



BALCANNES 2025

PRAVILNIK

DOBRO DOŠLI NA BALCANNES

Bilo da ste etablirana agencija ili se tek probijate na kreativnoj sceni, BalCannes je takmičenje 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 bronzanim nagradama, te se predstavljate svima na tržištima **Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Sjeverne Makedonije, Slovenije i Srbije.** Najbolji projekat osvaja BalCannes Grand Prix, a prema 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 takmičarske skupine: Market Mosaic, Design Mosaic i Positive Change Mosaic.** U okviru skupine Market Mosaic, vaši projekti mogu se takmičiti u čak 15 tržišnih kategorija u kojima djeluju klijenti, uključujući i novu kategoriju **Entertainment** koja obuhvata projekte vezane za sport, gaming, film, muziku i druge aspekte popularne kulture. U novoj grupi **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 grupa **Positive Change** obuhvata 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

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
POBJEDNICI: 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 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
USLOVI UČEŠĆA	12
NAKNADA	13
ZAŠTITA LIČNIH PODATAKA	14
KONTAKT	14

TAKMIČARSKE GRUPE I KATEGORIJE

GRUPA I. MARKET MOSAIC

U grupi **Market Mosaic** vaši projekti će 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 da prekategoriizira 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** predstavlja projekte čiji je cilj njegovati reputaciju kompanije ili brenda, uključujući employer branding i kampanje samopromocije.

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

GRUPA II. DESIGN MOSAIC

Grupa **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 materijale dozvoljeno je prijaviti **isključivo u obliku .PDF prezentacije** koja može sadržavati linkove na video sadržaje samo ako su oni neophodni za adekvatnu prezentaciju rada. Ako žiriju želite pokazati neke dodatne materijale, možete ih priložiti kao dodatne materijale.

1	Branding	U kategoriji Branding za nagradu konkuriraju svi projekti stvaranja i oblikovanja brenda novog proizvoda, usluge ili organizacije kojima se stvara slika o njima u svijesti potrošača. U ovoj kategoriji, osim vizualnog identiteta, potrebno je predstaviti i pozicioniranje brenda, strateški objasniti rad i proces brendiranja, vrijednosti i sav dodatni kontekst koji je žiriju potreban za kvalitetno vrednovanje prijave.
2	Rebranding	U kategoriji Rebranding za nagradu konkuriraju svi projekti rebrendiranja identiteta postojećeg proizvoda, usluge ili organizacije kojima se stvara slika o njima u svijesti potrošača. U ovoj kategoriji, osim vizualnog identiteta, potrebno je predstaviti i pozicioniranje brenda, strateški objasniti rad i proces brendiranja, vrijednosti i sav dodatni kontekst koji je žiriju potreban za kvalitetno vrednovanje prijave. Prilikom prijave u kategoriji Rebranding obavezno je navesti primjer starog brendiranja radi usporedbe s novim rješenjem.
3	Advertising Design	U kategoriju Advertising Design mogu se prijaviti 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.). Uz kreativne materijale u prijavi je 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 dizajnu ambalaže proizvedene u nakladi većoj od 10.000 komada . U ovoj grupi vrednuje se ideja i izvedba, kao i faktor održivosti u kontekstu materijala i načina proizvodnje. Uz kreativne materijale u prijavi potrebno je jasno izložiti i zadatak, izazov, ideju i rješenje. U slučaju da se prijavljuje nova ambalaža za već postojeći proizvod, obavezno je navesti primjer starog dizajna ambalaže radi usporedbe s novim rješenjem.
5	Low-Volume Packaging Design	U kategoriji Low-Volume Packaging Design nagrade se dodjeljuju najkreativnijim i najinovativnijim rješenjima u dizajnu ambalaže proizvedene u nakladi manjoj od 10.000 komada . U ovoj grupi vrednuje se ideja i izvedba, kao i faktor održivosti u kontekstu materijala i načina proizvodnje. Uz kreativne materijale u prijavi potrebno je jasno izložiti i zadatak, izazov, ideju i rješenje. U slučaju da se prijavljuje nova ambalaža za već postojeći proizvod, obavezno je navesti primjer starog dizajna ambalaže radi usporedbe s novim rješenjem.

