

REGULAMIN KONKURSU EFFIE® AWARDS POLAND 2022

1. POSTANOWIENIA OGÓLNE

- 1.1. Organizatorem konkursu pod nazwą „Effie Awards” (dalej „**Konkurs**”) jest Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR z siedzibą w Warszawie przy ul. Czerskiej 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**”).
- 1.2. 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.
- 1.3. 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 osób reprezentujących członków Organizatora (dyrektorów zarządzających agencji komunikacji marketingowej lub członków zarządu, dyrektorów strategii) oraz Marketerów.
- 1.4. Celem Konkursu jest wyłonienie i nagrodzenie najskuteczniejszych komunikacji marketingowych, których efektywność jest mierzona poprzez porównanie celów biznesowych, marketingowych i/lub komunikacyjnych postawionych przed działaniami / 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.
- 1.5. Wyrażając solidarność z Narodem Ukraińskim, Komitet Effie zastrzega sobie prawo do dyskwalifikacji w dowolnym momencie Zgłoszenia dokonanego przez podmiot lub w imieniu podmiotu, który przyczynia się do naruszenia standardów praw człowieka w związku z wojną w Ukrainie. W każdym przypadku Komitet Effie umożliwi Zgłaszającemu złożenie wyjaśnień w terminie 3 dni od chwili otrzymania informacji o dyskwalifikacji. Ostateczna decyzja o dyskwalifikacji nie może być przedmiotem reklamacji. Podjęcie przez Komitet Effie decyzji o dyskwalifikacji z w/w przyczyn wiąże się z całkowitym zwrotem opłaty zgłoszeniowej w terminie 14 dni. Zgłoszenie do konkursu oznacza akceptację powyższego uprawnienia Komitetu Effie.

2. DEFINICJE

- 2.1. Na potrzeby niniejszego Regulaminu, następujące pojęcia otrzymują poniżej wskazane znaczenie
 - a) **Audytorka** - osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna wybrana przez Organizatora, do której zadań należy nadzór nad prowadzeniem głosowania na zasadach określonych w Regulaminie, a także dokonywanie wykładni Regulaminu na wniosek przedstawiciela Organizatora;
 - b) **Regulamin** – niniejszy Regulamin Konkursu Effie Awards Poland 2022 wraz z Załącznikami, które stanowią jego integralną część;
 - c) **Platforma** – serwis internetowy administrowany przez Organizatora służący do prowadzenia konkursów i zgłaszania uczestnictwa w Konkursie, pod adresem <http://konkursy.sar.org.pl>;
 - d) **Uczestnik** – uczestnik Konkursu wskazany w Zgłoszeniu, w tym Lider i Współzgłaszający;
 - e) **Lider** - podmiot, którego wkład w tworzenie Kampanii lub Rozwiązania był najbardziej znaczący i który jest odpowiedzialny za Zgłoszenie;
 - f) **Współzgłaszający** – podmiot współtworzący Kampanię lub Rozwiązania inny niż Liderzy, którego działania również miały wpływ na rezultaty Kampanii lub Rozwiązania;

- g) **Klient** – podmiot na rzecz, którego została zrealizowana Kampania lub Rozwiązanie. Klient może być Uczestnikiem Konkursu na zasadach określonych w Regulaminie;
- h) **Zgłoszenie** – zgłoszenie do udziału w Konkursie Kampanii bądź Rozwiązania dokonywane na Platformie, na zasadach opisanych w Regulaminie.

3. WARUNKI UCZESTNICTWA

- 3.1. Do Konkursu można zgłaszać wyłącznie działania / kampanie, które były realizowane na terytorium Polski w okresie od 1 stycznia 2021 do 31 marca 2022 roku (dalej: „**Kampanie**”). 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 3.2 Regulaminu.
- 3.2. 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 2021 do 31 marca 2022 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.
- 3.3. Kampanie oraz Rozwiązania 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.
- 3.4. 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 zwyczajowa firmy” oraz „Nazwa grupy” i „Nazwa holdingu”. Podanie nazwy grupy i holdingu w tych polach jest obowiązkowe.
- 3.5. 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, a także danych osobowych zawartych w umowie z wyłączeniem danych osobowych Klienta będącego osobą fizyczną.
- 3.6. 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.
- 3.7. 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.
- 3.8. Podmiot Indywidualny ma obowiązek wskazać na rzecz jakiego Klienta lub Klientów została stworzona kampania.
- 3.9. Istnieje możliwość wymienienia maksymalnie dwóch Klientów, dla których została stworzona Kampania.
- 3.10. 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 Regulaminem.

