

Ideja X

PRAVILNIK 2026.

Najbolje od kreativnosti — dobrodošli na IdejaX Awards 2026.

IdejaX je nacionalna nagrada za kreativnost koja već 16 godina okuplja i nagrađuje najbolje ideje, hrabre vizije i odvažne inovacije organizirana pod okriljem Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA!-e) u okviru nacionalnog festivala oglašavanja Dani komunikacija. IdejaX tu je kako bi pružila priliku vašim idejama da zablistaju, zadive klijente, ostave konkurenciju u prašini i osvoje industriju. I nagrade. Vaše sjajne nagrade.

Drugi izlaze izvan okvira, mi ih rušimo.

Nagrađujemo ideje koje pomiču granice. Kreativnost danas više nema okvire, a mi smo to prihvatili redefinirajući pravila igre i sve prilagodili vama.

Dragi kreativci, ovo je platforma upravo za vas: kreirali smo četiri skupine kategorija kojima nagrađujemo ono najbolje što industrija nudi – od tržišnih segmenata, preko kanala, izgradnje i transformacije brendova, sve do projekata kojima mijenjamo svijet na bolje. IdejaX se ponosi i svojim pristupom ocjenjivanju s naglaskom na transparentnost, pravednost i feedback, jer je važno da vaše ideje dobiju priznanje koje zaslužuju.

Tu smo, za vas.

Bilo da dominirate tržišnim segmentima, redefinirate upotrebu komunikacijskih kanala, gradite i transformirate brendove ili mijenjate svijet na bolje – imamo kategoriju u kojoj možemo nagraditi vašu kreaciju. Best on Market, Best in Channel, Best Branding & Rebranding, Best of Positive Change – četiri skupine, četiri seta kategorija za vaš showcase snage ideje.

Pročitajte nova pravila. Prijavite svoje ideje. Osvojite zlato, srebro ili broncu, ali i pozornost cijele industrije.

Dobro došli na IdejuX.

Vaš IdejaX 2026 Organizacijski odbor – Dunja Ivanu Ballon (Udruga HURA! i IAB Croatia), Damir Ciglar (Imago Ogilvy), Sean Poropat (Studio Sonda), Marko Šesnić (Studio Šesnić&Turković), Anselmo Tumpić (Studio Tumpić/Prenc), Siniša Waldinger (Buketa&Žinić&Grey), Alen Kekić (I TO NIJE SVE!), Fran Mubrin (404), Almir Okanović (BBDO Zagreb), Marin Ostojić (ZOO agencija), Ivan Golubić (Futura DDB) i **Awards tim** – Eva Trstenjak (HURA!) i Monika Bogdanić (HURA!).

Detaljne informacije o natjecanju možete pronaći u ovom pravilniku, a vijesti pratiti na stranici www.danikomunikacija.com, u našem newsletteru (pretplatite se na [poveznici](#)) i na društvenim mrežama festivala ([LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#)).

SUDJELOVANJE

Kvalifikacijski period u svim natjecateljskim skupinama obuhvaća razdoblje **od 6. ožujka 2025. do 6. ožujka 2026.**

Prijavni period za sve natjecateljske skupine otvoren je do **6. ožujka 2026.**

Na natjecanje IdejaX moguće je prijaviti sva djela tržišnog komuniciranja koja su:

- kreativni proizvodi agencija, bilo specijaliziranih (kreativnih / dizajnerskih / social / PR / digital / medijskih / event) ili integriranih, pri čemu agenciju definiramo kao trgovačko društvo čiji su glavni poslovni ciljevi usmjereni na stvaranje, održavanje i unapređivanje vrijednosti brendova svojih klijenata kroz tržišno komuniciranje
- 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.

VAŽNO: Pravila o integritetu

Na nacionalnom kreativnom natjecanju IdejaX ne mogu sudjelovati adaptirani radovi međunarodnih kampanja. Sudjelovanje nije dopušteno ni radovima koji krše tuđa autorska prava, važeće zakone ili etičke kodekse Republike Hrvatske. Svi podaci i rezultati navedeni u prijavi **moraju biti istinito i točno prikazani**. Strogo je zabranjeno lažiranje, izmjena ili generiranje podataka i materijala na način koji može dovesti u zabludu — uključujući i korištenje umjetne inteligencije (AI) ili bilo kojeg drugog alata za manipulaciju rezultatima ili dokazima uspješnosti. Prijavitelj koji prekrši ova pravila može, odlukom Organizacijskog odbora natjecanja IdejaX, biti isključen iz natjecanja na razdoblje od jedne do tri godine. Ako se naknadno utvrdi da je nagrađeni rad u suprotnosti s pravilima, nagrada će biti oduzeta, a informacija o tome javnosti objavljena putem istih kanala kojima je nagrada prvotno bila priopćena.

