



BALCANNES 2025

PRAVILNIK

DOBRO DOŠLI NA BALCANNES

Bilo da ste etablirana agencija sa impresivnim iskustvom ili nadolazeća zvezda u industriji komunikacija, BalCannes je mesto gde možete pokazati svoju vrednost onima koji još nisu imali priliku da vas upoznaju – i **dokazati da vam je mesto među najboljima u industriji.**

Na BalCannesu, stručnjaci iz industrije nagrađuju vaše najbolje projekte zlatnim, srebrnim i bronzanim trofejima, a vi dobijate vidljivost na tržištima **Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Severne Makedonije, Slovenije i Srbije.** Najbolji projekat osvaja BalCannes Grand Prix, a na osnovu bodovnog sistema, odredićemo ko će biti proglašen za Najbolju agenciju i Najboljeg oglašivača BalCannesa. Najvažnije, plasmanom u **BalCannes izveštaju, naći ćete se na listi najboljih u regionu!**

NOVE GRUPE, NOVE KATEGORIJE, NOVE NAGRADE ZA VAS

BalCannes je posvećen prepoznavanju izvrsnih ideja koje se manifestuju na različite načine – zato od sada svoje radove možete prijaviti u **čak tri takmičarske grupe: Market Mosaic, Design Mosaic i Positive Change Mosaic.** U okviru grupe Market Mosaic, vaši projekti mogu se takmičiti u čak 15 tržišnih kategorija u kojima deluju klijenti, uključujući i novu kategoriju **Entertainment**, koja obuhvata projekte iz oblasti sporta, gaminga, filma, muzike i drugih aspekata popularne kulture. U novoj grupi **Design Mosaic**, posvećenoj isticanju najboljih i najinovativnijih dizajnerskih rešenja u oglašavanju, očekuje vas pet kategorija **Branding, Rebranding, Advertising Design, High-Volume Packaging Design i Low-Volume Packaging Design.** Treća grupa **Positive Change** obuhvata dve kategorije usmerene na pozitivne promene: **Green Impact i Community Care.** Uz bogat izbor kategorija verujemo da ćete pronaći jednu (ili više njih) koja savršeno odgovara vašem projektu... **a osvajanje nagrada prepuštamo vama!**

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

SADRŽAJ

TAKMIČARSKE GRUPE I KATEGORIJE	3
GRUPA I. MARKET MOSAIC	3
GRUPA II. DESIGN MOSAIC	4
GRUPA III. POSITIVE CHANGE MOSAIC	5
PRIZNANJA NAJBOLJIMA	6
SHORTLISTA I FINALISTI BALCANNESA	6
POBEDNICI: ZLATO, SREBRO I BRONZA	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 SAVET BALCANNESA	7
ORGANIZACIONI ODBOR BALCANNESA	7
ODABIR NAGRAĐENIH	8
ŽIRIRANJE	8
ODABIR GRAND PRIXA	8
ODABIR AGENCIJE I OGLAŠIVAČA GODINE	8
NEZAVISNO OCENJIVANJE, PRAVEDNOST I NEUTRALNOST	9
KRITERIJUMI SELEKCIJE	9
PRIJAVE I ROKOVI	11
KAKO SE PRIJAVITI	11
USLOVI UČEŠĆA	12
NAKNADA	13
ZAŠTITA LIČNIH PODATAKA	14
KONTAKT	14

TAKMIČARSKE GRUPE I KATEGORIJE

GRUPA I. MARKET MOSAIC

U **Market Mosaic** grupi vaši projekti će biti nagrađeni prema poslovnim kategorijama u kojima inače konkuriraju na tržištu. Za projekte koji ne pripadaju nijednoj od poslovnih kategorija, možete ih prijaviti u 15. kategoriju **Miscellaneous**. Organizator zadržava pravo da prekategoriše prijavljene radove, a broj prijava iz jedne agencije **nije ograničen**.

U svakoj od navedenih kategorija možete osvojiti **zlatnu, srebrnu ili bronzanu 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** nagrađuje projekte usmerene na negovanje reputacije kompanije ili brenda, uključujući employer branding i kampanje samopromocije.

