

REGULAMIN KONKURSU EFFIE® AWARDS 2020

POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Organizatorem konkursu pod nazwą „Effie Awards” (dalej „**Konkurs**”) jest Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR z siedzibą w Warszawie przy ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa, wpisane do Rejestru Stowarzyszeń, Innych Organizacji Społecznych i Zawodowych, Fundacji oraz Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej oraz do Rejestru Przedsiębiorców, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy – pod numerem KRS: 00000177032, NIP: 526-23-97-001, REGON: 016102001 (dalej „**Organizator**”).
2. Konkurs organizowany jest na podstawie licencji udzielonej przez Effie Worldwide Inc. (dalej „**Licencjodawca**”) z siedzibą w Nowym Jorku przy ulicy 148 Madison Avenue i podlega zapisom umowy licencyjnej.
3. Ciałem decyzyjnym w kwestiach regulaminowych, porządkowych, spornych itp. na każdym etapie organizacji i przebiegu Konkursu jest Komitet Organizacyjny Effie składający się z osób powołanych przez Organizatora (dalej „**Komitet Effie**”) spośród członków Organizatora (dyrektorów zarządzających agencji komunikacji marketingowej lub członków zarządu) oraz dyrektora zarządzającego Organizatora, który pełni obowiązki przewodniczącego Komitetu Effie.
4. Audytorem Konkursu jest osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna wybrana przez Organizatora (dalej „**Audytora**”), do której zadań należy czuwanie nad zgodnością prac jury z postanowieniami niniejszego Regulaminu oraz sprawdzanie wyników głosowania na zasadach określonych w Regulaminie, a także dokonywanie wykładni Regulaminu na wniosek przedstawiciela Organizatora.
5. Celem Konkursu jest wyłonienie i nagrodzenie najskuteczniejszych komunikacji marketingowych, których efektywność jest mierzona poprzez porównanie celów biznesowych postawionych przed kampanią z wynikami uzyskanymi po jej realizacji, z wyjątkiem kategorii Marketing & Business Solutions, której celem jest wyłonienie najskuteczniejszych rozwiązań biznesowych i marketingowych, których liderem był dział marketingu firmy, poprzez analizę wyzwania biznesowego, porównanie celów biznesowych z efektami działań oraz przychodami z wprowadzenia nowego rozwiązania.

ZGŁOSZENIE

6. Do Konkursu można zgłaszać wyłącznie kampanie, które były realizowane na terytorium Polski w okresie od 1 stycznia 2019 do 31 marca 2020 roku (dalej: „**Kampanie**”) lub w przypadku kampanii zgłaszanych do kategorii React & Sustain od 1 stycznia 2019 do 30 czerwca 2020 roku. Kampanie te mogły rozpocząć się wcześniej lub skończyć później, lecz decydująca część komunikacji musiała być prowadzona w kwalifikującym okresie i do tego okresu musi odnosić się zgłoszenie, a także wszelkie dotyczące Kampanii dane i wyniki, z zastrzeżeniem punktu 7 Regulaminu.
7. Do Konkursu w kategorii Marketing & Business Solutions można zgłaszać wyłącznie rozwiązania marketingowe i biznesowe, które były realizowane na terytorium Polski w okresie od 1 stycznia 2019 do 31 marca 2020 roku (dalej: „**Rozwiązanie**”). Realizacja Rozwiązań mogła rozpocząć się wcześniej lub skończyć później, lecz decydująca ich część musiała być prowadzona w kwalifikującym okresie i do tego okresu musi odnosić się zgłoszenie, a także wszelkie dotyczące Rozwiązania dane i wyniki.
8. Kampanie konkursowe oraz Rozwiązania konkursowe mogą zgłosić podmioty z branży komunikacji marketingowej, marketingu, reklamy, mediów oraz wszystkie inne podmioty, których działalność związana jest z kategoriami Konkursu, z zastrzeżeniem, że jedynym liderem zgłoszenia w kategorii Marketing & Business Solutions może być Klient, rozumiany jako podmiot prowadzący działalność marketingową, którego dotyczy Rozwiązanie (dalej „**Uczestnik**”).
9. Uczestnikiem Konkursu, z wyłączeniem kategorii Marketing & Business Solutions, może być jedynie podmiot indywidualny, tj. agencja komunikacji marketingowej (agencja reklamowa, mediowa, interactive itp.), rozumiany jako brand, bezpośrednio odpowiedzialny za pracę i obsługę Klienta pod własną marką (dalej „**Podmiot Indywidualny**”). Jeżeli Podmiot Indywidualny jest częścią Grupy agencji, możliwe jest dopisanie po nazwie brandu zgłaszającego prace, również nazwy grupy, w ramach której działa podmiot. Określenie nazwy Uczestnika powinno być uzupełnione w Dokumencie Proceduralnym w miejscu „Lider zgłoszenia” lub „Współzgłaszający” w następujący sposób: *nazwa podmiotu indywidualnego (nazwa grupy)*. Podanie nazwy grupy w tym polu nie jest obowiązkowe.
10. Organizator, w przypadku wątpliwości czy Podmiot Indywidualny obsługuje danego Klienta, może poprosić o okazanie umowy między Podmiotem Indywidualnym, a Klientem lub innych dokumentów w celu potwierdzenia zgodności zgłoszenia z zachowaniem prawa Podmiotu Indywidualnego do zachowania poufności danych finansowych i innych danych stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa.

11. W przypadku, gdy Podmiot Indywidualny poda jedynie nazwę grupy (w ramach której działalność prowadzi więcej niż jeden podmiot indywidualny), wówczas Organizator zgłosi się do Uczestnika z prośbą o uzupełnienie brakującej nazwy Podmiotu Indywidualnego, który pracował dla danego Klienta.
12. Po terminie zakończenia przyjmowania zgłoszeń Uczestnik nie ma możliwości dokonania zmiany zgłoszonej nazwy. Jedynie Organizator może dokonać zmiany zgłoszonej nazwy po uprzedniej konsultacji z Uczestnikiem, jeżeli podczas weryfikacji zgłoszenia wykryje nieścisłości w tym zakresie.
13. Podmiot Indywidualny ma obowiązek wskazać na rzecz jakiego Klienta została stworzona kampania.
14. Istnieje możliwość wymienienia maksymalnie dwóch Klientów, dla których została stworzona Kampania.
15. Klient może być jedynym Uczestnikiem Konkursu, w przypadku, gdy był jedynym twórcą zgłaszanej Kampanii, samodzielnie ją wdrażał, zrealizował i lokował w mediach lub jeśli zgłoszenie dotyczy Kategorii Marketing & Business Solutions. Wówczas zgłoszenia może dokonać samodzielnie, co wiąże się z wniesieniem odpowiedniej opłaty zgłoszeniowej zgodnie z pkt. 45 i 46.
16. Kampania, która została stworzona na zlecenie Klienta przez co najmniej 2 różne podmioty bądź Rozwiązanie, które zostało stworzone przez Klienta, jednakże przy znaczącym udziale innych podmiotów, powinna być zgłoszona wspólnie („**Zgłoszenie Wspólne**”).
17. Organizator rekomenduje Zgłoszenia Wspólne uwzględniające wszystkie podmioty, których praca przyczyniła się do sukcesu Kampanii/ Rozwiązania. Jednocześnie Organizator nie odpowiada za pominięcie takiego podmiotu w Zgłoszeniu. W przypadku pominięcia jednego z podmiotów, którego praca przyczyniła się do sukcesu kampanii, można go dołączyć do zgłoszenia maksymalnie do 10.08.2020. Dodanie podmiotu po zamknięciu zgłoszenia wiąże się oprócz opłaty za udział również z dodatkową opłatą w wysokości 500 zł netto (więcej w pkt. 56 i 57).
18. W przypadku, gdy Kampania/ Rozwiązanie zostanie zgłoszone oddzielnie przez różnych Uczestników Konkursu, Przewodniczący grupy Jury dokona oceny i podejmie decyzję, czy nie jest to ta sama Kampania/ Rozwiązanie. Jeśli Kampanie zostaną uznane za tożsame – wówczas Organizator odeśle je do Uczestników z prośbą o dokonanie Zgłoszenia Wspólnego. Niedopełnienie tego warunku wiąże się z odrzuceniem zgłoszeń z Konkursu oraz brakiem zwrotu opłaty zgłoszeniowej ze względu na przeprowadzone czynności wstępnej kwalifikacji Kampanii/Rozwiązania.
19. Wśród Uczestników, będących autorami zgłaszanej do konkursu Kampanii bądź Rozwiązania (dalej „**Zgłoszenie**”) i odpowiedzialnych za ich realizację, można wyróżnić:
 - a. Maksymalnie 2 liderów Zgłoszenia przy Zgłoszeniach Kampanii lub maksymalnie 1 lidera przy zgłoszeniu Rozwiązania (dalej „**Liderzy**”),
 - b. Maksymalnie 4 współzgłaszających przy Zgłoszeniach Kampanii lub Rozwiązań (dalej „**Współzgłaszający**”).
20. Liderzy to podmioty, których wkład w tworzenie Kampanii był najbardziej znaczący.
21. Współzgłaszający to podmioty współtworzące Kampanię lub Rozwiązania inne niż Liderzy, których działania również miały wpływ na rezultaty Kampanii lub Rozwiązania.
22. **Uczestnik wymieniony w Zgłoszeniu jako Lider 1 (dalej „Lider 1”) jest podmiotem odpowiedzialnym za zgłoszenie Kampanii/Rozwiązania, z którym Organizator będzie się kontaktował na każdym etapie konkursu.**
23. Konkurs rozgrywany jest w 24 kategoriach konkursowych (dalej „**Kategorie**”). Szczegółowy opis kategorii dostępny jest na stronie www.effie.pl.