U svim kategorijama svih skupina konkurirati mogu cjelovite kampanje, kao i pojedinačni radovi.

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.

NATJECATELJSKE KATEGORIJE

Kategorije natjecanja IdejaX 2026 dijele se na četiri skupine:

I.	Best on Market	Skupina koja nagrađuje najbolje ideje u 15 poslovnih kategorija.
II.	Best in Channel	Skupina u kojoj se nagrađuje najbolja ideja u službi tržišne komunikacije u 12 komunikacijskih kanala.
III.	Best Branding & Rebranding	Skupina koja nagrađuje najbolje kreacije novog brandinga ili vizualnog identiteta, kao i rebranding postojećeg.
IV.	Best of Positive Change	Skupina koja nagrađuje najbolje društveno odgovorno projekte, odnosno moć kreativnosti u službi pozitivne promjene u svijetu.

SKUPINA I. BEST ON MARKET

U skupini *Best on Market* projekti se natječu **prema poslovnim kategorijama industrija u kojima djeluju klijenti**. Sve projekte koji ne pripadaju ni jednoj od 14 poslovnih kategorija u okviru skupine I. *Best on Market* moguće je prijaviti u 15. kategoriju Razno.

VAŽNE NAPOMENE:

- Pojedinačni projekt (ideju) moguće je prijaviti samo u jednu od kategorija ove skupine.
- Pojedinačni projekt prijavljen u jednu od kategorija ove skupine moguće je prijaviti i u jednu ili više kategorija skupine **II. Best in Channel**, jednu kategoriju skupine **III. Best Branding & Rebranding** i jednu kategoriju skupine **IV. Best of Positive Change**, no svaka kategorija predstavlja zasebnu prijavu i može osvojiti zasebnu nagradu, stoga prijavom projekta u više kategorija svoj projekt prijavljujete više puta te se sukladno tome honorira broj prijava.
- Projekti u ovoj skupini mogu biti nagrađeni zlatnim, srebrnim i brončanim nagradama. Bodovi osvojeni u ovoj kategoriji zbrajaju se u rang-listama najkreativnijih u zemlji tijekom protekle godine i ulaze u izračun bodova za Agenciju i Oglašivača godine na IdejiX prema pravilima definiranim u odjeljku **Bodovanje nagrađenih radova**.
- Organizator zadržava pravo rekategorizacije projekata.

Unutar skupine, 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.). U okviru skupine I. *Best on Market* projekte je moguće prijaviti unutar 15 kategorija:

1	Hrana	Sve vrste prehrambenih proizvoda i komunikacija brendova vezanih uz hranu, uključujući FMCG brendove i specijalizirane prehrambene proizvode.
----------	--------------	---

2	Alkoholna pića	Komunikacija brendova alkoholnih pića, uključujući vino, pivo, žestoka pića i craft proizvode.
3	Bezalkoholna pića	Proizvodi i brendovi bezalkoholnih pića, poput sokova, vode, gaziranih napitaka, energetskih pića i drugih.
4	Telekomunikacijske usluge	Kampanje i komunikacija vezane uz telekomunikacijske operatere, mobilne mreže, internet pružatelje i inovativne usluge u ovom sektoru
5	Financijske usluge, osiguranja i fintech	Obuhvaća komunikaciju banaka, osiguravajućih društava, fondova, fintech platformi, kriptovaluta, investicijskih fondova i drugih financijskih rješenja.
6	Maloprodaja	Kategorija uključuje komunikaciju offline maloprodaje (retail), supermarketa, trgovačkih centara, kao i online prodaje i e-commerce platformi.
7	Zdravlje i farmacija	Komunikacija i promocija farmaceutskih proizvoda, zdravstvenih usluga, poslova, tvrtki i wellness inicijativa.
8	Kućanstvo	Proizvodi i usluge vezane uz dom, uključujući usluge za kućanstvo, namještaj, kućanske uređaje, bijelu tehniku, kućne alate i slične praktične proizvode.
9	Moda i ljepota	Kategorija obuhvaća komunikaciju vezanu uz odjeću, obuću, modne dodatke, kozmetiku, parfeme i beauty industriju.
10	Turizam, kultura i slobodno vrijeme	Uključuje kampanje turističkih destinacija, hotela, putovanja, kulturnih događaja, komunikaciju i promociju festivala, konferencija, sajмова ili manifestacija te općenito organizaciju evenata, kao i gaming te zabavu.
11	Korporativne komunikacije	Projekti čiji je cilj njegovati reputaciju, a mogu biti vezani uz employer branding, upravljanje reputacijom, interno brendiranje i samopromociju. Napomena 1: Ako se prodaje konkretna usluga ili proizvod, projekt treba prijaviti u jednu od preostalih 14 kategorija. Napomena (NOVO): Projekti kojima je cilj agencijska samopromocija, odnosno koje su osmislile i provele agencije kako bi promovirale vlastiti brend, usluge ili vrijednosti ne konkuriraju za Grand Prix.
12	Tehnologija i elektronika	Obuhvaća komunikaciju proizvoda i usluga iz domene tehnologije i IT-a, uključujući AI, softver, hardver, IoT uređaje, napredne inovacije i srodna rješenja.
13	Energetika i mobilnost	Kategorija obuhvaća projekte vezane uz energetiku (obnovljivi izvori, infrastruktura, održivost) i mobilnost (automobili, električna vozila, javni prijevoz, pametna mobilna rješenja).