****Kategorija Entertainment** nagrađuje projekte vezane za sport, gaming, film, muziku i druge aspekte popularne kulture. Pojedinačni proizvodi (npr. muzički spot ili film kao umetničko delo) ne mogu biti prijavljeni u ovoj kategoriji; samo marketinške kampanje ili jedinstvene, pojedinačne komponente u okviru kampanje povezane sa ovim proizvodima i industrijama ispunjavaju uslove za prijavu.

GRUPA II. DESIGN MOSAIC

Grupa **Design Mosaic** posvećena je isticanju najboljih i najinovativnijih dizajnerskih rešenja u oglašavanju.

U okviru grupe Design Mosaic svoje projekte možete prijaviti u pet kategorija. U ovoj kategoriji kreativne materijale je dozvoljeno prijaviti **isključivo u obliku .PDF prezentacije** koja može sadržati linkove na video sadržaje samo ako su oni neophodni za adekvatno predstavljanje rada. Ako želite da žiriju pokažete dodatne materijale, možete ih priložiti kao dodatne materijale.

1	Branding	U kategoriji Branding za nagradu konkurišu svi projekti stvaranja i oblikovanja brenda novog proizvoda, usluge ili organizacije, kojima se stvara imidž u svesti potrošača. U ovoj kategoriji, osim vizuelnog identiteta, potrebno je predstaviti i pozicioniranje brenda, strateški objasniti rad i proces brendiranja, vrednosti i sav dodatni kontekst koji je žiriju potreban za kvalitetno ocenjivanje prijave.
2	Rebranding	U kategoriji Rebranding za nagradu konkurišu svi projekti rebrendiranja identiteta postojećeg proizvoda, usluge ili organizacije, kojima se stvara imidž u svesti potrošača. U ovoj kategoriji, osim vizuelnog identiteta, potrebno je predstaviti i pozicioniranje brenda, strateški objasniti rad i proces brendiranja, vrednosti i sav dodatni kontekst koji je žiriju potreban za kvalitetno ocenjivanje prijave. Prilikom prijave u kategoriji Rebranding obavezno je navesti primer prethodnog brendiranja koji je promenjen radi poređenja sa novim rešenjem.
3	Advertising Design	U kategoriju Advertising Design prijaviti se mogu marketinška ostvarenja/ideje u štampanim/OOH medijima (npr. poster, bilbord, oglasi u publikacijama) ili u digitalnom svetu (npr. digitalni baneri, oglasi na društvenim mrežama i slično). U prijavi je pored kreativnih materijala potrebno jasno izložiti i zadatak, izazov, ideju i rešenje.
4	High-Volume Packaging Design	U kategoriji High-Volume Packaging Design nagrade se dodeljuju najkreativnijim i najinovativnijim rešenjima u svetu dizajna ambalaže proizvedene u nakladi većoj od 10.000 komada . U okviru ove grupe biće vrednovani ideja i izvedba, ali i faktor održivosti u kontekstu materijala i načina proizvodnje. U prijavi je, pored kreativnih materijala, potrebno jasno izložiti i zadatak, izazov, ideju i rešenje. U slučaju da se prijavljuje nova ambalaža već postojećeg proizvoda, obavezno je navesti primer prethodne ambalaže koja je promenjena radi poređenja sa novim rešenjem.
5	Low-Volume Packaging Design	U kategoriji Low-Volume Packaging Design nagrade se dodeljuju najkreativnijim i najinovativnijim rešenjima u svetu dizajna ambalaže proizvedene u nakladi manjoj od 10.000 komada . U okviru ove grupe biće vrednovani ideja i izvedba, ali i faktor održivosti u kontekstu materijala i načina proizvodnje. U prijavi je, pored kreativnih materijala, potrebno jasno izložiti i zadatak, izazov, ideju i rešenje. U slučaju da se prijavljuje nova ambalaža već postojećeg proizvoda, obavezno je navesti primer prethodne ambalaže koja je promenjena radi poređenja sa novim rešenjem.

