADA EDITOR'S PICK BALCANNESA

Vaše radove neće nagrađivati samo agencije i oglašivači, već će i predstavnici strukovnih medija iz svih natjecateljskih zemalja biti pozvani na odabir jednog izuzetnog projekta među projektima koji su prošli u finale prema odluci žirija agencija i oglašivača – **i koji će osvojiti prestižnu Editor's Pick nagradu medija**.

BALCANNES GRAND PRIX

BalCannes Grand Prix predstavlja glavnu nagradu za izniman rad u dvogodišnjoj produkciji, a osvojiti će ga projekt s najvećim ukupnim brojem bodova koji je u svojoj kategoriji osvojio zlatnu nagradu.

AGENCIJA I OGLAŠIVAČ GODINE BALCANNESA

BalCannes izabire agenciju i oglašivača godine u regiji! Nagrade se dodjeljuju prema izračunu osvojenih bodova onima koji su ih skupili najviše od svih na natjecanju kroz žiriranje agencija i oglašivača, a pribrajaju se i bodovi od nagrade Editor's Pick, koju dodjeljuje žiri sačinjen od strukovnih medija. Za ove prestižne titule kojima bi se svatko rado pohvalio kandidiraju svi natjecatelji BalCannesa, a osim osvajanja titula, slave i glamura, najbolji dobivaju i mjesto u BalCannes Reportu.

BALCANNES REPORT

U želji da maksimalno iskoristimo potencijal jedinstvenih perspektiva žirija agencija i oglašivača, kao i medija, u tjednima nakon proglašenja pobjednika objavit ćemo i detaljan BalCannes Report, opširni izvještaj i pregled stanja u regiji koji će se na godišnjoj bazi objavljivati s listom najboljih i biti dostupan svima na tržištu. Po završetku natjecanja analiza rezultata i osvojenih bodova pokazat će tko su bili najbolji prema raznim kriterijima – traže se najbolji po zemljama, kategorijama, projektima, agencijama, oglašivačima, prema mišljenju žirija iz zasebnih perspektiva stručne procjene agencija, oglašivača, medija itd.

STRUČNJACI IZA BALCANNESA

BalCannes se iznimno ponosi snažnom bazom stručnjaka iz regije koji sudjeluju u pripremnim i organizacijskim fazama natjecanja te u fazi žiriranja projekata. U pripremi i provedbi BalCannesa djeluju čak tri žirija s potpuno različitim, ali komplementarnim perspektivama te Stručni savjet i Organizacijski odbor.

ŽIRI BALCANNESA: PARTNERSTVO AGENCIJA I OGLAŠIVAČA

Žiri BalCannesa jedinstven je na ovim prostorima jer okuplja predstavnike agencija i oglašivača, kao i medija koji prate struku iz **Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Sjeverne Makedonije, Slovenije i Srbije** te na taj način ističe vrijednost partnerstva agencija i klijenata, kao što je slučaj i na tržištu. Žiri se sastoji od najboljih regionalnih stručnjaka u industriji koje je izabrao Organizacijski odbor BalCannesa na osnovi preporuka od Stručnog savjeta BalCannesa, prethodnih uspjeha na BalCannesu, kvalitete njihove ekspertize, odgovornosti kao člana žirija, obaveznog iskustva u industriji i poznatih rezultata na tržištu. Stručni savjet bira predsjednike žirija agencija i oglašivača koji će voditi diskusiju u svojem žiriju.

ŽIRI MEDIJA: EDITOR'S PICK

Članove ovog žirija bira Organizacijski odbor na temelju bogatog iskustva i relevantne prisutnosti na oglašivačkoj sceni regije, a oni među sobom biraju predsjednika žirija koji će voditi diskusiju. Kako bi odabrali projekt vrijedan ove nagrade, ocjenjivat će shortlistane projekte pomoću svoje jedinstvene perspektive i vlastitih kriterija. Prvo će svaki član žirija strukovnih medija pojedinačno ocijeniti shortlistane projekte ocjenama od 1 do 10 kako bi se izdvojilo pet najboljih projekata prema odluci žirija strukovnih medija, a zatim će svi članovi tog žirija zajedno raspraviti o tim projektima i većinom glasova odabrati projekt koji osvaja nagradu Editor's Pick.

STRUČNI SAVJET BALCANNESA

Stručni savjet savjetodavno je tijelo definirano Pravilnikom Stručnog savjeta natjecanja BalCannes koje djeluje u fazi planiranja i organizacije natjecanja BalCannes, osnovano s primarnom zadaćom savjetovanja Organizacijskog odbora s ciljem osiguranja kontinuirane usklađenosti BalCannesa s potrebama industrije i tržišta zemalja sudionica BalCannesa (Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Sjeverna Makedonija, Slovenija i Srbija). U skladu sa sjajnim rezultatima u 2024. godini, sačinjavaju ga sljedeći članovi: **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) i **Dino Zupančić** (Agencija 101, SLO).