- 3.11. 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, powinno być zgłoszona wspólnie (dalej: „**Zgłoszenie Wspólne**”). Organizator rekomenduje Zgłoszenia Wspólne uwzględniające wszystkie podmioty, których praca przyczyniła się do sukcesu Kampanii lub 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 1.08.2022. Dodanie podmiotu po zamknięciu zgłoszenia może wiązać się, oprócz opłaty za udział, również z dodatkową opłatą w wysokości 500 zł netto.
- 3.12. 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 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.
- 3.13. Wśród Uczestników, będących autorami zgłaszanej do konkursu Kampanii bądź Rozwiązania i odpowiedzialnych za ich realizację, można wyróżnić:
- Maksymalnie 2 Liderów przy Zgłoszeniach Kampanii lub maksymalnie 1 Lidera przy zgłoszeniu Rozwiązania;
 - Maksymalnie 4 Współzgłaszających przy Zgłoszeniach Kampanii lub Rozwiązań.
- 3.14. 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.

4. KATEGORIE KONKURSOWE

- 4.1. Konkurs rozgrywany jest w 30 kategoriach konkursowych (dalej „**Kategorie**”). Szczegółowy opis kategorii dostępny jest na stronie www.effie.pl.

Kategorie Industry (Produktów i Usług):	Kategorie specjalne:
1. Consumer Goods 2. Finance 3. Food 4. Green Solutions 5. Culture & Entertainment 6. Medicines & Supplements 7. Mobility (wcz. Motoryzacja) 8. Beverages – Alcohol 9. Beverages – Non-Alcohol 10. Non-Profit & Public Service 11. Retail 12. Beauty & Care 13. Service	1. Brand Experience 2. Branded Content 3. Business to Business 4. Commerce 5. Equality 6. ESG Influence (wcz. Positive Influence) 7. Gaming & Esport 8. Launch/ Relaunch 9. Long Term Marketing Excellence 10. PR & Employer Branding 11. Smart Budget 12. Marketing & Business Solutions 13. Partnership 14. React & Defend 15. Silver 16. Social Media Driven 17. Young Audience

- 4.2. Kampania może zostać zgłoszona do Konkursu:
- w jednej kategorii produktów i usług;
 - w jednej lub dwóch Kategoriach specjalnych;
 - jednocześnie w jednej Kategorii produktów i usług oraz jednej lub dwóch Kategoriach specjalnych.
- 4.3. Kampanie zgłoszone w kategorii Launch/ Relaunch oraz Non-Profit & Public Service nie mogą być zgłaszane już do innych kategorii.
- 4.4. Rozwiązania marketingowe mogą być zgłoszone jedynie do kategorii Marketing & Business Solutions.
- 4.5. Kampanie nowych produktów i usług powinny być zgłaszane w kategorii Launch/ Relaunch.

- 4.6. 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.
- 4.7. 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. Przeniesienie kampanii lub rozwiązania może też nastąpić bez zgody Uczestnika podczas I etapu obrad Jury, zostanie on o tym poinformowany niezwłocznie po zakończeniu dnia obrad.
- 4.8. 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 2021 r.). Wyjątek stanowią Kampanie nagrodzone w Kategorii Long Term Marketing Excellence.
- 4.9. 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 2021. 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 2021.
 - 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.
- 4.10. 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, mogą być zgłoszone w kolejnym roku.
- 4.11. Kampanie zrealizowane na rzecz organizatora tj. Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR, nie mogą być zgłaszane do Konkursu.

5. ZGŁOSZENIE

- 5.1. Warunkiem uczestnictwa w Konkursie jest dokonanie Zgłoszenia, najpóźniej **do dnia 11 lipca 2022 roku do godz. 17:00** włącznie (dalej „**Ostateczny termin**”).
- 5.2. Zgłoszenie zostaje przyjęte do Konkursu po zrealizowaniu następujących czynności:
 - a) po wypełnieniu i zamknięciu Zgłoszenia w formie elektronicznej na Platformie;
 - b) po zamknięciu zgłoszenia na Platformie – wypełnienie, podpisanie oraz załączenie na Platformie w zgłoszeniu Oświadczeń potwierdzających prawdziwość danych, o których mowa w pkt 5.10.
 - c) Załączenie na Platformie w zgłoszeniu potwierdzenia dokonania stosownej opłaty (dalej „**Opłata**”), o której mowa w pkt 7.2 i pkt 7.7 Regulaminu.
- 5.3. Zgłoszenie w formie elektronicznej następuje poprzez:
 - a) zarejestrowanie i zalogowanie się na Platformie oraz wypełnienie dokumentów zgłoszeniowych (dalej „**Dokumenty Zgłoszeniowe**”), zgodnie z instrukcjami i wskazaniami zamieszczonymi na Platformie oraz w treści Dokumentów Zgłoszeniowych, które obejmują:
 - formularz zgłoszeniowy Kampanii/ Rozwiązania (dalej „**Formularz Zgłoszeniowy**”),
 - dokument proceduralny (dalej „**Dokument Proceduralny**”),
 - b) wgranie na Platformę materiałów kreatywnych (dalej „**Materiały Kreatywne**”), odpowiadających wymaganiom technicznym określonym w **Załączniku nr 1 do Regulaminu** w ilości co najmniej 1, a maksimum 10 plików, wliczając w to montaż video prezentujący Materiały kreatywne wykorzystane we wszystkich kanałach komunikacji (dalej „**Montaż**”);