GRUPA III. POSITIVE CHANGE MOSAIC

Positive Change Mosaic slavi društvene akcije i moć kreativnosti koje stimuliraju pozitivne promene u svetu. U ovoj grupi možete pokazati kako je vaš projekat doprineo UN-ovim [ciljevima za održivi razvoj](#) za 2030. godinu u oblastima ljudi, planeta, blagostanja, mira, partnerstva, kao i za inkluzivnost, pravičnost i jednakost. **Ova grupa je otvorena za kampanje profitnih i neprofitnih organizacija.**

1	Green Impact	Ova kategorija je usmerena na radove koji su motivirali ljude da se odluče za zelenije opcije i/ili koji su povećali popularnost ekološki prihvatljivih proizvoda i usluga, uključivši u svoj marketing ekološki osveštene poruke – npr. inicijative koje se suočavaju sa problemima kao što su pristupačna i čista energija, čista voda i sanitarni uslovi, ekološki održivi gradovi i zajednice, odgovorna potrošnja i proizvodnja, akcije za klimu i zaštitu morskog i kopnenog života.
2	Community Care	U ovoj kategoriji naglasak je na marketinškim radovima koji su uspešno skrenuli pažnju na neki društveni problem ili su kroz rad nastavili da deluju s pozitivnim uticajem na društvo. Osnova ove kategorije su pozitivne društvene i kulturološke promene, preispitivanje uspostavljenog statusa quo i promena prihvaćenih normi i stereotipa koji stvaraju društvenu nejednakost – npr. inicijative koje se bore protiv siromaštva, za pristup zdravstvenom sistemu i obrazovanju, za stvaranje raznovrsnog, pravednog i inkluzivnog društva, koje omogućava jednake prilike i zapošljavanje 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 regiona. Pre dodele nagrada, vaše projekte koji su dospeli na shortlistu **predstavimo stručnoj javnosti**, klijentima i medijima iz regiona, promovirajući ih svakodnevno na društvenim mrežama i u stručnim medijima. Ovo je jedinstvena objava koja će nedeljama privlačiti pažnju celog regiona i na jedinstven način istaći vaš rad. Nakon dodele nagrada, finalistima takmičenja biće uručen sertifikat, a finalisti koji žele da ukrase agencijske vitrine ili iznenade klijente najunikatnijim poklonom imaju mogućnost, uz naknadu, da naruče **statuu za finaliste**. Ova statua je identičnog oblika kao pobjednička, samo manjih dimenzija sa natpisom *finalist*.

POBEDNICI: ZLATO, SREBRO I BRONZA

Vaši najbolji radovi koji pobjede u bilo kojoj od 22 kategorije takmičenja u tri grupe mogu osvojiti zlatne nagrade za prvoplasirane, odnosno srebrne i bronzane nagrade BalCannesa za drugoplasirane i trećeplasirane u pojedinoj kategoriji. Za svaku osvojenu nagradu biće vam uručena BalCannes statua. Svi pobjednički radovi dobiće po jednu statuu, a kasnije je moguće naručiti dodatne primerke uz naknadu.

NAGRADA EDITOR'S PICK BALCANNESA

Vaše radove neće nagrađivati samo agencije i oglašivači; predstavnici stručnih medija iz svih zemalja učesnika takođe će biti pozvani da odaberu jedan izuzetan projekat među projektima koji su prošli u finale prema odluci žirija agencija i oglašivača – **i koji će osvojiti prestižnu nagradu Editor's Pick medija**.

BALCANNES GRAND PRIX

BalCannes Grand Prix predstavlja glavnu nagradu za izuzetan rad u dvogodišnjoj produkciji, a osvojiće je projekat s najvećim ukupnim brojem bodova koji je u svojoj kategoriji osvojio zlatnu nagradu.