Kategorie produktów i usług	Kategorie specjalne:
<ol style="list-style-type: none"> a. Dobra konsumpcyjne b. Finanse c. Kultura i rozrywka d. Leki i suplementy diety e. Motoryzacja f. Napoje alkoholowe g. Napoje bezalkoholowe h. Retail/ Kanaly sprzedaży i. Ubezpieczenia i inwestycje j. Uroda i pielęgnacja k. Usługi l. Żywność 	<ol style="list-style-type: none"> a. Brand experience b. Branded content c. Business-to-business d. Launch/ relaunch e. Long term marketing excellence f. Performance marketing/ e-commerce g. PR Led i Employer branding h. Positive Change: CSR, Edukacja społeczna i Pro bono i. Smart budget j. Tech driven k. Marketing & Business Solutions l. React & Sustain

24. Kampania może zostać zgłoszona do Konkursu:
 - a. W jednej kategorii produktów i usług,
 - b. W jednej lub dwóch Kategoriach specjalnych,
 - c. Jednocześnie w jednej Kategorii produktów i usług oraz jednej lub dwóch Kategoriach specjalnych**UWAGA!** Kampanie zgłoszone w kategorii Launch/ relaunch oraz Positive Change: CSR, Edukacja społeczna i Pro Bono nie mogą być zgłaszane już do innych kategorii.
25. Kampanie nowych produktów i usług powinny być zgłaszane w kategorii Launch/ relaunch. W tej Kategorii zgłaszane są Kampanie promujące nowe marki wchodzące na rynek z nowymi produktami/ usługami lub obecne już na rynku marki, które wchodzą do zupełnie innej, nowej dla siebie kategorii produktowej, a także stare, zapomniane marki wracające na rynek po dłuższej nieobecności, znaczącym spadku sprzedaży.
26. W przypadku zgłoszenia Kampanii w dwóch Kategoriach takie Zgłoszenia traktowane są jako odrębne, a Uczestnik zobowiązany jest do wniesienia oddzielnej opłaty za Zgłoszenie w każdej kategorii.
27. Organizator po uprzednim uzgodnieniu z Uczestnikiem, zastrzega sobie prawo do zmiany Kategorii zgłoszonej Kampanii bądź Rozwiązania, jeżeli uzna, że Kampania lub Rozwiązanie zostały zgłoszone w niewłaściwej Kategorii.
28. Do Konkursu nie mogą być zgłaszane Kampanie lub Rozwiązania, które otrzymały nagrodę w poprzedniej edycji Konkursu, których termin trwania zawierał się w okresie kwalifikacyjnym poprzedniej edycji (tj. Kampanie/ Rozwiązania trwające do marca 2019 r.). Wyjątek stanowią Kampanie nagrodzone w Kategorii Long term marketing excellence, o których mowa w pkt. 30.
29. Do konkursu mogą być zgłaszane Kampanie/ Rozwiązania, które były nominowane w poprzedniej edycji Effie Awards i których termin trwania zawiera się w okresie pomiędzy 1 stycznia a 31 marca 2019. Kampanie/ Rozwiązania zgłaszane powtórnie muszą jednak spełniać następujące warunki:
 - a. okres trwania Kampanii/ Rozwiązania jest dłuższy niż określony powyżej, tj. od 1 stycznia do 31 marca 2019
 - b. zgłaszający musi wykazać, że kontynuacja Kampanii/Rozwiązania przyniosła znaczące wyniki i dodatkowe efekty. W przypadku zgłoszenia Kampanii/Rozwiązania, które było już nominowane Organizator może skontaktować się ze Zgłaszającym w celu doprecyzowania różnic w zgłoszeniach.
30. Jeśli Kampania uzyskała już nagrodę w kategorii Long term marketing excellence w poprzedniej edycji konkursu Effie, to ponowne zgłoszenie tej Kampanii do tej Kategorii może nastąpić dopiero po upływie 3 kolejnych lat trwania Kampanii. Natomiast Kampanie, które otrzymały nominację w kategorii Long term marketing excellence, mogą być zgłoszone w kolejnym roku.
31. **Warunkiem uczestnictwa w Konkursie jest dokonanie Zgłoszenia, najpóźniej do 24 lipca 2020 roku do godz. 17:00 włącznie (dalej „Ostateczny termin”) lub w przypadku kat. React & Sustain do 31 lipca 2020.**
32. **Zgłoszenie zostaje przyjęte do Konkursu po zrealizowaniu następujących czynności:**
 - a. Po wypełnieniu i zamknięciu Zgłoszenia w formie elektronicznej poprzez platformę konkursową Organizatora dostępną pod adresem www.konkursy.sar.org.pl (dalej „Platforma”), o którym mowa w pkt. 33.
 - b. **Po zamknięciu zgłoszenia na Platformie** – wypełnienie, podpisanie oraz załączenie na Platformie w zgłoszeniu Oświadczeń potwierdzających prawdziwość danych, o których mowa w pkt. 38.
 - c. Załączenie na Platformie w zgłoszeniu potwierdzenia dokonania stosownej opłaty (dalej „Opłata”), o której mowa w pkt. 45, 46 i pkt. 50.
33. Zgłoszenie w formie elektronicznej, o którym mowa w pkt 32a, następuje poprzez:
 - a. Zarejestrowanie i zalogowanie się na Platformie oraz wypełnienie dokumentów zgłoszeniowych (dalej „**Dokumenty Zgłoszeniowe**”), zgodnie z instrukcjami i wskazaniem zamieszczonymi na Platformie oraz w treści Dokumentów Zgłoszeniowych. **Dokumenty Zgłoszeniowe obejmują:**
 - Formularz zgłoszeniowy Kampanii/ Rozwiązania (dalej „**Formularz Zgłoszeniowy**”),
 - Dokument proceduralny (dalej „**Dokument Proceduralny**”),
 - b. Wgranie na Platformę materiałów kreatywnych (dalej „**Materiały Kreatywne**”) oraz spisu załączonych plików. Materiały kreatywne muszą odpowiadać wymaganiom technicznym określonym na Platformie i stronie Organizatora oraz dopuszczalnym ilościom: co najmniej 1, a maksimum 10 plików, wliczając w to montaż video prezentujący Materiały kreatywne wykorzystane we wszystkich kanałach komunikacji (dalej „**Montaż**”).
Uwaga! Montaż nie może opowiadać treści z formularza zgłoszeniowego, zawierać wyników Kampanii bądź Rozwiązania, nazw i logotypów Uczestników innych niż Klient, zawierać komentarza lektora oraz nie może przekraczać czasu trwania wynoszącego 90 sekund.
 - c. Zakończenie zgłoszenia poprzez użycie funkcji „Zamknij zgłoszenie” na Platformie.