ORGANIZACIJSKI ODBOR BALCANNESA

Organizacijski odbor natjecanja BalCannes koordinacijsko je tijelo u svim fazama planiranja, organizacije i implementacije natjecanja BalCannes, osnovan s primarnom zadaćom unapređenja kvalitete i rasta regionalnog kreativnog natjecanja BalCannes.

ODABIR NAGRAĐENIH

ŽIRIRANJE

BalCannes je jedino natjecanje na ovim prostorima koje svim prijaviteljima omogućava da saznaju kako na njihov projekt gledaju agencije i oglašivači, a kako mediji koji prate struku, te time pruža cjelovitu sliku o uspješnosti. Žiriranje se odvija u dva kruga:

1. PRVI, PREDSELEKCIJSKI KRUG

U prvom, predseleksijskom krugu, o projektima koji zaslužuju prolazak u drugi krug odlučuju svi članovi žirija agencija i žirija oglašivača pojedinačno eliminacijskim glasovanjem (DA/NE). Svi projekti koji tijekom predseleksijskog kruga ostvare više od 50 % glasova „DA“ prolaze u drugi krug te se nalaze na shortlisti BalCannesa. Sve prijedloge za diskvalifikaciju članovi žirija dužni su predati u prvom, predseleksijskom krugu. Argumentirani prijedlog za diskvalifikaciju može se predati na temelju nepoštivanja Pravilnika natjecanja. Nakon predaje prijedloga za diskvalifikaciju, član žirija nastavlja redovno ocjenjivati navedeni projekt. Nastavno na zaprimanje prijedloga za diskvalifikaciju, Organizator se prijaviteljima javlja za argumentaciju te potom Organizacijski odbor odlučuje o tome hoće li projekt biti diskvalificiran te Organizator obavještava prijavitelja o ishodu.

2. DRUGI, SELEKCIJSKI KRUG

U drugom, seleksijskom krugu žiri agencija i oglašivača BalCannesa o projektima žirira odvojeno, ocjenjivanjem projekata ocjenama od 1 do 10. Žiri prilikom ocjenjivanja može raspravljati o dodjeli svih nagrada. Finalni poredak određuje se aritmetičkim prosjekom dodijeljenih bodova svih članova žirija, s time da se izuzima najveća i najmanja ocjena, kojim se određuje koji projekti osvajaju zlatne, srebrne ili brončane nagrade. Pritom minimalni prag za osvajanje zlatne nagrade iznosi **6,5** bodova. Srebrne i brončane nagrade po kategorijama osvojiti će drugoplasirani i trećeplasirani projekti, uz uvjet prelaska minimalnog praga od **5,5** bodova.

ODABIR GRAND PRIXA

BalCannes Grand Prix osvojiti će projekt s najvećim ukupnim brojem bodova koji je u svojoj kategoriji osvojio zlatnu nagradu. Kao dodatan mehanizam odabira Grand Prix, svaki član žirija također mora označiti svoje top tri preference za dodjelu nagrade Grand Prix. U slučaju bodovnog izjednačenja, odnosno bodovne razlike manje od 0.5 bodova, Organizacijski odbor u obzir uzima i glasove za Grand Prix.

ODABIR AGENCIJE I OGLAŠIVAČA GODINE

Rezultati natjecanja bit će rangirani prema sljedećem izračunu bodova:

STATUS	BODOVI
Finalist	1 bod
Brončana nagrada	5 bodova

Srebrna nagrada	10 bodova
Zlatna nagrada	20 bodova
Editor's Pick nagrada	20 bodova
Grand Prix nagrada	30 bodova

Bodovi se računaju samo za najvišu poziciju koju je rad osvojio i nisu kumulativni, što znači da osvajanje zlata, srebra ili bronce u nekoj od **22** kategorije isključuje bodove za finalista, a osvajanje nagrade Grand Prixa BalCannesa isključuje bodove za niže nagrade tog rada u primarnoj kategoriji (zlata). Nagrada Editor's Pick ne isključuje bodove osvojene u primarnoj kategoriji u kojoj je prijavljen projekt, kao ni bodove osvojene za Grand Prix. 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.

Najbolje ocijenjeni projekti bit će proglašeni u svibnju 2025. godine na svečanoj dodjeli nagrada, koja će se održati na središnjoj pozornici [Dana komunikacija](#) u Rovinju.