AGENCIJA I OGLAŠIVAČ GODINE BALCANNESA

BalCannes bira agenciju i oglašivača godine u regionu! Nagrade se dodeljuju na osnovu izračuna osvojenih bodova onima koji su ih prikupili najviše na takmičenju kroz ocenjivanje agencija i oglašivača, a dodatno se pribrajaju i bodovi od nagrade Editor's Pick, koju dodeljuje žiri sastavljen od stručnih medija. Za ove prestižne titule, kojima bi se svako rado pohvalio, kandiduju se svi učesnici BalCannesa. Osim osvajanja titula, slave i glamura, najbolji dobijaju i mesto u BalCannes izveštaju.

BALCANNES REPORT

U želji da maksimalno iskoristimo potencijal jedinstvenih perspektiva žirija agencija i oglašivača, kao i medija, u nedeljama nakon proglašenja pobjednika objavićemo i detaljan BalCannes Report – obuhvatan pregled stanja u regionu koji će se na godišnjoj osnovi objavljivati sa listom najboljih i biti dostupan svima na tržištu. Po završetku takmičenja, analiza rezultata i osvojenih bodova pokazaće ko su bili najbolji prema različitim kriterijumima – traže se najbolji po zemljama, kategorijama, projektima, agencijama, oglašivačima, prema mišljenju žirija iz različitih perspektiva stručne procene agencija, oglašivača, medija itd.

STRUČNJACI IZA BALCANNESA

BalCannes je izuzetno ponosan na snažnu bazu stručnjaka iz regiona koji učestvuju u pripremnim i organizacionim fazama takmičenja, kao i u fazi žiriranja projekata. U pripremi i sprovođenju BalCannesa deluju čak tri žirija sa potpuno različitim, ali komplementarnim perspektivama, kao i Stručni savet i Organizacioni odbor.

ŽIRI BALCANNESA: PARTNERSTVO AGENCIJA I OGLAŠIVAČA

Žiri BalCannesa jedinstven je na ovim prostorima jer okuplja predstavnike agencija, oglašivača i medija koji prate struku iz **Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Severne Makedonije, Slovenije i Srbije**, ističući na taj način vrednost partnerstva agencija i klijenata, kao što je slučaj i na tržištu. Žiri se sastoji od najboljih regionalnih stručnjaka u industriji, koje je izabrao Organizacioni odbor BalCannesa na osnovu preporuka Stručnog saveta BalCannesa, prethodnih uspeha na BalCannesu, kvaliteta njihove ekspertize, odgovornosti kao člana žirija, obaveznog iskustva u industriji i poznatih rezultata na tržištu. Stručni savet bira predsednike žirija agencija i oglašivača, koji će voditi diskusiju u svom žiriju.

ŽIRI MEDIJA: EDITOR'S PICK

Članove ovog žirija bira Organizacioni odbor na osnovu bogatog iskustva i relevantne prisutnosti na oglašivačkoj sceni regiona, a oni među sobom biraju predsednika žirija koji će voditi diskusiju. Kako bi odabrali projekat vredan ove nagrade, ocenjivaće shortlistane projekte koristeći svoju jedinstvenu perspektivu i sopstvene kriterijume. Prvo će svaki član žirija stručnih medija pojedinačno ocenjivati shortlistane projekte ocenama od 1 do 10 kako bi se izdvojilo pet najboljih projekata prema odluci žirija stručnih medija, a zatim će svi članovi tog žirija zajedno raspraviti o tim projektima i većinom glasova odabrati projekat koji osvaja nagradu Editor's Pick.

STRUČNI SAVET BALCANNESA

Stručni savet je savetodavno telo definisano Pravilnikom Stručnog saveta takmičenja BalCannes, koje deluje u fazi planiranja i organizacije takmičenja BalCannes. Osnovano je s primarnim zadatkom savetovanja Organizacionog odbora radi osiguranja kontinuirane usklađenosti BalCannesa s potrebama industrije i tržišta zemalja učesnica BalCannesa (Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Severna Makedonija, Slovenija i Srbija). U skladu sa izvanrednim rezultatima u 2024. godini, članovi saveta su: **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 Zupančič** (Agencija 101, SLO).