GRUPA III. POSITIVE CHANGE MOSAIC

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

1	Green Impact	Ova kategorija usmjerena je na radove koji su motivisali ljude da se odluče za zelenije opcije i/ili koji su povećali popularnost ekološki prihvatljivih proizvoda i usluga uključivši u svoj marketing ekološki osviještene poruke – npr. inicijative koje se suočavaju s problemima kao što su pristupačna 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 kategoriji naglasak je na marketinškim radovima koji su uspješno skrenuli pažnju na neki društveni problem ili su kroz rad nastavili djelovati s pozitivnim utjecajem na društvo . Osnova ove kategorije su pozitivne društvene i kulturološke promjene, preispitivanje uspostavljenog statusa quo i promjena 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 regije. Prije dodjele nagrada, vaše projekte koji su dospjeli na shortlistu **predstaviti ćemo strukovnoj javnosti**, klijentima i medijima iz regije promovirajući ih na svakodnevno na društvenim mrežama i u strukovnim medijima. Ovo je jedinstvena objava koja će sedmicama privlačiti pažnju cijele regije i na poseban način istaknuti vaš rad. Nakon dodjele finalistima takmičenja bit će uručen certifikat, a finalisti koji žele ukrasiti agencijske vitrine ili iznenaditi klijente jedinstvenim poklonom imaju mogućnost, uz naknadu, naručiti **statuu za finaliste**. Ova statua je istog oblika kao pobjednička, samo manjih dimenzija uz natpis *finalist*.

POBJEDNICI: ZLATO, SREBRO I BRONZA

Vaši najbolji radovi koji pobijede u bilo kojoj od 22 kategorije takmičenja u tri skupine mogu osvojiti zlatne nagrade za prvoplasirane, odnosno srebrne i bronzane 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 da odaberu jedan izuzetan projekat 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 izuzetan rad u dvogodišnjoj produkciji, a osvojiti će ga 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 regiji! Nagrade se dodjeljuju na osnovu izračuna osvojenih bodova onima koji su ih prikupili najviše na takmičenju kroz ocjenjivanje agencija i oglašivača, a dodatno se pribrajaju i bodovi od nagrade Editor's Pick, koju dodjeljuje žiri sastavljen od strukovnih medija. Za ove prestižne titule kojima bi se svatko rado pohvalio kandidiraju svi učesnici 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 sedmicama nakon proglašenja pobjednika objavit ćemo i detaljan BalCannes Report, obuhvatan izvještaj i pregled stanja u regiji koji će se na godišnjoj osnovi objavljivati s listom najboljih i biti dostupan svima na tržištu. Po završetku takmičenja analiza rezultata i osvojenih bodova pokazat će tko su bili najbolji prema različitim 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 izuzetno ponosi snažnom bazom stručnjaka iz regije koji učestvuju u pripremnim i organizacionim fazama takmičenja kao i u fazi žiriranja projekata. U pripremi i sprovođenju BalCannesa djeluju čak tri žirija s potpuno različitim, ali komplementarnim perspektivama kao i 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**, ističući na taj način 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 osnovu preporuka Stručnog savjeta BalCannesa, prethodnih uspjeha na BalCannesu, kvaliteta 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 osnovu bogatog iskustva i relevantne prisutnosti na oglašivačkoj sceni regije, a oni među sobom biraju predsjednika žirija koji će voditi diskusiju. Da bi odabrali projekat 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 projekat koji osvaja nagradu Editor's Pick.

STRUČNI SAVJET BALCANNESA

Stručni savjet je savjetodavno tijelo definirano Pravilnikom Stručnog savjeta takmičenja BalCannes koje djeluje u fazi planiranja i organizacije takmičenja BalCannes, osnovano s primarnim zadatkom savjetovanja Organizacijskog odbora radi osiguranja kontinuirane usklađenosti BalCannesa s potrebama industrije i tržišta zemalja učesnica 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 Zupančič** (Agencija 101, SLO).