- d. Dodanie w zamkniętym zgłoszeniu Oświadczeń Klienta i Lidera 1 (w przypadku kategorii Marketing & Business Solutions – Oświadczenia Lidera) i/lub Oświadczenia Instytutu Badawczego, oraz Potwierdzenia Opłaty – więcej w pkt. 38.
34. Prezentowane w Formularzu Zgłoszeniowym dane (dalej „**Dane**”) dotyczące Kampanii bądź Rozwiązania powinny zostać określone możliwie jak najbardziej szczegółowo poprzez podanie nazwy przeprowadzonego badania, przedziału czasu, określenia grupy, która obejmuje badanie i jego źródła.
35. Uczestnicy podając źródło danych powinni podać nazwę podmiotu, który przeprowadził badania, z wyjątkiem sytuacji, w której badania zostały przeprowadzone przez Uczestnika. W takim przypadku Uczestnik odpowiednio Dane opisuje jako „źródło własne lub źródło własne agencji/ agencji mediowej/ klienta”.
36. Prawdziwość Danych musi zostać potwierdzona przez ich dostawcę poprzez podpisanie Oświadczenia instytutu badawczego (o którym mowa w pkt 38, pobranego z Platformy po zamknięciu zgłoszenia).
37. Nazwa Uczestnika, z wyłączeniem nazwy Klienta (w tym Lidera kategorii MBS), nie może pojawić się w Formularzu Zgłoszeniowym (w tym w wynikach Kampanii/ Rozwiązania, nawet jeśli Uczestnik jest właścicielem i twórcą narzędzia badawczego), ani w Materiałach Kreatywnych wgrzywanych do Zgłoszenia. Podanie nazwy Uczestnika może wiązać się z nałożeniem na zgłaszającego dodatkowej opłaty w wysokości 1000 zł netto + 23% VAT lub dyskwalifikacją Zgłoszenia.
38. Po zamknięciu Zgłoszenia na Platformie, należy zebrać podpisy i pieczętki pod następującymi oświadczeniami oraz załączyć je w odpowiednich polach na Platformie wraz z potwierdzeniem dokonania opłat:
- „Oświadczenie Klienta i Lidera 1 o prawdziwości danych oraz zgoda na publikację” (dalej „**Oświadczenie Klienta i Lidera 1**”) lub w przypadku kategorii Marketing & Business Solutions „Oświadczenie o prawdziwości danych oraz zgoda na publikację (dalej „**Oświadczenie Lidera M&BS**”)
 - „Oświadczenie Instytucji/ instytutu badawczego o prawdziwości danych” (dalej „**Oświadczenie Instytutu**”)
 - Podpisane Oświadczenia wraz z potwierdzeniem dokonania Opłaty zgłoszeniowej i opłat za udział Uczestników w konkursie (dalej „**Potwierdzenie Opłaty**”) należy załączyć na Platformie konkursy.sar.org.pl po zamknięciu zgłoszenia.
39. Wydrukowanie Oświadczenia Klienta i Lidera 1/ Oświadczenia Lidera M&BS i Oświadczenia Instytutu będzie możliwe dopiero po wypełnieniu zgłoszenia w formie elektronicznej i zamknięciu zgłoszenia na Platformie.
40. **Za moment prawidłowego dokonania Zgłoszenia uważa się chwilę załączenia na Platformie wszystkich wymaganych dokumentów: Oświadczenia Klienta i Lidera 1/ Oświadczenia Lidera M&BS i Oświadczenia Instytutu wraz z Potwierdzeniem Opłaty, po uprzednim zamknięciu zgłoszenia na Platformie.**
41. Przekroczenie ostatecznego terminu przyjmowania zgłoszeń, nieprawidłowe przygotowanie Zgłoszenia, lub przesłanie Zgłoszenia w sposób niezgodny z podaną przez Organizatora specyfikacją, uprawnia Organizatora do nieprzyjęcia Zgłoszenia. W takim przypadku wniesiona Opłata zgłoszeniowa oraz Opłaty za udział w Konkursie nie podlegają zwrotowi.
42. Podmiot odpowiedzialny za zgłoszenie otrzyma w ciągu do 14 dni roboczych od ostatecznego terminu informację o brakach formalnych lub nieprawidłowo przygotowanych Dokumentach Zgłoszeniowych z możliwością uzupełnienia ich w ciągu 24 lub 48 godzin.
43. Uczestnicy oświadczają, że:
- Zapoznali się z Regulaminem Konkursu oraz akceptują wszelkie jego postanowienia.
 - Dane podane w zgłoszeniu do Konkursu są zgodne z prawdą, a ich przetwarzanie przez Organizatora będzie zgodne z prawem i nie naruszy prawa ani jakichkolwiek praw osób trzecich.
 - Każdemu z Uczestników przysługują prawa do zgłaszanej Kampanii bądź Rozwiązania oraz wszystkich przesyłanych, załączanych lub zamieszczanych w ramach Zgłoszenia materiałów (dalej łącznie „**Materiały**”), w zakresie niezbędnym do ich wykorzystania w Konkursie oraz w sposób określony w Regulaminie, a ponadto, że w powyższym zakresie prawa te nie są w żaden sposób ograniczone ani obciążone, a korzystanie z nich w zakresie przewidzianym w Regulaminie nie naruszy prawa ani jakichkolwiek praw osób trzecich, w tym praw własności intelektualnej, chronionej tajemnicy, zobowiązania lub dobrych obyczajów.
 - Każdy z Uczestników udziela Organizatorowi oraz Licencjodawcy nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji (dalej „**Licencja**”) na przechowywanie Zgłoszeń i Materiałów (dalej: „**Materiały**”) oraz korzystanie z nich i rozporządzanie nimi w następujących celach:
 - we wszelkich związanych z Konkursem działaniach informacyjnych, promocyjnych i reklamowych, które obejmować mogą w szczególności wyprodukowanie i rozpowszechnianie

wydawnictw papierowych (w tym katalogów) oraz płyt CD/DVD zawierających Materiały, publiczne wystawy, pokazy i prezentacje publiczne, publiczne udostępnianie na stronach internetowych oraz w innych sieciach, w tym telefonii mobilnej, publiczne wyświetlanie, odtwarzanie i nadawanie, i remitowanie audycji, filmów i prezentacji o Konkursie, publikowanie w prasie w związku z informowaniem o Konkursie.

- w celach szkoleniowych i muzealnych, obejmujących m.in. prezentację w ramach szkoleń i prelekcji oraz publiczne wystawienie i prezentowanie w salach ekspozycyjnych, udostępnianie w katalogach i archiwach, wraz z prawem do korzystania z dowolnych fragmentów Materiałów i dokonywania w nich zmian wynikających z opracowania redakcyjnego lub niezbędnych z punktu widzenia celów informacyjnych i promocyjnych Konkursu, w szczególności do ich przerywania i komponowania, a także zestawiania z innymi materiałami.

W powyższych celach Organizator jest uprawniony do korzystania z Materiałów na wszelkich znanych polach eksploatacji, w tym wszystkich wskazanych w art. 50 ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Licencja udzielona zostaje na czas nieokreślony, w zamian za możliwość uczestniczenia w Konkursie oraz promocji Zgłaszającego, wraz z prawem udzielania sublicencji.

- Uczestnicy udzielają Organizatorowi oraz Licencjodawcy nieograniczonej czasowo i terytorialnie zgody na publikację pełnej treści Formularza zgłoszeniowego. Chyba, że w Oświadczeniu Klienta i Lidera 1/ Oświadczeniu Lidera M&BS oznaczą zgodę na publikację formularza tylko w zmienionej formie dołączonej do zgłoszenia.
 - Ponoszą odpowiedzialność za prawdziwość powyższych oświadczeń.
44. Wszelkie nośniki, na których utrwalono Materiały przekazane Organizatorowi, stają się jego własnością z chwilą przekazania.