ORGANIZACIONI ODBOR BALCANNESA

Organizacioni odbor takmičenja BalCannes je koordinaciono telo u svim fazama planiranja, organizacije i sprovođenja takmičenja BalCannes, osnovan s primarnim zadatkom unapređenja kvaliteta i rasta regionalnog kreativnog takmičenja BalCannes.

ODABIR NAGRAĐENIH

ŽIRIRANJE

BalCannes je jedino takmičenje na ovim prostorima koje svim učesnicima omogućava da saznaju kako na njihov projekat gledaju agencije i oglašivači, a kako mediji koji prate struku, pružajući tako celovitu sliku o uspešnosti. Žiriranje se odvija u dva kruga:

1. PRVI, PREDSELEKCIJSKI KRUG

U prvom, predselekcijskom krugu, o projektima koji zaslužuju prolazak u drugi krug odlučuju svi članovi žirija agencija i žirija oglašivača pojedinačno eliminacionim glasanjem (DA/NE). Svi projekti koji tokom predselekcijskog kruga ostvare više od 50% glasova „DA“ prolaze u drugi krug i nalaze se na shortlisti BalCannesa. Sve predloge za diskvalifikaciju članovi žirija su dužni predati u prvom, predselekcijskom krugu. Argumentovani predlog za diskvalifikaciju može se predati na osnovu nepoštovanja Pravilnika takmičenja. Nakon predaje predloga za diskvalifikaciju, član žirija nastavlja redovno ocenjivati navedeni projekat. Nakon prijema predloga za diskvalifikaciju, Organizator se obraća prijaviocu za dodatnu argumentaciju, nakon čega Organizacioni odbor odlučuje da li će projekat biti diskvalifikovan, te Organizator obaveštava prijavioca o ishodu.

2. DRUGI, SELEKCIJSKI KRUG

U drugom, selekcijskom krugu, žiri agencija i oglašivača BalCannesa projekte ocenjuje odvojeno, bodovanjem od 1 do 10. Žiri može diskutovati o dodeli svih nagrada tokom ocenjivanja. Finalni poredak određuje se aritmetičkim prosekom bodova svih članova žirija, pri čemu se izuzimaju najveća i najmanja ocena, što određuje koji projekti osvajaju zlatne, srebrne ili bronzane nagrade. Minimalni prag za osvajanje zlatne nagrade iznosi **6,5** bodova. Srebrne i bronzane nagrade po kategorijama osvojiće drugoplasirani i trećeplasirani projekti, pod uslovom da pređu minimalni prag od **5,5** bodova.

ODABIR GRAND PRIXA

BalCannes Grand Prix osvojiće projekat s najvećim ukupnim brojem bodova koji je u svojoj kategoriji osvojio zlatnu nagradu. Kao dodatni mehanizam za odabir Grand Prix, svaki član žirija takođe mora označiti svoje tri glavne preference za dodelu nagrade Grand Prix. U slučaju bodovnog izjednačenja, odnosno bodovne razlike manje od 0,5 bodova, Organizacioni odbor uzima u obzir i glasove za Grand Prix.

ODABIR AGENCIJE I OGLAŠIVAČA GODINE

Rezultati takmičenja biće rangirani prema sledećem izračunu bodova:

STATUS	BODOVI
Finalist	1 bod
Bronzana 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 finalistu, a osvajanje nagrade Grand Prix BalCannesa isključuje bodove za niže nagrade tog rada u primarnoj kategoriji (zlato). Nagrada Editor's Pick ne isključuje bodove osvojene u primarnoj kategoriji u kojoj je projekat prijavljen, kao ni bodove osvojene za Grand Prix. Ako isti rad prijavljuje više agencija (što je poželjno izbegavati), pri prijavi je potrebno definisati primarnu agenciju kojoj će biti dodeljeni svi bodovi u slučaju osvajanja nagrada ili statusa finaliste.

Najbolje ocenjeni projekti biće proglašeni u maju na svečanoj dodeli nagrada, koja će se održati na centralnoj pozornici [Dana komunikacija](#) u Rovinju.