ORGANIZACIJSKI ODBOR BALCANNESA

Organizacijski odbor takmičenja BalCannes je koordinaciono tijelo u svim fazama planiranja, organizacije i sprovođenja takmičenja BalCannes, osnovano s primarnim zadatkom unapređenja kvaliteta i rasta regionalnog kreativnog takmičenja BalCannes.

ODABIR NAGRAĐENIH

ŽIRIRANJE

BalCannes je jedino takmičenje na ovim prostorima koje svim prijaviteljima omogućava da saznaju kako na njihov projekat gledaju agencije i oglašivači, a kako mediji koji prate struku, čime 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 pojedinačnim eliminativnim glasanjem (DA/NE). Svi projekti koji tokom predseleksijskog kruga ostvare više od 50 % glasova „DA“ prolaze u drugi krug te se nalaze na shortlisti BalCannesa. Sve prijedloge za diskvalifikaciju članovi žirija su dužni predati u prvom, predseleksijskom krugu. Argumentirani prijedlog za diskvalifikaciju može se podnijeti na osnovu nepoštivanja Pravilnika takmičenja. Nakon predaje prijedloga za diskvalifikaciju, član žirija nastavlja redovno ocjenjivati navedeni projekat. Po zaprimljenom prijedlogu za diskvalifikaciju, Organizator se obraća prijavitelju za dodatnu argumentaciju, nakon čega Organizacijski odbor odlučuje hoće li projekat biti diskvalificiran, te Organizator obavještava prijavitelja o ishodu.

2. DRUGI, SELEKCIJSKI KRUG

U drugom, seleksijskom krugu žiri agencija i oglašivača BalCannesa projekte ocjenjuje odvojeno, bodovanjem projekata ocjenama od 1 do 10. Žiri može diskutirati o dodjeli svih nagrada tokom ocjenjivanja. Finalni poredak određuje se aritmetičkim prosjekom bodova svih članova žirija, pri čemu se izuzimaju najveća i najmanja ocjena, čime se određuje koji projekti osvajaju zlatne, srebrne ili brončane nagrade. Minimalni prag za osvajanje zlatne nagrade iznosi **6,5** bodova. Srebrne i brončane nagrade po kategorijama osvojiti će drugoplasirani i trećeplasirani projekti, pod uvjetom da pređu minimalni prag od **5,5** bodova.

ODABIR GRAND PRIXA

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

ODABIR AGENCIJE I OGLAŠIVAČA GODINE

Rezultati takmičenja bit će rangirani prema sljedećem 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 bronz u nekoj od **22** kategorije isključuje bodove za finalista, 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 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 15. svibnja 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 takmičenja žiri agencija i oglašivača odvojeno raspravlja prijavljenim projektima. Radi dodatnog očuvanja neutralnosti pri ocjenjivanju u II. krugu, iz računa bodova za svaki rad isključuju se najviša i najniža ocjena. Odvojeno glasanje organizirano je za nagradu Editor's Pick koju dodjeljuje žiri strukovnih medija. Poredak najboljih projekata prema svakom od žirija bit će objavljen u BalCannes Reportu. Zbog neutralnosti pri 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 glasati 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 grupama kategorija takmičenje BalCannes nagrađuje originalne kreativne koncepte koji se odlikuju izvornošću, atraktivnošću i uvjerljivošću. Originalnima se smatraju projekti koji su autentični, ne recikliraju postojeće ideje ili kreativne koncepte, a direktni plagijati nastoje se prepoznati i diskvalificirati. Atraktivnost znači da projekti unose svježinu u oglašavanje, drugačiji su od uobičajenog, domišljati, posebni i uzbudljivi. Uvjerljivost podrazumijeva koliko je korišteni kreativni koncept uvjerljiv ciljnoj grupi, te se nagrađuju projekti koji su u tom smislu relevantni i ostvaruju potrebnu razinu uvjerljivosti.