OPLATY

- Oplaty za zgłoszenie, określone w pkt. 46 dokonuje jedynie odpowiednio Lider 1 lub Lider M&BS (podmiot odpowiedzialny za zgłoszenie). Lider 2 oraz współzgłaszający dokonują opłaty określonej w pkt. 50.
- Wysokość Opłaty zgłoszeniowej dla wszystkich Kategorii uzależniona jest od terminu, w jakim Uczestnik zgłosi Kampanię/ Rozwiązanie oraz od członkostwa w Stowarzyszeniu Komunikacji Marketingowej SAR:

Termin przyjęcia zgłoszenia	Opłata za zgłoszenie dla członków SAR	Opłata za zgłoszenie dla podmiotów niezrzeszonych w SAR
I termin: 4.05 – 08.06, do godz. 17:00 włącznie	3500 zł netto + VAT (4305 zł brutto)	4200 zł netto + VAT (5166 zł brutto)
II termin: 08.06, od godz. 17:01 – 10.07 do godz. 17:00 włącznie	4500 zł netto + VAT (5535 zł brutto)	5200 zł netto + VAT (6396 zł brutto)
III termin: 10.07 od godz. 17:01 – 24.07 do godz. 17:00 włącznie	5500 zł netto + VAT (6765 zł brutto)	6200 zł netto + VAT (7626 zł brutto)
KATEGORIA REACT & SUSTAIN 4.05 – 31.07, do godz. 17:00 włącznie	3500 zł netto + VAT (4305 zł brutto)	4200 zł netto + VAT (5166 zł brutto)

- Opłata za zgłoszenie musi być dokonana w formie przelewu na konto Organizatora. Dane do przelewu: Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR: ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa, Bank Santander 27 1090 1056 0000 0000 0602 5684 **z tytułem przelewu „Opłata zgłoszeniowa Effie 2020, numer zgłoszenia”**. W przypadku, gdy Uczestnik zgłasza do konkursu kilka Kampanii lub Rozwiązań, opłata powinna być uiszczona jednym przelewem podając w jego tytule ilość i numery Zgłoszeń. Istnieje możliwość wygenerowania faktury proforma na Platformie na podstawie, której uczestnik może dokonać opłaty za zgłoszenie i udział. Funkcja ta dostępna jest w ostatnim etapie zgłaszania pracy na Platformie.
- Opłata za zgłoszenie obejmuje:
 - Czynności związane z przetwarzaniem danych, przyjmowaniem zgłoszeń (Platforma) i czynności kwalifikacji Zgłoszenia,
 - Czynności związane z oceną Zgłoszeń on-line,
 - Czynności kwalifikacji podczas posiedzeń jury i posiedzeń przewodniczących jury,
 - Organizację Gali Konkursu, produkcję i transport statuetek oraz zaproszeń na Galę.

49. W przypadku, gdy w zgłoszeniu Kampanii lub Rozwiązań bierze udział więcej Uczestników (oprócz Lider 1), tj. Lider 2 oraz każdy Współzgłaszający, każdy z nich musi wnieść opłatę za udział w Konkursie, określoną w pkt. 50.
50. Opłata za udział w Konkursie podmiotów wskazanych w pkt. 50 uzależniona jest od członkostwa w Stowarzyszeniu Komunikacji Marketingowej SAR (a w przypadku Lidera 2 także od terminu) i przedstawia się następująco.

Termin przyjęcia zgłoszenia	Opłata za udział dla Lider 2 dla członków SAR	Opłata za udział dla Lider 2 podmiotów niezrzeszonych w SAR
I termin: 4.05 – 08.06, do godz. 17:00 włącznie	3500 zł netto + VAT (4305 zł brutto)	4200 zł netto + VAT (5166 zł brutto)
II termin: 08.06, od godz. 17:01 – 10.07 do godz. 17:00 włącznie	4500 zł netto + VAT (5535 zł brutto)	5200 zł netto + VAT (6396 zł brutto)
III termin: 10.07 od godz. 17:01 – 24.07 do godz. 17:00 włącznie	5500 zł netto + VAT (6765 zł brutto)	6200 zł netto + VAT (7626 zł brutto)
KATEGORIA REACT & SUSTAIN 4.05 – 31.07, do godz. 17:00 włącznie	3500 zł netto + VAT (4305 zł brutto)	4200 zł netto + VAT (5166 zł brutto)

Opłata za udział w Konkursie wnoszona przez Współzgłaszających	Opłata dla członków SAR	Opłata dla podmiotów niezrzeszonych w SAR
	1750 zł netto + VAT (2152,50 zł brutto)	2100 zł netto + VAT (2583 zł brutto)

51. Opłata za udział w Konkursie powinna zostać uiszczona osobno przez Uczestników wskazanych w pkt. 50 (tj. Lidera 2 oraz każdego Współzgłaszającego) w terminie przyjmowania zgłoszeń do Konkursu. Dane do przelewu: Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR: ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa, Bank Santander 27 1090 1056 0000 0000 0602 5684. Prosimy o podanie w tytule numeru zgłoszenia: **„Opłata za udział w konkursie Effie 2020, numer zgłoszenia...”**.
52. Klient nie ponosi Opłaty, poza przypadkiem, kiedy występuje w Zgłoszeniu, jako Lider M&BS, Lider, Lider 2 lub jako Współzgłaszający. Wówczas wnosi odpowiednią opłatę zgodnie z pkt. 46, 50.
53. Kampanie realizowane dobrowolnie i bezpłatnie w interesie publicznym, dla instytucji pożytku publicznego lub podmiotów, których nie stać na opłacenie pracy agencji i zakup mediów, zgłoszone w Kategorii Edukacja społeczna i Pro bono, mogą ubiegać się o zwolnienie z opłaty zgłoszeniowej i z opłaty za udział w Konkursie. Stosowny wniosek należy kierować na adres zgloszenia.effie@sar.org.pl. Wniosek zostanie rozpatrzony przez Organizatora Effie, który następnie poinformuje zgłaszającego o swojej decyzji.
54. Kampanie i rozwiązania zgłaszane przez podmioty, które do tej pory nie brały udziału w konkursie Effie Awards w Polsce (w jakiegokolwiek formie, tj. jako Lider 1, Lider 2, Współzgłaszający, Klient 1 lub Klient 2), mogą ubiegać się o rabat w wysokości 700 zł netto. Rabat na pierwsze zgłoszenie przyznawany jest Liderowi 1/ Liderowi 2 i nie dotyczy podmiotów zrzeszonych w SAR. Stosowny wniosek o zniżkę należy kierować na adres email zgloszenia.effie@sar.org.pl.
55. Instytucje kultury oraz Biura Promocji Miast i Województw zgłaszając do Konkursu w Kategoriach m.in. Usługi oraz w kategorii Kultura i rozrywka mogą ubiegać się o rabat lub zwolnienie z opłat zgłoszeniowych. Stosowny wniosek należy kierować na adres zgloszenia.effie@sar.org.pl. Wniosek zostanie rozpatrzony przez Organizatora Effie, który następnie poinformuje zgłaszającego o swojej decyzji.
56. Na Lidera 1 może zostać nałożona dodatkowa opłata (dalej „**Dodatkowa opłata**”) w przypadku braków formalnych i nieprawidłowego przygotowania Zgłoszenia:
- W wysokości 1000 zł netto + 23% VAT (1230 zł brutto) w przypadku umieszczenia logotypów lub nazw Uczestników w Formularzu Zgłoszeniowym, Dokumentach dowodowych lub Materiałach kreatywnych. Prosimy o zapoznanie się z wymaganiami określonymi w pkt. 35 i 37.
 - W wysokości 1000 zł netto + 23% VAT (1230 zł brutto) w przypadku niepełnego zgłoszenia tj.:
 - Brak zamkniętego zgłoszenia na Platformie.
 - Brak Materiałów kreatywnych.