NEZAVISNO OCENJIVANJE, PRAVEDNOST I NEUTRALNOST

U drugom krugu takmičenja, žiri agencija i oglašivača odvojeno raspravlja o prijavljenim projektima. Radi dodatnog očuvanja neutralnosti pri ocenjivanju u drugom krugu, iz računa bodova za svaki rad isključuju se najviša i najniža ocena. Odvojeno glasanje je organizovano za nagradu Editor's Pick, koju dodeljuje žiri stručnih medija. Poredak najboljih projekata prema svakom od žirija biće objavljen u BalCannes izveštaju. Zbog neutralnosti u ocenjivanju, u žiriju može biti samo jedan predstavnik iste agencije ili agencijske mreže, oglašivača i medija. Da bismo dodatno osigurali poštenu selekciju, članovi žirija neće moći glasati za projekte s kojima su interesno ili na neki drugi način povezani. Dodatno, zbog pozitivne ili negativne selekcije, članovi žirija iz redova agencija biće takođe izuzeti iz ocenjivanja projekata koje su prijavile njihove povezane agencije iz drugih država.

KRITERIJUMI SELEKCIJE

Prilikom odabira najboljih projekata BalCannesa, svi članovi žirija vode se sledećim kriterijumima koji su podeljeni u četiri grupe: kriterijum kreativne relevantnosti ideje, kriterijum tržišne relevantnosti ideje, kriterijum medijske neutralnosti ideje i kriterijum kvaliteta izvedbe ideje.

1. Kriterijum kreativne relevantnosti ideje

U svim grupama kategorija, takmičenje BalCannes nagrađuje originalne kreativne koncepte koji se odlikuju originalnošću, atraktivnošću i uverljivošću. Originalnima se smatraju projekti koji su autentični, ne recikliraju postojeće ideje ili kreativne koncepte, a direktni plagijati nastoje se prepoznati i diskvalifikovati. Atraktivnost znači da projekti unose svežinu u oglašavanje, različiti su od uobičajenog, domišljati, posebni i uzbudljivi. Uverljivost podrazumeva koliko je korišćeni kreativni koncept uverljiv ciljnoj grupi, te se nagrađuju projekti koji su u tom smislu relevantni i postižu potrebnu meru uverljivosti.

2. Kriterijum tržišne relevantnosti ideje

Ideja ne može biti sama sebi svrha, važno je da je tržišno utemeljena. Prilikom odabira najboljih projekata, žiri uzima u obzir i zahtevnost komuniciranja u pojedinoj tržišnoj kategoriji i preferira radove koji ostvaruju tržišni uticaj u konkurentskom tržišnom okruženju nasuprot radovima niske tržišne relevantnosti. BalCannes, kao regionalno takmičenje u kreativnosti, vrednuje radove uvažavajući specifičnosti domaćeg tržišta –

tržišnu poziciju i karakteristike brenda, posebnosti tržišne kategorije, osobine ciljnih grupa i konkurentskog okruženja i sl.

3. Kriterij medijske neutralnosti ideje

BalCannes vrednuje idejnu i izvedbenu kvalitetu bez obzira na medij u kojem je projekat realizovan, uzimajući u obzir da idejno i izvedbeno rešenje poštuju specifičnosti pojedinog medija.

4. Kriterijum kvalitete izvedbe ideje

Vrednuje se kvalitet izvedbe, ali uvek u odnosu na ideju. Na takmičenju BalCannes, kvalitet izvedbe sam po sebi nije dovoljan ako nije u službi ideje i ako je ideja manjkava, banalna ili čak i nepostojeća.

PRIJAVE I ROKOVI

Svoje prijave za regionalno kreativno takmičenje BalCannes 2025 možete predati zaključno s **20. januarom 2025. godine**.

Na takmičenju možete učestvovati sa svim projektima iz **Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Severne Makedonije, Slovenije i Srbije**, kao celovitim kampanjama i pojedinačnim delovima kampanja, koji su objavljeni u zadatom **dvogodišnjem periodu od 20. januara 2023. do 20. januara 2025.** Projekti koji su započeti pre ili završeni nakon kvalifikacionog perioda takođe se mogu takmičiti pod uslovom da je barem deo projekta realizovan u zadatim terminima.