2. Kriterij tržišne relevantnosti ideje

Ideja ne može biti sama sebi svrha, 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 okruženju naspram radova niske tržišne relevantnosti. BalCannes, kao regionalno takmičenje u kreativnosti, vrednuje radove uvažavajući specifičnosti domaćeg tržišta – tržišnu poziciju i obilježja brenda, posebnosti tržišne kategorije, obilježja 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 realiziran, a podrazumijeva se da idejno i izvedbeno rješenje uvažava specifičnosti pojedinog medija.

4. Kriterij kvalitete izvedbe ideje

Vrednuje se kvaliteta izvedbe, ali uvijek promatrana u odnosu na ideju. Na takmičenju BalCannes kvaliteta izvedbe sama po sebi nije dovoljna ako nije u službi ideje, te ako je ideja manjkava, banalna ili je čak i nema.

PRIJAVE I ROKOVI

Svoje prijave za regionalno kreativno takmičenje BalCannes 2025 možete predati do **20. januara 2025. godine**.

Na takmičenju možete učestvovati sa svim projektima iz **Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Sjeverne Makedonije, Slovenije i Srbije**, kao kompletne kampanje i pojedinačni dijelovi kampanja, koji su objavljeni u datom **dvogodišnjem periodu od 20. januara 2023. do 20. januara 2025.** U konkurenciji mogu biti i projekti koji su započeti prije ili završeni nakon kvalifikacijskog perioda, pod uslovom da je barem dio projekta realizovan u zadatim rokovima.

U konkurenciji mogu konkurirati kompletne, integrisane kampanje i pojedinačni, jedinstveni delovi u okviru kampanje koji predstavljaju jednu (npr. TVC ili TVC serija, štampana ili serija štampanih oglasa, događaj, PR, letak, video za društvene mreže i sl.).

Prijave i **videosažeci moraju biti na maternjem ili na engleskom jeziku**, a u slučaju da prijavitelj smatra da kreativni materijal žiriju neće biti razumljiv, preporučuje se dodavanje titlova na engleskom jeziku.

U slučaju da vaš projekat uđe u uži izbor, prijavom dajete saglasnost da BalCannes javno objavi vaše kreativne materijale, glavni vizualni prikaz i sažetak projekta.

KAKO SE PRIJAVITI

Svoje projekte možete prijaviti na web stranici

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

1. UNESITE OSNOVNE INFORMACIJE

Popunite online prijavni formular u kojem ćete navesti osnovne podatke koji su organizatoru potrebni u slučaju osvajanja nagrade: naziv projekta, ime prijavitelja i klijenta, kategoriju prijave te podatke o kompaniji koja se prijavila.

2. UČITAJTE PREZENTACIJU RADA

U grupama **I. Market Mosaic** te **III. Positive Change Mosaic** svoj rad možete predstaviti žiriju **na jedan od dva načina: kao rezime ili** kompletan **.PDF dokument** koji može sadržavati linkove na video sadržaje samo ako su neophodni za adekvatnu prezentaciju rada. U grupi **II. Design Mosaic**, svoj rad možete predstaviti **isključivo** kao **.PDF dokument**, na koji vrijede ista pravila.

A. VIDEOSAŽETAK	B. PDF DOKUMENT
DOZVOLJENO U GRUPI I. Market Mosaic, III. Positive Change Mosaic Svoj rad možete prezentirati 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 GRUPI 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 obrascu za prijavu koristite samo ako smatrate da se vaš rad videosažetkom ili .PDF dokumentom ne može biti dovoljno predstavljen žiriju, te da im je potreban dodatan kontekst. Ovaj sadržaj će biti dostupan članovima žirija prilikom pregleda vašeg rada, ali nije sadržaj koji žiri mora pregledati.

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

Glavni vizual kampanje dostavljate na korištenje u promotivne svrhe u formatu **.jpg/.jpeg** (preporučeno A4), s minimalne rezolucije **300 dpi**. Također dostavljate sažetak glavnog izazova briefa (**maksimalno 150 riječi**), vašeg rješenja i postignute rezultate.

Sve vrste reklama (TV spotovi, radijski oglasi i dr.) moraju biti prijavljeni u originalnom obliku bez naknadnih promjena, a sredstva interaktivne komunikacije trebaju biti praćena aktivnom mrežnom adresom.