NEOVISNO OCJENJIVANJE, PRAVEDNOST I NEUTRALNOST

U drugom krugu natjecanja žiri agencija i oglašivača odvojeno raspravlja o prijavljenim projektima. Radi dodatnog očuvanja neutralnosti pri ocjenjivanju u II. krugu, iz izračuna bodova za svaki rad isključuju se najviša i najniža ocjena. Odvojeno glasovanje organizirano je za nagradu Editor's Pick koji dodjeljuje žiri strukovnih medija. Poredak najboljih projekata prema svakom od žirija bit će objavljen u BalCannes Reportu. Zbog neutralnosti u ocjenjivanju, u žiriju može biti samo jedan predstavnik iste agencije ili agencijske mreže, oglašivača te medija, a kako bismo dodatno osigurali poštenu selekciju, članovi žirija neće moći glasovati za projekte s kojima su interesno ili drugačije povezani. Dodatno, zbog pozitivne, tj. negativne selekcije, članovi žirija iz redova agencija bit će također izuzeti iz ocjenjivanja projekata koje su prijavile njihove povezane agencije iz drugih država.

KRITERIJI SELEKCIJE

Prilikom odabira najboljih projekata BalCannesa, svi 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 natjecanje BalCannes 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 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. BalCannes, kao regionalno 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

BalCannes 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 BalCannes izvedbena kvaliteta sama po sebi nije dovoljna ako nije u službi ideje te ako je ona manjkava, banalna ili je čak i nema.

PRIJAVE I ROKOVI

Svoje prijave za regionalno kreativno natjecanje BalCannes 2025 možete predati zaključno s **20. siječnja 2025.**

Na natjecanju možete sudjelovati sa svim projektima iz **Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Sjeverne Makedonije, Slovenije i Srbije**, kao cjelovitim kampanjama i pojedinačnim dijelovima kampanja, koji su objavljeni u zadanom **dvogodišnjem razdoblju od 20. siječnja 2023. do 20. siječnja 2025.** Projekti koji su počeli prije ili završili nakon kvalifikacijskog perioda također se mogu natjecati pod uvjetom da je barem dio projekta realiziran u zadanim terminima.

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, event, PR, letak, video za društvene mreže i sl.).

Prijave i **videosažeci moraju biti na matičnom ili engleskom jeziku**, a u slučaju da prijavitelj smatra da kreativni materijal žiriju neće biti razumljiv, preporučljivo je dodati titlove na engleskom jeziku.

U slučaju da vaš projekt bude shortlistan, prijavom dajete pristanak da BalCannes javno objavi vaše kreativne materijale, glavni vizual i sažetak projekta.

KAKO SE PRIJAVITI

Svoje projekte možete prijaviti na internetskoj stranici

www.danikomunikacija.com/awards/balcannes, a sudjelovanje je jednostavno:

1. NAVEDITE OSNOVNE PODATKE

Ispunite online prijavnicu u kojoj ćete navesti osnovne podatke koji su organizatoru potrebni u slučaju osvajanja nagrade: naziv projekta, ime prijavitelja i klijenta, kategoriju prijave te podatke o tvrtki prijavitelju.

2. UPLOADAJTE PREZENTACIJU RADA

U skupinama **I. Market Mosaic** te **III. Positive Change Mosaic** svoj rad možete prezentirati žiriju **na jedan od dva načina: kao sažetak ili** cjeloviti **.PDF dokument** koji smije sadržavati poveznice na video sadržaje isključivo ako su oni nužni za adekvatnu prezentaciju rada. U skupini **II. Design Mosaic**, svoj rad možete prezentirati **isključivo** kao **.PDF dokument**, na koji se primjenjuju ista pravila.

A. VIDEOSAŽETAK	B. PDF DOKUMENT
DOZVOLJENO U SKUPINI I. Market Mosaic, III. Positive Change Mosaic Svoj rad možete prezentirati svoj rad u obliku videosažetka sa sljedećim tehničkim specifikacijama: • Trajanje: maksimalno tri (3) minute • Format: .mp4 • Min. rezolucija: 1280 x 720 Maks. veličina datoteke: 500 MB	DOZVOLJENO U SKUPINI I. Market Mosaic, II. Design Mosaic, III. Positive Change Mosaic Ako je rad takav da ne zahtijeva videosažetak, možete ga predati u obliku .PDF dokumenta. .PDF dokument smije sadržavati poveznice na video sadržaje isključivo ako su oni nužni za adekvatnu prezentaciju rada.

DODATNI MATERIJALI: Ovo polje u prijavnici koristite samo ako smatrate da se vaš rad videosažetkom ili .PDF dokumentom ne može dostatno predstaviti žiriju te da im je potreban dodatan kontekst. Ovaj sadržaj bit će dostupan članovima žirija prilikom pregledavanja vašeg rada, no nije sadržaj koji žiri mora obavezno pregledati.