14	Entertainment	Kategorija obuhvaća projekte i kampanje povezane s industrijama sporta, gaminga, filma i glazbe. U ovu kategoriju spadaju svi radovi, proizvodi ili usluge koji su usmjereni na tržište i potrošače ovih segmenata, neovisno o komunikacijskom kanalu ili izvedbenom formatu. Fokus je na projektima i brendovima koji djeluju unutar navedenih industrija te su svoje aktivnosti i promocije usmjerili prema publici tih tržišnih segmenata, uključujući komercijalne, promotivne i partnerske inicijative iz navedenih područja.
15	Razno	Kategorija za projekte koji ne pripadaju nijednoj od gore navedenih kategorija, ali zbog svoje kreativnosti i inovativnosti zaslužuju priznanje.

SKUPINA II. BEST IN CHANNEL

U skupini **II. Best in Channel** nagrađuju se ideje u službi tržišne komunikacije koje briljiraju u pojedinim komunikacijskim kanalima. Fokus je na originalnosti ideje, inovativnom pristupu i prilagodbi sadržaja specifičnostima kanala kako bi se ostvario maksimalni učinak.

VAŽNE NAPOMENE:

- U ovoj skupini isti projekt (ideju) **moguće je prijaviti u više kategorija**, ovisno o kanalu (primjerice TV spot i plakat za istu kampanju. Pojedinačni projekt prijavljen u jednu od kategorija ove skupine moguće je prijaviti i u jednu kategoriju skupine **I. Best on Market**, jednu kategoriju skupine **III. Best Branding & Rebranding** i jednu kategoriju skupine **IV. Best of Positive Change**. Svaka kategorija predstavlja zasebnu prijavu i može osvojiti zasebnu nagradu, stoga prijavom projekta u više kategorija svoj projekt prijavljujete više puta te se sukladno tome honorira broj prijava.
- Projekti u ovoj skupini mogu biti nagrađeni zlatnim, srebrnim i brončanim nagradama. Svi osvojeni bodovi u ovoj kategoriji zbrajaju se u rang-listama najkreativnijih u zemlji tijekom protekle godine i ulaze u izračun bodova za Agenciju i Oglašivača godine na IdejiX prema pravilima definiranim u odjeljku **Bodovanje nagrađenih radova**.
- Organizator zadržava pravo rekategorizacije projekata.

Unutar skupine **II. Best in Channel** projekte je moguće prijaviti u 13 kategorija:

1	Najbolji TV spot & film	Nagrađuje najkreativniji i najupečatljiviji video sadržaj (TV, cinema itd.) koji uspješno komunicira poruku brenda i ostavlja trajan dojam na publiku.
2	Najbolji online video	NOVO: Prepoznaje najbolji video format koji je objavljen kao kampanjski ili zaseban, a koji kroz se ističe kreativnost, produkcijska vještina i jasnoća u osvajanju pažnje online publike.
3	Najbolji print (oglas, publikacija, poster)	Ova kategorija nagrađuje tiskane materijale koji dizajnom, porukom i vizualnim identitetom uspijevaju privući pažnju i prenijeti ključne vrijednosti brenda.