- Brak załączonych do zgłoszenia na platformie podpisanych dokumentów: Oświadczenia Klienta i Lidera 1/ Oświadczenia Lidera M&BS i/lub Oświadczenia Instytutu (jeżeli dotyczy) zgodnie z pkt 38.
 - Brak podpisów na Oświadczeniu Klienta i Lidera 1/ Oświadczeniu Lidera M&BS i/lub Oświadczenia Instytutu (jeżeli dotyczy).
- c. W wysokości 500 zł netto + 23% VAT (645 zł brutto) w następujących przypadkach:
- Brak podania w Formularzu zgłoszeniowym źródeł prezentowanych Danych liczbowych.
 - Prezentowanie osiągniętych wyników Kampanii w Materiałach kreatywnych.
 - Każdorazowa konieczność podmiany Materiałów kreatywnych po zamknięciu zgłoszenia na Platformie.
 - Każdorazowa konieczność zmiany w Dokumentach Zgłoszeniowych. Dodatkowo Uczestnik musi określić, jakie zmiany zostaną wprowadzone i po zamknięciu Zgłoszenia ponownie przesłać podpisane Oświadczenia Klienta i Lidera 1/ Oświadczenia Lidera M&BS i Oświadczenia Instytutu.
57. Dodatkowe opłaty, naliczane za poszczególne uchybienia są sumowane. Zgłoszenie zostaje dopuszczone do Konkursu wyłącznie po uiszczeniu przez Lidera 1/Lidera M&BS Dodatkowej opłaty przelewem przed rozpoczęciem procesu obrad Jury (tj. przed 10 sierpnia 2020 r.).
58. W przypadku nieuiszczenia wymaganej Dodatkowej opłaty Zgłoszenie może zostać zdyskwalifikowane.
59. Decyzję o nałożeniu Dodatkowej opłaty lub dyskwalifikacji Zgłoszenia, o których mowa w pkt. 56 i 57 podejmuje Organizator.
60. Każdy z Uczestników zobowiązany jest dopełnić we własnym zakresie obiegu dokumentów wewnętrznych Uczestnika potrzebnych do uiszczenia płatności przewidzianej za Zgłoszenie do Konkursu, opłaty za dodatkowe statuetki, zaproszenia na Galę. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za niedopełnienie przez Uczestników formalności (np. niepodanie Organizatorowi nr Purchase Order).

JURY

61. Zwycięskie Kampanie i Rozwiązania zostaną wyłonione przez jury Konkursu (dalej „**Jury**”). Zasady oceny i wyłonienia najlepszych Rozwiązań zostały uregulowane w podrozdziale „Marketing & Business Solutions” niniejszego Regulaminu.
62. Członkowie Jury oświadczają, iż zapoznali się z Regulaminem Konkursu, w tym z zasadami pracy Jury i zobowiązują się do ich przestrzegania. Wybór zwycięskich Kampanii przez Jury odbywa się w trzech etapach:
- a. Etap I – analiza zgłoszeń (dalej „**Etap I**”)
 - b. Etap II – głosowanie online (dalej „**Etap II**”)
 - c. Etap III - obrady wyłaniające Kampanie nominowane i nagrodzone (dalej „**Etap III**”).
63. Jury obraduje w podziale na grupy jurorskie, oceniające różne Kategorie. Skład grup jurorskich i ocenianych w nich Kategorii dostępny będzie na stronie www.effie.pl.
64. Skład Kategorii ocenianych w grupach jurorskich może ulec zmianie, jeżeli ilość zgłoszeń w danej grupie znacznie przewyższa ilość w pozostałych grupach.
65. Komitet Effie powołuje przewodniczącego każdej z grup jurorskich (dalej „**Przewodniczący Grupy**”). Przewodniczący Grupy nadzoruje wszystkie etapy pracy Jury, kieruje procesem obrad oraz moderuje dyskusje. Przewodniczący Grupy bierze udział w głosowaniu, na takich samych zasadach jak Juror.
66. Komitet Effie powołuje ponadto przewodniczącego Jury (dalej „**Przewodniczący Jury**”), który nadzoruje i wspiera prace Jury oraz pełni rolę Przewodniczącego grupy oceniającej kategorię Marketing & Business Solutions. Przewodniczącemu Jury nie przysługuje prawo do głosowania, z wyjątkiem głosowania nad nagrodą Grand Prix, o której mowa w pkt. 118 oraz w Kategorii Marketing & Business Solutions.
67. Członkowie Jury zobowiązani są do podpisania dostarczonej przez Organizatora klauzuli poufności oraz oświadczenia o wykluczeniu z oceny prac przed rozpoczęciem Etapu I. Niepodpisanie klauzuli wiąże się z rezygnacją z udziału w pracach Jury.
68. Juror nie może oceniać Kampanii zgłoszonych przez osoby lub podmioty, którymi kieruje, kierował, w których pracuje lub pracował, bądź jest lub był z nią w inny sposób związany w którymkolwiek momencie w okresie od dnia 1 stycznia 2019 roku do dnia oddania ostatniego głosu podczas Etapu III. W przypadku zauważenia przez Jurora, że Kampania została zgłoszona przez osobę lub podmiot, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym, zobowiązany jest:
- a. Na Etapie I – wyłączyć się z dyskusji nad danym zgłoszeniem i opuścić salę obrad oraz poinformować o fakcie wyłączenia Organizatora konkursu.

- b. Na Etapie II – oznaczyć ten fakt przy użyciu funkcji „wstrzymuję się od głosu”, jeżeli nie został uprzednio automatycznie wyłączony z głosowania nad daną Kampanią przez system udostępniony do głosowania.
 - c. Na Etapie III – wyłączyć się z dyskusji nad danym zgłoszeniem i opuścić salę obrad oraz poinformować o fakcie wyłączenia Audytora lub Organizatora konkursu.
69. Organizator, Audytor oraz Przewodniczący Jury będą monitorowali przebieg prac Jurorów.

OBRADY JURY ETAP I i II

70. Celem Etapów I i II jest wyłonienie najefektywniejszych Kampanii i sporządzenie zawierającej je shortlisty (dalej: „**Shortista**”) w poszczególnych Kategoriach.
71. Na Etapie I i II składają się:
- a. Spotkania w grupach – stacjonarnie lub w formie on-line - na wspólne czytanie zgłoszeń i ich analizę.
 - b. Głosowania on-line – Jurorzy otrzymają od Organizatora indywidualny kod dostępu do Platformy, na której znajdować się będą Kampanie uczestniczące w Konkursie. W terminie wskazanym przez Organizatora Jurorzy muszą ocenić wszystkie Kampanie zgłoszone do Konkursu w Kategoriach, do których zostali przypisani.
72. Etap I trwa od 02.09.2020 r. do 04.09.2020 r. Etap II trwa od 07.09.2020 r. do 13.09.2020 r. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może z własnej inicjatywy lub na wniosek Jurorów zmienić czas trwania Etapu II.
73. Juror ma prawo zgłoszenia protestu w związku z zauważonymi uchybieniami. W takim przypadku Organizator weryfikuje z Uczestnikiem dane oprotestowanej Kampanii. W przypadku otrzymania wyjaśnień na zgłoszony protest, Organizator przesyła ich treść do wszystkich Jurorów w danej Kategorii. Juror może przyjąć lub odrzucić wyjaśnienie, wyrażając to poprzez swoją ocenę Kampanii.
74. Uczestnik, którego Kampanii dotyczy protest ma możliwość udzielenia odpowiedzi w ciągu 48 godzin od momentu otrzymania wiadomości od Organizatora drogą mailową. W przypadku nieudzielenia odpowiedzi w ww. terminie, Organizator nie ma obowiązku jej przekazania Jurorom.
75. Na Etapie II Kampanie oceniane są w skali od 1 do 100 punktów w głosowaniu tajnym, w czterech obszarach (dalej „**Obszary oceny**”), którym przypisane są odpowiednie wagi:
- a. **Wyzwanie strategiczne i przyjęte cele** – Waga tej oceny wynosi **0,23**.
 - b. **Strategia komunikacji** – Waga tej oceny wynosi **0,24**.
 - c. **Egzekucja idei** – Waga tej oceny wynosi **0,23**.
 - d. **Efekty komunikacji** – Waga tej oceny wynosi **0,30**.
76. Na Etapie II Juror może wymieniać się uwagami z innymi Jurorami używając w tym celu funkcji „**Dyskusja**”.
77. Jurorzy, po uzgodnieniu z Organizatorem, mają możliwość przenoszenia Kampanii pomiędzy Kategoriami, jeżeli uznają, że Praca została zgłoszona w niewłaściwej Kategorii. Przenoszenie prac przez Jury pomiędzy kategoriami nie dotyczy kategorii, do których jest osobny formularz zgłoszeniowy, tj. Performance Marketing/E-commerce oraz Marketing & Business Solutions.
78. Po upływie dnia wyznaczonego jako ostatni dzień Etapu II, dostęp do Platformy zostanie zablokowany.
79. Po zakończeniu Etapu II Organizator obliczy procentowy stosunek oddanych ważonych ocen. Prace proponowane do Shortlisty to te, które uzyskały co najmniej 60 punktów.
80. Komitet Organizacyjny może zmienić dla wybranych lub wszystkich Kategorii procentowy próg, którego osiągnięcie uprawnia do znalezienia się na liście Nominacji.
81. Organizator jest uprawniony do pozbawienia Jurora prawa uczestnictwa w kolejnych etapach oceny w następujących przypadkach:
- a. Na Etapie II w przypadku, gdy Juror nie weźmie udziału w spotkaniu na Etapie I.
 - b. Na Etapie III w przypadku, gdy Juror na Etapie II nie odda głosów na wszystkie Kampanie zgłoszone do Konkursu w Kategoriach, do których został przypisany, w terminie wskazanym przez Organizatora.