3. PREDAJTE GLAVNI VIZUAL I SAŽETAK GLAVNOG IZAZOVA BRIEFA (MAX. 150 RIJEČI)

Glavni vizual kampanje predajete za korištenje u promidžbene svrhe u formatu .jpg/.jpeg (preporučeno A4), minimalne rezolucije **300 dpi**. Predajete i sažetak glavnog izazova briefa (**maksimalno 150 riječi**), vašeg rješenja te postignutih rezultata.

Sve vrste oglasa (TV spotovi, radijski oglasi i dr.) obvezno prijavite u izvornom obliku bez naknadnih izmjena, a sredstva interaktivne komunikacije trebaju biti praćena aktivnom mrežnom adresom.

UVJETI SUDJELOVANJA

Kvalifikacijski period obuhvaća razdoblje od **20. siječnja 2023. do 20. siječnja 2025.**

Prijavni period otvoren je do **20. siječnja 2025.**

Na regionalnom natjecanju BalCannes mogu sudjelovati sva djela tržišnog komuniciranja koja su:

- kreativni proizvodi pravnih osoba ili samostalnih umjetnika registriranih na području Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Sjeverne Makedonije, Slovenije i Srbije 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
- prijavljena na BalCannes uz prethodni pristanak klijenta – samo oni projekti koje su klijenti odobrili i koristili, objavili i provodili u kvalifikacijskom periodu mogu biti prijavljeni na BalCannes, a prijavitelj samom prijavom projekta potvrđuje da ima odobrenje klijenta za prijavu, da projekt zadovoljava uvjete prijave te da je u potpunosti u skladu s pravilnikom BalCannesa
- posjeduju odgovarajuća autorska prava i poštuju kodekse prema zakonima matične zemlje.

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.).

Na regionalnom natjecanju BalCannes ne mogu sudjelovati sva djela tržišnog komuniciranja koja su:

- adaptirani radovi međunarodnih kampanja, osim ako na njima nije napravljena značajna nadogradnja za potrebe lokalnog tržišta.

- radovi koji krše tuđa autorska prava, važeće zakone i kodekse u Bosni i Hercegovini, Republici Hrvatskoj, Republici Sjevernoj Makedoniji, Republici Sloveniji i Republici Srbiji.
- radovi koji su već bili prijavljeni za natjecanje BalCannes osim onih radova koji su značajno promijenjeni ili poboljšani od prošlog puta kada su bili prijavljeni. U slučaju da članovi žirija utvrde da rad nije dovoljno značajno promijenjen ili poboljšán, imaju ga pravo penalizirati ocjenom.

Prijavitelj koji ne bude poštovao ova pravila, prema odluci Organizacijskog odbora festivala, 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 proslijeđena 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.

NAKNADA

Kako bi bila važeća, prijavu je potrebno u zadanom roku predati pomoću obrasca na internetskoj stranici www.danikomunikacija.com/awards/balcannes. Uplatu je potrebno izvršiti u zadanom roku, a radovi za koje uplata nije podmirena najkasnije do **3. veljače 2025.** neće se moći natjecati. Finalni račun izdaje se po završetku projekta, odnosno u **svibnju 2025.** godine.

Cijena prijave na natjecanje BalCannes po projektu iznosi:

- **redovni prijavni rok: do 20. 12. 2024. u 23:59 – 190 EUR + PDV**
- **kasni prijavni rok: do 20. 1. 2025. u 23:59 – 290 EUR + PDV**

PRVA PRIJAVA BESPLATNA	3+1 (6+2, 9+3...) PONUDA
Ako u prethodne dvije godine niste prijavljivali projekt na BalCannes, za vas imamo poklon dobrodošlice – vaša prva prijava je besplatna , neovisno o skupini ili kategoriji u koju je prijavljujete.	Ako ste u posljednje dvije godine prijavljivali projekt na natjecanje BalCannes, vašu marljivost nagrađujemo 3 + 1 ponudom – ako podnesete tri prijave unutar navedenih rokova možete podnijeti još jednu prijavu bez naknade! A možda će vam od koristi biti i 6+2 ponuda...ili 9+3...ili 12+4.

Kotizacija za DK2025 nije uključena u cijenu prijave na BalCannes.

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 BalCannes povjerljive su, a više informacija o tome kako s njima postupamo možete pronaći u [Politici privatnosti](#).

KONTAKT

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

Eva Trstenjak, voditeljica natjecanja
eva.trstenjak@hura.hr, **+385997245593**

Monika Bogdanić, koordinatorka natjecanja
monika.bogdanic@hura.hr, **+385991633993**