Ideja X

5	Najbolji outdoor – OOH	Nagrađuje najkreativnije rješenje za vanjsko oglašavanje na statičnim formatima poput plakata, billboarda i drugih sličnih medija.
6	Najbolji digitalni outdoor – DOOH	Prepoznaje inovativne i interaktivne digitalne formate vanjskog oglašavanja koji koriste tehnologiju za povećanje angažmana publike i brendiranje u stvarnom vremenu.
7	Najbolji audio & radio	Ova kategorija slavi samostalna djela bazirana na zvuku, bilo da se radi o radijskim reklamama, radijskom sadržaju, jingleovima, songovima, soundovima ili bilo kojem drugom djelu koje je temeljeno na zvuku.
8	Najbolje iskustveno oglašavanje i događanja	Najbolji event i najbolji primjeri iskustvenog oglašavanja – pop-up događanja, interaktivne instalacije, brendirana iskustva, kreativne promocije ili bilo koje druge vrste događanja koje direktnu interakciju između brenda i publike pretvara u nezaboravno iskustvo.
9	Najbolja ambalaža – mala naklada	U ovoj kategoriji nagrade se dodjeljuju najkreativnijim i najinovativnijim rješenjima u svijetu dizajna ambalaže proizvedenim 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. Napomena: U prijavi je uz kreativne materijale potrebno jasno izložiti i zadatak, izazov, ideju i rješenje.
10	Najbolja ambalaža – velika naklada	U ovoj kategoriji nagrade se dodjeljuju najkreativnijim i najinovativnijim rješenjima u svijetu dizajna ambalaže proizvedenim 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. Napomena: U prijavi je uz kreativne materijale potrebno jasno izložiti i zadatak, izazov, ideju i rješenje.
11	NOVO: Najbolji digitalni proizvod	Ova kategorija u fokus stavlja digitalna inovativna rješenja koja spajaju dizajn, funkcionalnost i korisničko iskustvo u digitalnom okruženju. Radovi u ovoj kategoriji mogu obuhvaćati promotivne i informativne web stranice, e-commerce platforme te mobilne aplikacije. Nagrađuju se projekti koji pomiču granice kreativnosti i nude iznimno digitalno iskustvo.
12	Najbolja ideja na društvenim mrežama	Nagrađuje kampanje i objave na društvenim mrežama koje su kreativnom upotrebom platformi uspjele angažirati publiku i povećati vidljivost brenda.
13	Najbolja kreativna upotreba tehnologije	Ova kategorija slavi inovativnu upotrebu tehnologije poput proširene stvarnosti, virtualne stvarnosti, umjetne inteligencije i dr. za stvaranje jedinstvenih digitalnih iskustava.

SKUPINA III. BEST BRANDING & REBRANDING

Skupina **III. Best Branding & Rebranding** slavi izvanredna kreativna rješenja u izgradnji i transformaciji brendova. Ove kategorije prepoznaju projekte koji su pokazali snagu vizije, strateški pristup te inovativnost u stvaranju prepoznatljivih brendova ili revitalizaciji postojećih.

VAŽNE NAPOMENE:

- Pojedinačni projekt prijavljen u jednu od kategorija ove skupine moguće je prijaviti i u jednu kategoriju skupine **I. Best on Market**, više kategorija skupina **II. Best in Channel** i jednu kategoriju skupine **IV. Best of Positive Change**. Svaka kategorija predstavlja zasebnu prijavu i može osvojiti zasebnu nagradu, stoga prijavom projekta u više kategorija svoj projekt prijavljujete više puta te se sukladno tome honorira broj prijava.
- Projekti u ovoj skupini mogu biti nagrađeni zlatnim, srebrnim i brončanim nagradama. Svi osvojeni bodovi u ovoj kategoriji zbrajaju se u rang-listama najkreativnijih u zemlji tijekom protekle godine i ulaze u izračun bodova za Agenciju i Oglašivača godine na IdejiX prema pravilima definiranim u odjeljku **Bodovanje nagrađenih radova**.
- Organizator zadržava pravo rekategorizacije projekata.

Projekte je u ovoj skupini moguće prijaviti u dvije kategorije:

1

Najbolji branding

Za nagradu u ovoj kategoriji konkuriraju svi projekti stvaranja i oblikovanja brenda **novog proizvoda, usluge ili organizacije** kojim se stvara slika o njima u svijesti potrošača.

Napomena: 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

Najbolji rebranding

U kategoriji Rebranding za nagradu konkuriraju svi projekti stvaranja i oblikovanja osvježnog brenda **postojećeg proizvoda, usluge ili organizacije** kojim se stvara slika o njima u svijesti potrošača.

Napomena: 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.

Napomena: Prilikom prijave u kategoriji Rebranding obavezno je navesti primjer brandinga koji je mijenjan radi usporedbe s novim rješenjem.

SKUPINA IV. BEST OF POSITIVE CHANGE

Zahtjevi današnjice sve se više tiču našeg života u budućnosti. U skupini **IV. Best of Positive Change** slavimo moć kreativnosti u službi pozitivne promjene u svijetu. Prijavitelji moraju pokazati kako je njihov projekt doprinio UN 2030 ciljevima održivog razvoja za ljude, planet, prosperitet, mir i partnerstvo, kao i za inkluziju, pravednost i jednakost. U ovu skupinu prijavitelji mogu prijaviti i razne društvene akcije.