Na takmičenju mogu konkurisati celovite, integrisane kampanje, kao i pojedinačni, jedinstveni delovi unutar kampanje koji predstavljaju jednu ideju (npr. TV spot ili serija TV spotova, štampani oglas ili serija štampanih oglasa, događaj, PR, flajer, video za društvene mreže i sl.).

Prijave i **video sažeci moraju biti na izvornom ili engleskom jeziku**, a u slučaju da prijavilac smatra da kreativni materijal žiriju neće biti razumljiv, preporučljivo je dodati titlove na engleskom jeziku.

U slučaju da vaš projekat bude stavljen na shortlistu, prijavom dajete pristanak da BalCannes javno objavi vaše kreativne materijale, glavni vizual i sažetak projekta.

KAKO SE PRIJAVITI

Svoje projekte možete prijaviti na internet stranici

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

1. NAVEDITE OSNOVNE PODATKE

Ispunite online prijavu u kojoj ćete navesti osnovne podatke koji su organizatoru potrebni u slučaju osvajanja nagrade: naziv projekta, ime prijavioca i klijenta, kategoriju prijave i podatke o kompaniji prijavioca.

2. UPLOADAJTE PREZENTACIJU RADA

U grupama **I. Market Mosaic** i **III. Positive Change Mosaic** svoj rad možete predstaviti žiriju **na jedan od dva načina: kao sažetak ili** celokupni **.PDF dokument** koji može sadržati linkove na video sadržaje samo ako su oni neophodni za adekvatno predstavljanje rada. U grupi **II. Design Mosaic**, svoj rad možete predstaviti **isključivo** kao **.PDF dokument**, na koji se primenjuju ista pravila.

A. VIDEOSAŽETAK	B. PDF DOKUMENT
DOZVOLJENO U GRUPI I. Market Mosaic, III. Positive Change Mosaic Svoj rad možete predstaviti u obliku video sažetka sa sledećim tehničkim specifikacijama: Trajanje: maksimalno tri (3) minute • Format: .mp4 • Min. rezolucija: 1280 x 720 Maks. veličina datoteke: 500 MB	DOZVOLJENO U GRUPI I. Market Mosaic, II. Design Mosaic, III. Positive Change Mosaic Ako rad nije takav da zahteva video sažetak, možete ga predati u obliku .PDF dokumenta. .PDF dokument može sadržati linkove na video sadržaje isključivo ako su oni neophodni za adekvatno predstavljanje rada.

DODATNI MATERIJALI: Ovo polje u prijavi koristite samo ako smatrate da se vaš rad video sažetkom ili .PDF dokumentom ne može dovoljno predstaviti žiriju i da im je potreban dodatni kontekst. Ovaj sadržaj biće dostupan članovima žirija prilikom pregleda vašeg rada, ali nije sadržaj koji žiri mora obavezno pregledati.

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

Glavni vizual kampanje predajte za korišćenje u promotivne svrhe u formatu **.jpg/.jpeg** (preporučeno A4), minimalne rezolucije **300 dpi**. Takođe, predajte i sažetak glavnog izazova brieфа (**maksimalno 150 reči**), vašeg rešenja i postignutih rezultata.

Sve vrste oglasa (TV spotovi, radijski oglasi i sl.) obavezno prijavite u izvornom obliku bez naknadnih izmena, a sredstva interaktivne komunikacije treba da budu praćena aktivnom mrežnom adresom.