OBRADY JURY ETAP III

82. Celem Etapu III (zwanego też „**Obradami Jury**”) jest wybór Kampanii, które zostaną nagrodzone. Etap III będzie miał charakter jednodniowy i odbędzie się w terminie 17.09.2020 roku, w miejscu wskazanym przez Organizatora. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może z własnej inicjatywy lub na wniosek Jurorów zmienić datę Etapu III.
83. Z uwagi na rozprzestrzenianie się epidemii koronawirusa COVID-19 Organizator zastrzega sobie możliwość przeprowadzenia III Etapu w całości bądź częściowo w formie zdalnej on-line. Organizator jest uprawniony do przeprowadzenia Etapu III w formie hybrydowej, tj. przy fizycznej obecności części jurorów w Obradach

- Jury w miejscu wyznaczonym przez Organizatora oraz przy zdalnej obecności części jurorów w Obradach Jury za pomocą elektronicznych środków przekazu na odległość.
84. Niestawienie się Jurora na Obradach Jury nie wstrzymuje Obrad Jury i nie stanowi przeszkody do przeprowadzenia głosowania podczas jego nieobecności.
85. W ramach Etapu III Jurorzy:
- Zapoznają się z protestami Jurorów z Etapu I i II oraz wyjaśnieniami przygotowanymi przez Uczestników, dotyczącymi Kampanii na Shortliście,
 - Dokonują przeglądu Kampanii na Shortliście, dyskutują nad każdą Kampanią, porównują ją z innymi z danej Kategorii,
 - Głosują nad przejściem każdej Kampanii z Shortlisty na listę Nominacji (dalej „**Lista Nominowanych**”) w głosowaniu jawnym zwykłą większością głosów poprzez podniesienie ręki,
 - Dokonują oceny Kampanii z Listy Nominowanych poprzez samodzielne głosowanie na nagrody na kartach do głosowania lub z wykorzystaniem elektronicznego systemu do głosowania. Karty opatrzone są imieniem i nazwiskiem oraz podpisem Jurora w celu weryfikacji ilości głosów przez Audytora.
86. Na wniosek Jurora istnieje możliwość wrócenia do dyskusji nad Kampanią, która nie weszła na Shortlistę pod warunkiem, że większość Jurorów w grupie poprze ten wniosek. Kampania ta może być poddana głosowaniu nad wciągnięciem jej na listę Nominacji.
87. Kampanie znajdujące się na Liście Nominowanych oceniane są w skali od 50 do 100 punktów w tajnym głosowaniu, w tych samych Obszarach oceny, co na Etapie II, określonych w pkt. 75.
88. Pozostawienie danej Kampanii bez oceny lub wpisanie oceny w innej niż przyjęta skali powoduje, iż dany głos nie będzie brany pod uwagę przy obliczaniu średniej dla danej Kampanii. Ponadto Juror zobowiązany jest parafować każdą poprawkę na Karcie. Jakikolwiek poprawki bez parafowania ich przez Jurora powodują, iż dany głos nie będzie brany pod uwagę.
89. Juror przekazuje wypełnioną Kartę przedstawicielowi Audytora po dokonaniu oceny wszystkich Kampanii z danej Kategorii, a w przypadku korzystania z elektronicznego systemu do głosowania Juror zobowiązany jest wpisać i zatwierdzić głosy w systemie.
90. Po zebraniu Kart/plików z wynikami głosowania w ramach wszystkich Kategorii Konkursu, Audytor w terminie nie dłuższym niż tydzień od dnia zakończenia Obrad Jury zatwierdzi punkty przyznane przez Jurorów poszczególnym Kampaniom oraz średnią ocen wraz z nałożonym **Algorytmem** w zaokrągleniu do dwóch miejsc po przecinku (dalej „**Ocena**”).
91. Przy obliczaniu Oceny dla danej Kampanii nie bierze się pod uwagę oceny Jurorów wyłączonych od głosowania nad tą Kampanią.
92. Ostateczna Ocena dla każdej kampanii jest średnią dwóch miar:
- Średniej ważonej z czterech obszarów na podstawie wag określonych w pkt. 75.
 - Algorytmu liczonego poprzez iloczyn liczby głosów jurorów oddanych na odpowiednie nagrody i uśrednionej wartości dla każdego z przedziałów (kolejno: dla nominacji – wartość 60, dla brązu – wartość 70, dla srebra – wartość 80, dla złota – wartość 90) dzielony na liczbę wszystkich prawidłowo oddanych głosów na kampanię. Progi punktowe nagród przedstawione są w pkt. 112.
93. Po zatwierdzeniu wyników głosowania Audytor bezzwłocznie przekaże je Organizatorowi. Treść Kart/plików z wynikami głosowania oraz raportu z głosowania jest dostępna wyłącznie dla Organizatora, Audytora oraz ich przedstawicieli.
94. Oceny Jury są poufne, nie podlegają dyskusji i nie mogą być przedmiotem reklamacji. Jury nie ma obowiązku uzasadniania swoich wyborów i ocen.

KATEGORIA MARKETING & BUSINESS SOLUTIONS

95. Zwycięskie Rozwiązania wyłonione zostaną przez jury Kategorii Marketing & Business Solutions (dalej „**Jury Kategorii M&BS**”), w skład którego wchodzi wybrani przedstawiciele Kapituły MBS oraz Dyrektorzy zarządzający agencjami, które w poprzednim roku zajęły pierwsze miejsce w rankingu Effie, a także piastujący funkcję w okresie obrad Prezes SAR i Prezes IAA. Członkowie Jury Kategorii **M&BS** oświadczają, iż zapoznali się z Regulaminem Konkursu oraz zasadami pracy Jury Kategorii **M&BS** i zobowiązują się do ich przestrzegania.
96. Przewodniczącym grupy oceniającej kategorię Marketing & Business Solutions jest Przewodniczący Jury 2020. Wówczas nadzoruje on wszystkie etapy pracy Jury Kategorii, kieruje procesem obrad oraz moderuje dyskusje. Przewodniczący bierze udział w głosowaniu w niniejszej Kategorii, na takich samych zasadach jak Juror Kategorii.
97. Obrady Jury Kategorii odbywają się na trzech etapach:
- Etap I – analiza zgłoszeń online (dalej „**Etap I Kategorii M&BS**”),