Važne napomene:

- Pojedinačni projekt prijavljen u jednu od kategorija ove skupine moguće je prijaviti i u jednu kategoriju skupine **I. Best on Market**, više kategorija skupine **II. Best in Channel** i jednu kategoriju skupine **III. Best Branding & Rebranding**. Svaka kategorija predstavlja zasebnu prijavu i može osvojiti zasebnu nagradu, stoga prijavom projekta u više kategorija svoj projekt prijavljujete više puta te se sukladno tome honorira broj prijava.
- Projekti u ovoj skupini mogu biti nagrađeni zlatnim, srebrnim i brončanim nagradama. Svi osvojeni bodovi u ovoj kategoriji zbrajaju se u rang-listama najkreativnijih u zemlji tijekom protekle godine i ulaze u izračun bodova za Agenciju i Oglašivača godine na IdejiX prema pravilima definiranim u odjeljku **Bodovanje nagrađenih radova**.
- Organizator zadržava pravo rekategorizacije projekata.

U skupini IV. Best of Positive Change nagrađuju se projekti koje je moguće prijaviti u dvije kategorije:

1	Priroda	Ova kategorija slavi ideje kojima se potiče donošenje ekološki prihvatljivijih odluka i/ili povećava popularnost ekološki prihvatljivih proizvoda i usluga – na primjer, projekte koje se bave pitanjima kao što su pristupačna i čista energija, čista voda, održivi gradovi i zajednice, odgovorna potrošnja i proizvodnja, klimatska akcija te zaštita morskog i kopnenog života.
2	Društvo	Ova kategorija slavi ideje kojima je cilj postići pozitivnu društvenu ili kulturnu promjenu, odnosno izazvati prihvaćene norme i stereotipe koji stvaraju društvene nejednakosti – na primjer, projekte koje se bave problematikom siromaštva, pristupa zdravstvu i obrazovanju te doprinose stvaranju raznolikog, pravednog i inkluzivnog društva.

NAGRADE I PRIZNANJA

FINALISTI NATJECANJA IDEJAX

Radovi prijavljeni u svakoj od 15 kategorija **I. skupine Best on Market**, 13 kategorija **II. skupine Best in Channel**, 2 kategorije skupine **III. Best Branding & Rebranding** i 2 kategorije **IV. skupine Best of Positive Change** koji ostvare titulu finalista bit će objavljeni te će im biti uručen certifikat.

POBJEDNICI NATJECANJA IDEJAX

Pobjednicima svake od 15 kategorija **I. skupine Best on Market**, 13 kategorija **II. skupine Best in Channel**, 2 kategorije skupine **III. Best Branding & Rebranding**, 2 kategorije **IV. skupine Best of Positive Change** može biti dodijeljena zlatna nagrada IdejaX. Za drugoplasirane i trećeplasirane radove u svakoj kategoriji dodjeljuju se srebrna i brončana IdejaX. Članovi žirija samostalno ocjenjuju radove, a njihove su ocjene tajne i poznate samo organizatoru. Ipak, članovi žirija, nakon pregleda stanja u pojedinoj kategoriji, bez uvida u to kojim su radovima dodijeljene koje nagrade, mogu odlučivati o pomicanju bodovnog praga za pojedine nagrade. Na taj način dobivaju mogućnost dodijeliti više ili manje zlatnih, srebrnih ili brončanih nagrada, ovisno o kvaliteti prijavljenih radova u pojedinoj kategoriji. Za osvojene nagrade prijaviteljima se uručuje statua IdejaX. Na njoj je naveden naziv kategorije, ime rada, ime klijenta, ime primarne agencije i ime(na) strateškog/ih partnera. Svi pobjednički radovi dobit će po jednu statu, a nakon proglašenja pobjednika moguće je naručiti dodatan primjerak statue uz naknadu.

AGENCIJA I OGLAŠIVAČ GODINE NATJECANJA IDEJAX

Nagrade za Agenciju i Oglašivača godine natjecanja IdejaX dodjeljuju se najuspješnijoj agenciji i oglašivaču u natjecateljskoj sezoni prema izračunu osvojenih bodova prema sustavu definiranom u odjeljku **Bodovanje nagrada**. U slučaju bodovnog izjednačenja, moguće je da se nagrada Agencije ili Oglašivača godine dodijeli više nego jednoj agenciji ili oglašivaču.

GRAND PRIX

Grand Prix predstavlja nagradu za izniman rad, a za nju će konkurirati **tri najviše ocijenjena zlata** iz svih natjecateljskih skupina, osim ako se među njima nađe rad agencijske samopromocije, u tom se slučaju to mjesto prepušta iduće plasiranom radu. U slučaju bodovnog izjednačenja, moguće je da u konkurenciju za Grand Prix uđe i više od tri rada. Uzimajući u obzir kriterije za vrednovanje i odabir najboljih projekata jasno definirane ovim pravilnikom, potpuno novim tajnim glasovanjem, uz popratnu diskusiju, članovi žirija svih natjecateljskih skupina, donose konačnu odluku na način da tim projektima dodjeljuju 1, 2 ili 3 boda. U slučaju da dođe do izjednačenja, glasovanje se ponavlja u užem izboru. Iz odluke o Grand Prixu isključeni su članovi žirija koji su ujedno autori projekata koji su u konkurenciji za Grand Prix ili su s njima interesno povezani.