USLOVI UČEŠĆA

Kvalifikacioni period obuhvata razdoblje od **20. januara 2023.** do **20. januara 2025.**

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

Na regionalnom takmičenju BalCannes mogu učestvovati sva dela tržišnog komuniciranja koja su:

- kreativni proizvodi pravnih lica ili samostalnih umetnika registrovanih na području Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Severne Makedonije, Slovenije i Srbije, za koja postoje odgovarajuća autorska prava
- naručena, odobrena i proizvedena za oglašivača/naručioca te javno objavljena o njegovom trošku u periodu označenom u raspisu konkursa
- objavljena u kvalifikacionom periodu, čime, prema kriterijumima struke, oblikom i količinom nesumnjivo predstavljaju stvarnu tržišnu aktivnost zasnovanu na poslovnim interesima oglašivača/naručioca
- prijavljena u obliku koji je definisan ovim pravilnikom, u skladu sa svim pravilima takmičenja, te praćena prijavom u kojoj su naznačeni svi traženi podaci
- prijavljena na BalCannes uz prethodnu saglasnost klijenta – samo projekti koje su klijenti odobrili i koristili, objavili i sproveli u kvalifikacionom periodu mogu biti prijavljeni na BalCannes, a prijavilac samom prijavom projekta potvrđuje da ima odobrenje klijenta za prijavu, da projekat ispunjava uslove prijave i da je u potpunosti u skladu sa pravilnikom BalCannesa
- poseduju odgovarajuća autorska prava i poštuju kodekse prema zakonima matične zemlje.

U svim kategorijama mogu konkurisati celovite, integrisane kampanje, kao i pojedinačni, jedinstveni delovi unutar kampanje koji predstavljaju jednu ideju (npr. TV spot ili serija TV spotova, štampani oglas ili serija štampanih oglasa, flajer, baner i sl.).

Na regionalnom takmičenju BalCannes ne mogu učestvovati dela 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 Severnoj Makedoniji, Republici Sloveniji i Republici Srbiji.
- radovi koji su već bili prijavljeni za takmičenje BalCannes, osim onih radova koji su značajno promenjeni ili poboljšani od prethodnog puta kada su bili prijavljeni. U slučaju da članovi žirija utvrde da rad nije dovoljno značajno promenjen ili poboljšan, imaju pravo da ga penalizuju ocenom.

Prijavilac koji ne bude poštovao ova pravila, prema odluci Organizacionog odbora festivala, može **biti suspendovan od daljeg učešća na takmičenju u periodu od jedne do tri godine**. Ako se naknadno utvrdi da nagrađeni rad krši pravila takmičenja, nagrada će biti oduzeta, a informacija o tome prosleđena javnosti koja je bila obavještena o dodeli nagrade.

Primljena prijava smatra se konačnom i podaci navedeni u njoj ne mogu se naknadno menjati. Samom prijavom organizatoru je dat pristanak za objavu prijavljenih radova u izvornom obliku za sve potrebe projekta.

NAKNADA

Kako bi prijava bila važeća, potrebno je u zadanom roku predati prijavu pomoću obrasca na internet stranici www.danikomunikacija.com/awards/balcannes. Uplatu je potrebno izvršiti u predviđenom roku, a radovi za koje uplata nije podmirena najkasnije do **3. februara 2025.** neće moći učestvovati u takmičenju. Završni račun izdaje se po završetku projekta, odnosno u **maju 2025. godine**.

Cena prijave na takmičenje 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 dve godine niste prijavljivali projekat na BalCannes, imamo za vas poklon dobrodošlice – vaša prva prijava je besplatna , bez obzira na grupu ili kategoriju u koju je prijavljujete.	Ako ste u poslednje dve godine prijavljivali projekat na takmičenje BalCannes, vašu marljivost nagrađujemo ponudom 3+1 – ako podnesete tri prijave u okviru navedenih rokova, možete podneti još jednu prijavu besplatno! A možda će vam od koristi biti i ponuda 6+2... ili 9+3... ili 12+4.

Kotizacija za DK2025 nije uključena u cenu prijave na BalCannes.

ZAŠTITA LIČNIH PODATAKA

Zaštita ličnih podataka nam je od velike važnosti. Svi kontakt podaci i dodatne informacije navedene tokom postupka prijave na takmičenje BalCannes su poverljive, a više informacija o tome kako postupamo s njima možete pronaći u [Politici privatnosti](#).

KONTAKT

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

Eva Trstenjak, voditeljica natjecanja

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

Monika Bogdanić, koordinatorica natjecanja

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