- d. Etap II – głosowanie online (dalej „**Etap II Kategorii M&BS**”),
 - e. Etap III - obrady wyłaniające Kampanie nominowane i nagrodzone (dalej „**Etap III Kategorii M&BS**”).
98. Członkowie Jury Kategorii M&BS zobowiązani są do podpisania dostarczonej przez Organizatora klauzuli poufności oraz oświadczenia o wykluczeniu z oceny prac przed rozpoczęciem Etapu I Kategorii M&BS. Niepodpisanie klauzuli wiąże się z rezygnacją z udziału w pracach Jury Kategorii M&BS.
99. Juror Kategorii M&BS nie może oceniać Rozwiązań zgłoszonych przez osoby lub podmioty, którymi kieruje, kierował, w których pracuje lub pracował, bądź jest lub był z nią w inny sposób związany w którymkolwiek momencie w okresie od dnia 1 stycznia 2019 roku do dnia oddania ostatniego głosu podczas Etapu III Kategorii M&BS. W przypadku zauważenia przez Jurora Kategorii M&BS, że Rozwiązanie zostało zgłoszone przez osobę lub podmiot, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym, zobowiązany jest:
- a. Na Etapie I Kategorii M&BS oraz Etapie II Kategorii M&BS – wyłączyć się z dyskusji nad Rozwiązaniem i oznaczyć ten fakt przy użyciu funkcji „wstrzymuję się od głosu”, jeżeli nie został uprzednio automatycznie wyłączony z głosowania nad danym Rozwiązaniem przez system udostępniony do głosowania.
 - b. Na Etapie III Kategorii M&BS – wyłączyć się z dyskusji nad danym zgłoszeniem i opuścić salę obrad oraz poinformować Audytora lub Organizatora o fakcie wyłączenia z głosowania.
100. Organizator, Audytor oraz Przewodniczący Jury będą monitorowali przebieg prac Jurorów.
101. Celem Etapów I Kategorii M&BS i Etapu II Kategorii M&BS jest wyłonienie najefektywniejszych Rozwiązań i sporządzenie zawierającej je shortlisty (dalej: „**Shortlista Kategorii M&BS**”).
102. Na Etap I i II Kategorii M&BS składają się:
- a. Analiza zgłoszeń online,
 - b. Głosowania on-line – Jurorzy Kategorii otrzymają od Organizatora indywidualny kod dostępu do Platformy, na której znajdować się będą zgłoszenia w Kategorii M&BS. W terminie wskazanym przez Organizatora Jurorzy muszą ocenić wszystkie Rozwiązania zgłoszone do Kategorii Marketing & Business Solutions.
103. Etap I i II Kategorii M&BS trwają od 03.08.2020 do 13.09.2020. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może z własnej inicjatywy lub na wniosek Jurorów zmienić czas trwania Etapu II Kategorii M&BS.
104. Juror Kategorii M&BS ma prawo zgłoszenia protestu w związku z zauważonymi uchybieniami. W takim przypadku Organizator weryfikuje z Uczestnikiem dane oprotestowanego Rozwiązania. W przypadku otrzymania wyjaśnień na zgłoszony protest, Organizator przesyła ich treść do wszystkich Jurorów Kategorii M&BS. Juror Kategorii może przyjąć lub odrzucić wyjaśnienie, wyrażając to poprzez swoją ocenę Rozwiązania.
105. Uczestnik, którego Rozwiązania dotyczy protest ma możliwość udzielenia odpowiedzi w ciągu 48 godzin od momentu otrzymania wiadomości od Organizatora drogą mailową. W przypadku nieudzielenia odpowiedzi w ww. terminie, Organizator nie ma obowiązku jej przekazania Jurorom Kategorii M&BS.
106. Na Etapie II Kategorii M&BS Rozwiązania oceniane są w skali od 1 do 100 punktów w głosowaniu tajnym, w czterech obszarach (dalej „**Obszary oceny Kategorii M&BS**”), którym przypisane są odpowiednie wagi:
- a. Wyzwanie biznesowe i przyjęte cele (**0,30**)
 - b. Koncepcja działania (**0,20**)
 - c. Egzekucja idei i dobór narzędzi (**0,20**)
 - d. Efekty (**0,30**)
107. Na Etapie II Kategorii M&BS Juror Kategorii M&BS może wymieniać się uwagami z innymi Jurorami Kategorii M&BS używając w tym celu funkcji „**Dyskusja**”.
108. Po zakończeniu Etapu II Kategorii M&BS Organizator obliczy procentowy stosunek oddanych ważonych ocen. Prace proponowane do Shortlisty Kategorii to te, które uzyskały co najmniej 60 punktów.
109. Komitet Organizacyjny może zmienić w Kategorii Marketing & Business Solutions procentowy próg, którego osiągnięcie uprawnia do znalezienia się na liście Nominacji.
110. Organizator jest uprawniony do pozbawienia Jurora Kategorii M&BS prawa uczestnictwa w kolejnych etapach oceny w następujących przypadkach:
- a. Na Etapie II Kategorii w przypadku, gdy Juror nie weźmie udziału w analizie zgłoszeń online.
 - b. Na Etapie III Kategorii w przypadku, gdy Juror Kategorii na Etapie II Kategorii nie odda głosów na wszystkie Rozwiązania zgłoszone do Konkursu w terminie wskazanym przez Organizatora.
111. Etap III Kategorii M&BS będzie miał charakter jednodniowy i odbędzie się w terminie 17.09.2020 i miejscu wskazanym przez Organizatora.

112. Do Etapu III Kategorii M&BS mają zastosowanie odpowiednio zasady określone w pkt. 82-94 niniejszego Regulaminu odnoszące się do pozostałych Kategorii.

NAGRODY

113. Kampanie oraz Rozwiązania z listy Nominowanych ocenione przez Jury oraz Jury Kategorii M&BS zostają zakwalifikowane do następujących nagród („Nagrody”):
- Kampanie/Rozwiązania, które uzyskały Ocenę ≥ 50 punktów < 65 pozostają na Liście Nominowanych („Nominacja Effie”),
 - Kampanie/Rozwiązania, która uzyskały Ocenę ≥ 65 punktów < 75 punktów zostają zakwalifikowane do brązowego Effie („Brązowe Effie”),
 - Kampanie/Rozwiązania, które uzyskały Ocenę ≥ 75 punktów < 85 punktów zostają zakwalifikowane do srebrnego Effie („Srebrne Effie”),
 - Kampanie/Rozwiązania, które uzyskały Ocenę powyżej ≥ 85 punktów ≤ 100 punktów zostają zakwalifikowane do złotego Effie („Złote Effie”).
114. Komitet Effie może podjąć decyzję o zmianie powyżej zdefiniowanych przedziałów punktów.
115. Liczba Nagród, o których mowa w pkt. 113, w danej Kategorii nie może przekroczyć 3.
116. W przypadku otrzymania przez Kampanie takiej samej liczby punktów, która stoi na przeszkodzie zastosowania pkt. 115 Regulaminu, Komitet Effie może podjąć decyzję o przyznaniu nagrody ex aequo.
117. Kampanie nagrodzone Złotym Effie w 2020 roku, z zastrzeżeniem pkt. 118 biorą udział w dyskusji nad przyznaniem nagrody Grand Prix (dalej „Grand Prix”).
118. Kampanie w kategoriach: Edukacja społeczna i Pro bono, Kampanie CSR, Rozwiązania w Kategorii Marketing & Business Solutions nie biorą udziału w dyskusji nad przyznaniem nagrody Grand Prix.
119. O przyznaniu Grand Prix decyduje Przewodniczący Jury wraz z Przewodniczącymi Grup Jurorskich.
120. Organizator zastrzega sobie prawo do nieprzyznania Grand Prix bez podania przyczyny.
121. Lider 1/ Lider 2/ Lider M&BS, którego Kampania/Rozwiązanie znalazła/o się na Liście Nominowanych otrzymuje 2 jednoosobowe zaproszenia na Galę Effie, bez względu na ilość Uczestników w Zgłoszeniu.
122. Lider 1/ Lider 2/ Lider M&BS, którego Kampania/Rozwiązanie nie znalazła/o się na Liście Nominowanych otrzymuje 1 jednoosobowe zaproszenie na Galę Effie, bez względu na ilość Uczestników w Zgłoszeniu.
123. Dodatkowe zaproszenia można dokupić po wypełnieniu stosownego formularza zamówienia dostępnego na stronie internetowej Organizatora. Koszt dodatkowych zaproszeń dostępny będzie na stronie Organizatora www.effie.pl.
124. Lider 1, którego Kampania została nagrodzona Brązowym, lub Srebrnym lub Złotym Effie otrzymuje 1 statuetkę bez względu na ilość Uczestników.
125. Lider 2, którego Kampania została nagrodzona Brązowym, lub Srebrnym lub Złotym Effie otrzymuje 1 statuetkę bez względu na ilość Uczestników.
126. Lider M&BS, którego Rozwiązanie zostało nagrodzone Brązowym, Srebrnym lub Złotym Effie otrzymuje 1 statuetkę, bez względu na ilość Uczestników.
127. Dodatkowe statuetki można zamówić w biurze Organizatora po wypełnieniu stosownego formularza zamówienia do dnia 01.10.2020. Koszt dodatkowych statuetek dostępny będzie na stronie Organizatora www.effie.pl. Uczestnicy, których Kampania została nagrodzona Grand Prix Effie otrzymują statuetki bezpłatnie.