PROGLAŠENJE POBJEDNIKA

Do same dodjele, rezultati glasovanja bit će poznati isključivo organizatoru, izuzev radova u konkurenciji za Grand Prix koji će biti objavljeni uoči dodjele nagrada. Proglašenje pobjednika IdejaX održat će se u sklopu nacionalnog festivala tržišnog komuniciranja [Dani komunikacija](#).

BODOVANJE NAGRAĐENIH RADOVA

Prema ukupnom zbroju bodova iz svih skupina natjecateljskih kategorija organizator dodjeljuje posebne nagrade Agenciji i Oglašivaču godine natjecanja IdejaX. 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 na natjecanju. Ako su dvije agencije ravnopravno sudjelovale u izradi ideje, moguće je dati ravnopravnu zaslugu, no bodovi se na rang listi također dijele ravnopravno (npr. ako je rad osvojio zlato u kategoriji I. Best on Market, svakoj će agenciji pripasti 10 bodova umjesto 20).

Bodovi se računaju samo za najvišu poziciju koju je rad osvojio i nisu kumulativni, što znači da osvajanje nagrade u kategoriji isključuje bodove za finalista, a osvajanje nagrade Grand Prix IdejeX isključuje bodove za niže nagrade tog rada u toj kategoriji u kojoj je projekt osvojio Grand Prix. Za osvojene nagrade bodovi se pribrajaju prema idućem principu:

	NAGRAĐA	BODOVI
I. Best on Market / III. Best Branding & Rebranding / III. Best of Positive Change*	FINALIST	1 bod
	BRONCA	5 bodova
	SREBRO	10 bodova
	ZLATO	20 bodova
	GRAND PRIX	30 bodova
II. Best in Channel	FINALIST	0.75 bodova
	BRONCA	3.75 bodova
	SREBRO	7.5 bodova
	ZLATO	15 bodova
	GRAND PRIX	30 bodova

*** Napomena:** Za rad koji je istovremeno prijavljen u skupine **I. Best on Market** i **II. Best of Positive Change** bodovi se pribrajaju samo za onu skupinu gdje je rad osvojio nagradu višeg ranga (npr. ako je rad osvojio zlato u Best on Market, a srebro u Best of Positive Change, agenciji ili oglašivaču pribraja se isključivo 20 bodova za osvojeno zlato). Jednako tako, ako je rad osvojio dvije nagrade istog ranga, pribraja se samo jedna.

OCJENJIVANJE I ŽIRI

Ocjenjivanje prijavljenih projekata odvija se u dva kruga. Svi projekti koji prođu predselekciju, nastavno na individualno ocjenjivanje i diskusiju, prolaze u drugi krug te postaju finalistima. Žiri se sastoji od predstavnika agencija prema rang listi prošlogodišnjeg natjecanja. Nastavno na poziv Udruge HURA!-e,

agencije imaju pravo nominirati jednog kreativnog direktora/direktorice za člana/članicu žirija. O broju članova žirija koji ulaze u žiri s rang liste odluku donosi Organizacijski odbor na temelju osvojenih bodova. Kriteriji njihova odabira podrazumijevaju bogato iskustvo u tržišnom komuniciranju, utjecaj u industriji tržišnog komuniciranja, kao i priznanja te nagrade osvojene na regionalnim i svjetskim strukovnim natjecanjima. Budući da se prijave predaju na hrvatskom jeziku, neizostavan preduvjet odabira jest i izvrsno razumijevanje jezika. Organizacijski odbor u iznimnim slučajevima zadržava diskrecijsko pravo da ne pozove agenciju u članstvo žirija. Predsjednika ili predsjednicu žirija za određenu sezonu biraju članovi Organizacijskog odbora.

NOVO: Pridružite se IdejaX 2026 žiriju

Osim članova koji ulaze na temelju postignuća u prethodnoj sezoni, ove godine do tri predstavnika istaknutih kreativnih direktora i direktorica (ili ekvivalentnih titula) iz agencija članica HURA-e mogu se sami nominirati za članstvo u žiriju, pod uvjetom da njihov predstavnik još nije u žiriju prema rang-listi. Ovo je prilika da se pridružite i doprinesete ocjenjivanju najboljih radova – otvoreni smo za sve koji žele biti dio procesa i dijeliti svoje iskustvo i viziju.

PRIJAVNICA

Rok: 20. siječnja 2026.