USLOVI UČEŠĆA

Kvalifikacioni period obuhvata period od **20. siječnja 2023. do 20. siječnja 2025.**

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

Na regionalnom takmičenju BalCannes mogu učestvovati svi radovi tržišne komunikacije, a to su:

- kreativni proizvodi pravnih lica ili samostalnih umjetnika registrovanih na teritoriji 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 njegovom trošku u roku navedenom u raspisu natječaja
- objavljena u kvalifikacionom periodu, čime, prema kriterijumu struke, oblikom i količinom nesumnjivo predstavljaju stvarnu tržišnu aktivnost zasnovanu na poslovnim interesima oglašivača/naručioca
- prijavljena u formi koji je definisan ovim pravilnikom, u skladu sa svim pravilima natjecanja te uz prijavu u kojoj su navedeni svi traženi podaci
- prijavljena na BalCannes uz prethodnu saglasnost klijenta – samo oni projekti koje su klijenti odobrili i koristili, objavili i realizovali tokom kvalifikacionog perioda mogu biti prijavljeni na BalCannes, a podnosilac prijave samim podnošenjem projekta potvrđuje da ima saglasnost klijenta za prijavu, da projekat ispunjava uslove prijave te da je u potpunosti u skladu s propisima BalCannesa
- poseduju odgovarajuća autorska prava i poštuju kodove u skladu sa zakonima matične zemlje.

U svim kategorijama konkurirati mogu kompletne, integrisane kampanje, kao i pojedinačni, jedinstveni delovi u okviru kampanje koji predstavljaju jednu ideju (npr. TVC ili TVC serija, štampa ili serija štampanih oglasa, letak, banner i sl.).

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

- prilagođeni radovi međunarodnih kampanja, osim ako nisu značajno nadograđeni za potrebe lokalnog tržišta.
- Djela koja 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 izmijenjeni ili poboljšani od posljednjeg prijavljivanja. U slučaju da članovi žirija utvrde da rad nije bitno izmijenjen ili poboljšan, imaju pravo da ga kažnjavaju ocjenom.

Podnosilac koji ne bude poštovao ova pravila, prema odluci Organizacijskog odbora festivala, može **biti suspendovan iz daljeg učešća na natjecanju u periodu od jedne do tri godine**. Ukoliko se naknadno utvrdi da nagrađeni rad krši pravila natjecanja, nagrada će biti oduzeta, a obaveštenje o tome će biti prosleđeno javnosti koja je obaveštena o dodeli nagrade.

Zaprimljena prijava smatra se konačnom te se podaci navedeni u njoj ne mogu se naknadno mijenjati. Samom prijavom organizatoru se daje suglasnost da pristigle radove objavi u originalnom obliku za sve potrebe projekta.

NAKNADA

Da bi bila validna, prijavu je potrebno u zadanom roku dostaviti putem obrasca na web stranici www.danikomunikacija.com/awards/balcannes. Uplatu je potrebno izvršiti u zadanom roku, a radovi za koje uplata nije izmirena najkasnije do **3. februara 2025.** neće se moći takmičiti. Konačna faktura će biti izdata po završetku projekta, odnosno u **maju 2025.** godine.

Troškovi prijave na takmičenju 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 REGISTRACIJA BESPLATNA	3+1 (6+2, 9+3...) PONUDA
Ako niste prijavili projekat u prethodne dvije godine na BalCannes, za vas imamo poklon dobrodošlice – vaša prva prijava je besplatna , bez obzira na grupu ili kategoriju u koju je prijavljujete.	Ako ste u posljednje dvije godine prijavili projekat na takmičenje BalCannes, vašu marljivost nagrađujemo 3 + 1 ponudom – ako pošaljete tri prijave unutar navedenih rokova možete podnijeti još jednu prijavu besplatno! 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 LIČNIH PODATAKA

Zaštita ličnih podataka nam je od velike važnosti. Svi kontakt podaci i dodatne informacije koje budu navedene tijekom postupka prijave na takmičenje BalCannes su povjerljive, 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 prijave, predajom 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**