RANKINGI

128. W ramach Konkursu może powstać ranking agencji komunikacji marketingowej będących Podmiotami Indywidualnymi oraz Klienta.
- Ranking tworzy się w oparciu o następującą punktację:

	Nominacja	Brąz	Srebro	Złoto	Grand Prix
Lider 1 i Lider 2	2	4	6	8	12
Klient, Marka	2	4	6	8	12
Współgłaszający	1	2	3	4	6

- b. W przypadku Współzgłoszenia, każdy z Uczestników otrzymuje taką samą liczbę punktów określoną powyżej.
 - c. Uczestnik, którego Kampania otrzyma Grand Prix nie otrzymuje punktów za Złote Effie. Uczestnik, którego Kampania otrzyma Nagrodę nie otrzymuje punktów za Nominację.
129. Organizator zastrzega sobie możliwość nieutworzenia rankingów.
130. Uczestnik, którego Zgłoszenie otrzyma Nominację lub Nagrodę, zostanie ujęty w punktacji międzynarodowego rankingu Effie Index. Punktacja Effie Index jest różna dla Liderów i Współzgłaszających (szczegółowy opis rankingu i punktacji dostępny jest na stronie www.effieindex.com).

REKLAMACJE I ZWROTY

131. Wszelkie reklamacje dotyczące sposobu przeprowadzenia Konkursu mogą być zgłaszane za pośrednictwem e-maila na adres zgloszenia.effie@sar.org.pl w nieprzekraczalnym terminie 7 dni od dnia zaistnienia podstawy reklamacji, z tym, że reklamacje zgłoszone po dniu 02.11.2020 nie będą rozpatrywane.
132. Reklamacja powinna zawierać: imię, nazwisko, telefon oraz adres e-mail Uczestnika, jak również wskazywać powód/powody reklamacji oraz ich dokładny opis.
133. Jeżeli podane w reklamacji dane lub informacje wymagają uzupełnienia, przed rozpatrzeniem reklamacji, Organizator zwróci się do Uczestnika składającego reklamację o ich uzupełnienie we wskazanym zakresie.
134. Reklamacje rozpatrywane będą przez Organizatora w ciągu 14 dni od dnia ich otrzymania. O rozpatrzeniu i wyniku rozpatrzenia reklamacji Uczestnik zostanie powiadomiony poprzez wiadomość e-mail.
135. Odpowiedź na reklamację zostanie wysłana wyłącznie na adres e-mail przypisany do danego Uczestnika. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może wysłać odpowiedź na inny, wskazany przez składającego reklamację, adres e-mail, który nie jest przypisany do Uczestnika.
136. Werdykt Jury/ Jury Kategorii M&BS w zakresie wyboru Nominacji, Nagród oraz Grand Prix nie podlega reklamacji. Reklamacje w tym zakresie Organizator pozostawia bez rozpoznania.
137. W przypadku wycofania udziału jednego z podmiotów Lidera 1/ Lidera 2/ współzgłaszającego, gdy zostały podjęte czynności weryfikacyjne tj. po zakończeniu wybranego przez Lidera 1 terminu zgłoszenia, Organizator zastrzega sobie prawo do niezwracania kosztów udziału/ zgłoszenia oraz opłat dodatkowych.

DANE OSOBOWE

138. Administratorem danych osobowych przetwarzanych przez Organizatora w ramach Konkursu („Dane osobowe”) jest Uczestnik Konkursu.
139. Uczestnik Konkursu poprzez udział w Konkursie powierza Organizatorowi („Procesorowi”), w trybie art. 28 ogólnego rozporządzenia o ochronie danych z dnia 27 kwietnia 2016 r. („RODO”) dane osobowe do przetwarzania, na zasadach i w celu określonym w niniejszym Regulaminie. W szczególności przystąpienie do Konkursu oznacza, że Procesor przetwarza powierzone mu dane osobowe na udokumentowane polecenie Administratora, obejmujące także przekazanie danych osób o których mowa w pkt. 4 poniżej do Effie Worldwide Inc. z siedzibą w Nowym Jorku przy ulicy 148 Madison Avenue, co stanowi warunek licencji, na podstawie której Procesor realizuje przedmiotowy Konkurs.
140. Procesor oświadcza, iż stosuje środki bezpieczeństwa spełniające wymogi RODO.
141. Procesor będzie przetwarzał powierzone na podstawie niniejszego Regulaminu dane osobowe przekazane przez Uczestnika Konkursu należące do kategorii danych zwykłych, w postaci:
- a. Imię, nazwisko, stanowisko, telefon, e-mail (osoby wskazane do kontaktu ze strony Uczestnika Konkursu) – wyłącznie w celu realizacji Konkursu tj.: przygotowania, przeprowadzenia i ogłoszenie wyników Konkursu prowadzenia konta Uczestnika dla zgłoszenia uczestnictwa w Konkursie, rozpatrywania reklamacji.
 - b. Imię i nazwisko (twórcy/autorzy Kampanii) wyłącznie w celu realizacji Konkursu, tj.: przygotowania, przeprowadzenia i ogłoszenia wyników Konkursu, oraz opublikowania w ramach ogłoszenia laureatów Konkursu na Platformie.
142. Procesor zobowiązuje się, przy przetwarzaniu powierzonych danych osobowych:
- a. Do zabezpieczenia danych poprzez stosowanie odpowiednich środków technicznych i organizacyjnych zapewniających adekwatny stopień bezpieczeństwa odpowiadający ryzyku związanym z przetwarzaniem danych osobowych, o których mowa w art. 32 RODO,
 - b. Zapewnia, że osoby upoważnione do przetwarzania danych osobowych zobowiązane zostaną do zachowania tajemnicy,
 - c. W miarę możliwości pomagać Administratorowi wywiązać się z obowiązku odpowiadania na żądania osoby, której dane dotyczą, w zakresie wykonywania jej praw, związanych z ochroną danych osobowych,
 - d. Pomagać Administratorowi w wywiązaniu się z jego obowiązków określonych w art. 32-36 RODO,

- e. Udostępni Administratorowi wszelkie informacje niezbędne do wykazania spełnienia obowiązków z zakresu ochrony danych osobowych, oraz umożliwi Administratorowi przeprowadzenie stosownej kontroli.
143. W celu usunięcia konta, lub zmiany danych osoby kontaktowej Administrator powinien skontaktować się z Procesorem, przesyłając informacje na adres poczty elektronicznej zgloszenia.effie.@sar.org.pl
144. Przetwarzanie danych osobowych przez Procesora ustala się na okres przygotowania, przeprowadzenia i rozstrzygnięcia oraz opublikowania wyników Konkursu.

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

145. Skrócony opis zasad przeprowadzenia Konkursu może znajdować się na stronach internetowych Organizatora lub na materiałach reklamowych lub promocyjnych. Wszystkie treści zawarte w materiałach reklamowo-promocyjnych mają charakter jedynie informacyjny. Moc prawną mają jedynie postanowienia niniejszego Regulaminu i obowiązujące przepisy prawa.
146. Naruszenie przez Uczestnika któregokolwiek z postanowień Regulaminu uprawnia Organizatora do podjęcia decyzji o wykluczenia Kampanii/Rozwiązania z Konkursu i/lub utracie przez Uczestnika prawa do Nagrody.