TRANSPARENTNOST, NEUTRALNOST I FEEDBACK

Diskusija o radovima u II. krugu odvija se javno, odnosno prijavitelji i zainteresirana javnost mogu pratiti diskusiju o projektima uživo ili putem online poveznice ovisno o organizacijskim mogućnostima. Upisivanje ocjena i diskusija o dodjeljivanju nagrada odvija se tajno, pri čemu su rezultati glasovanja i dodijeljenih nagrada poznati samo organizatoru. Lista finalista objavljuje se po završetku II. kruga žiriranja, a pobjednici će biti proglašeni 16. svibnja na pozornici Dana komunikacija u Rovinju. Nakon proglašenja, ocjene projekata koje su ušli u finale bit će objavljene na službenim stranicama Dana komunikacija, a prijavitelji će imati mogućnost članovima žirija postavljati pitanja na Q&A segmentu na Danima komunikacija.

DISKVALIFIKACIJA RADOVA

Svi prijedlozi za diskvalifikaciju rada mogu se predati isključivo u I. krugu te se nastavno na prijedlog za diskvalifikaciju rad u pitanju nastavlja ocjenjivati s pretpostavkom da neće biti diskvalificiran. U slučaju kršenja tehničkih odredbi Pravilnika, odluku o diskvalifikaciji rada donosi aktualni Organizacijski odbor. Odluka se temelji na prijedlogu za diskvalifikaciju koji podnese član ili članica žirija u I. krugu, uzimajući u obzir repliku prijavitelja na navedeni prijedlog. Ako član žirija u I. krugu prijavi sumnju da je rad plagijat, odluku o eventualnoj diskvalifikaciji donosi aktualni žiri nakon dodijeljenih ocjena, radi očuvanja neutralnosti ostalih članova žirija prilikom ocjenjivanja. Odluka se donosi većinom glasova, uzimajući u obzir repliku prijavitelja.

Proces ocjenjivanja prijavljenih projekata detaljno je opisan u Uputama za ocjenjivanje koje dobivaju svi članovi žirija.

KRITERIJI

Prilikom ocjenjivanja te odabira najboljih projekata natjecanja IdejaX članovi žirija vode se sljedećim kriterijima koji su podijeljeni u tri skupine: *kriterij kreativne relevantnosti ideje*, *kriterij tržišne relevantnosti ideje* i *kriterij kvalitete izvedbe ideje*. IdejaX 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.

1. Kriterij kreativne relevantnosti ideje

U svim skupinama kategorija IdejaX nagrađuje originalne kreativne koncepte koji se odlikuju originalnošću, atraktivnošću, uvjerljivošću i univerzalnošću. Originalnima se smatraju projekti koji su autentični, ne recikliraju postojeće ideje ili kreativne koncepte, a projekti koji prema odluci žirija ne zadovoljavaju minimalne kriterije originalnosti nastavno na prijedlog mogu biti diskvalificirani iz daljnjeg natjecanja. Atraktivnost znači da projekti u oglašavanje unose svježinu, drugačiji su od uobičajenog, domišljati, posebni i uzbudljivi. Uvjerljivost podrazumijeva mjeru u kojoj je korišten kreativni koncept uvjerljiv ciljnoj skupini te se nagrađuju projekti koji su u navedenom smislu relevantni i ostvaruju potrebnu razinu uvjerljivosti. Univerzalnost podrazumijeva da je ideja toliko snažna da je univerzalno razumljiva, odnosno da bi prijavljeni rad mogao konkurirati i na međunarodnim natjecanjima.

2. Kriterij tržišne relevantnosti ideje

Ideja ne može biti sama sebi svrhom, već je važno da je tržišno utemeljena. Tržišna relevantnost pojedinog djela odnosi se na sposobnost oglasa ili kampanje da rezonira s ciljanom publikom u kontekstu njihovih trenutnih potreba, želja, interesa, društvenog okruženja i, posebno, konkurentne situacija koja vlada unutar promatrane kategorije. 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.

3. Kriterij kvalitete izvedbe ideje

Vrednuje se izvedbena kvaliteta, no uvijek promatrana u odnosu na ideju. Na natjecanju IdejaX izvedbena kvaliteta sama po sebi nije dovoljna ako nije u službi ideje te ako je ona manjkava, banalna ili je čak i nema.

PRIJAVA RADOVA I ROKOVI

Prijave za 15. nacionalno kreativno natjecanje IdejaX otvorene su do 6. ožujka 2026. godine. Unutar svake od kategorija, u svim skupinama, sudjelovati mogu svi radovi iz Hrvatske, kao cjelovite kampanje i pojedinačni dijelovi kampanja, koji su objavljeni od 6. ožujka 2025. do 6. ožujka 2026.

VAŽNE NAPOMENE:

- Zbog neutralnosti ocjenjivanja, nigdje u prijavnom materijalu **nije dopušteno navođenje podataka o primarnoj agenciji, autorima rada, strateškim partnerima i pojedincima koji su sudjelovali u izradi prijavljenoga rada.**
- U pogledu kreativnih materijala, prijavitelj odabire samo jedan način prezentiranja rada, odnosno ne šalje i videosažetak i .PDF dokument u sklopu prijave.
- Prijavitelje se savjetuje da svakako pogledaju važne napomene i opise za pojedine skupine i kategorije kako bi bili sigurni da su u svoju prijavu uključili sve što je žiriju potrebno za kvalitetno ocjenjivanje rada.
- Prijave i videosažeci moraju biti na hrvatskom jeziku ili sadržavati titlove na hrvatskom jeziku.

Radovi se prijavljuju na internetskoj stranici www.danikomunikacija.com/awards/idejax, a za sudjelovanje je potrebno:

1

Ispuniti online prijavnicu

Ispuniti online prijavnicu u kojoj je potrebno navesti naziv rada, ime agencije i klijenta, kategoriju prijave, strateške partnere i individualna priznanja pojedincima koji su najviše zaslužni za uspjeh rada.

2

Predati kreativni rad

Predati kreativni rad: U sklopu *online* prijavnice predati prijavljeni rad u izvornom obliku, bez naknadnih izmjena. Uz sam prijavljeni rad moguće je priložiti opis glavnog izazova *briefa*, a po želji i opis postignutih rezultata. Rad može biti prezentiran na dva načina:

A) u obliku videosažetka u trajanju od najviše dvije (2) minute u zadanom formatu (.mp4, minimalne rezolucije 1280 x 720, veličine do 500 MB)

B) kao .PDF dokument, ako je rad takav da ne zahtijeva videosažetak (.PDF dokument ne smije sadržavati poveznicu na videosažetak ako on postoji, kao ni poveznice koje vode na internetske stranice primarne agencije, autora rada, strateških partnera ili pojedinaca koji su sudjelovali u izradi prijavljenoga rada)

U slučaju da projekt prođe u finale, a u I. krugu je predan .PDF dokument, prijavitelji imaju mogućnost poslati videosažetak za potrebe potencijalnog prikazivanja na dodjelama nagrada.

3 U prijavnici predati glavni vizual kampanje

U prijavnici predati glavni vizual kampanje za korištenje u promidžbene svrhe u formatu .jpg/.jpeg (*preporučeno A4*), minimalne rezolucije 300 dpi.

Sve vrste oglasa (TV spotovi, radijski oglasi i dr.) treba obvezno **prijaviti u izvornom obliku bez naknadnih izmjena** (izuzev kraćenja za potrebe ograničenja trajanja videosažetka ako je to neophodno), a sredstva interaktivne komunikacije trebaju biti praćena aktivnom mrežnom adresom. Sredstva izravne komunikacije mogu biti dostavljena i u materijalnom obliku na adresu navedenu u kontakt podacima kako bi ih članovi žirija, po želji, mogli pregledati pri žiriranju.

PLAĆANJE PRIJAVA

Kako bi bila važeća, prijavu je potrebno u zadanom roku predati putem obrasca na internetskoj stranici www.danikomunikacija.com. Nastavno na primljenu ponudu za plaćanje, uplatu je potrebno izvršiti u zadanom roku, a radovi za koje uplata nije podmirena najkasnije do **23. ožujka 2026.** neće se moći natjecati.

**BEST ON MARKET, BEST
BRANDING & REBRANDING,
BEST OF POSITIVE CHANGE**

BEST IN CHANNEL

REDOVNI PRIJAVNI ROK DO 9. veljače

220 EUR + PDV

170 EUR + PDV

ZA ČLANOVE HURA-E

160 EUR + PDV

130 EUR + PDV

KASNI PRIJAVNI ROK DO 6. ožujka

310 EUR + PDV

240 EUR + PDV

ZA ČLANOVE HURA-E

260 EUR + PDV

200 EUR + PDV

ZAŠTITA OSOBNIH PODATAKA

Zaštita osobnih podataka od velike nam je važnosti. Svi kontakt podaci te dodatne informacije koje budu navedene tijekom postupka prijave na natjecanje IdejaX povjerljive su, a više informacija o tome kako s njima postupamo može se 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](tel:+385997245593)

Monika Bogdanić, koordinatorica natjecanja

monika.bogdanic@hura.hr

[+385991633993](tel:+385991633993)

Sve vijesti o natjecanju IdejaX možete pratiti i na ostalim kanalima festivala:

- **Newsletter:** [Pretplatite se](#)
- **LinkedIn:** [DK Festival](#)
- **Instagram:** [DK Festival](#)
- **Facebook:** [Dani komunikacija](#)