- 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.
- 5.4. 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. W przypadku kategorii Long Term Marketing Excellence dopuszczana długość Video to 120 sekund.
- 5.5. **Nazwy** załączonych **plików nie mogą zawierać nazw** Uczestników innych niż Klient, a także w użytym w zgłoszeniu linku czy też miejscu, do którego dany link kieruje.
- 5.6. 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.
- 5.7. 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”.
- 5.8. Prawdziwość Danych musi zostać potwierdzona przez ich dostawcę poprzez podpisanie Oświadczenia Instytutu Badawczego, o którym mowa w pkt 5.10 Regulaminu, pobranego z Platformy po zamknięciu zgłoszenia.
- 5.9. Nazwa i logo Uczestnika, z wyłączeniem nazwy Klienta (w tym Lidera kategorii M&BS), 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 wgrzanych do Zgłoszenia, również w nazwie pliku kreatywnego, a także w użytym w zgłoszeniu linku czy też miejscu, do którego dany link kieruje. Podanie nazwy Uczestnika może wiązać się z nałożeniem na zgłaszającego dodatkowej opłaty w wysokości 1000 zł netto + 23% VAT lub dyskwalifikacją Zgłoszenia.
- 5.10. 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 (w przypadku pracy zdalnej spowodowanej pandemią nie wymagamy pieczętek):
- a) 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**”);
 - b) „Oświadczenie Instytucji/ Instytutu Badawczego o prawdziwości danych” (dalej „**Oświadczenie Instytutu**”);
 - c) Podpisane Oświadczenia wraz z potwierdzeniem dokonania Opłaty zgłoszeniowej i opłat za udział Uczestników w konkursie (dalej „**Potwierdzenie Opłaty**”) należy załączyć na Platformie po zamknięciu zgłoszenia.
- 5.11. Organizator zachęca do elektronicznego podpisywania oświadczeń z klientami oraz instytutami badawczymi oraz akceptuje skany, zdjęcia oraz załączone potwierdzenia mailowe.
- 5.12. Wydrukowanie Oświadczenia Klienta i Lidera 1/ Oświadczenia Lidera M&BS i Oświadczenia Instytutu będzie możliwe dopiero po wypełnieniu zgłoszenia w formie elektronicznej i pierwszym zamknięciu zgłoszenia na Platformie.
- 5.13. 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 oraz ponownego (ostatecznego) zamknięcia zgłoszenia
- 5.14. 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.

- 5.15. Podmiot odpowiedzialny za zgłoszenie otrzyma w terminie do 21 dni roboczych od ostatecznego terminu informację o brakach formalnych lub nieprawidłowo przygotowanych Dokumentach Zgłoszeniowych z możliwością uzupełnienia ich w ciągu 24 lub 48 godzin.

6. OŚWIADCZENIA ORAZ PRAWA DO MATERIAŁÓW

- 6.1. Uczestnicy oświadczają, że:

- a) zapoznali się z Regulaminem Konkursu oraz akceptują wszelkie jego postanowienia;
- b) dane podane w zgłoszeniu do Konkursu są zgodne z prawdą, posiadają stosowne zgody od osób fizycznych na podanie w Zgłoszeniu ich danych osobowych, a ich przetwarzanie przez Organizatora będzie zgodne z prawem i nie naruszy prawa ani jakichkolwiek praw osób trzecich.
- c) 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;
- d) korzystanie z Materiałów w zakresie przewidzianym w Regulaminie nie naruszy prawa ani jakichkolwiek praw osób trzecich, w tym praw własności intelektualnej, chronionej tajemnicy, zobowiązania lub dobrych obyczajów;
- e) udzielają Organizatorowi nieograniczonej czasowo i terytorialnie zgody na publikację pełnej treści formularza zgłoszeniowego, chyba że w Oświadczeniu Klienta i Lidera 1/ Oświadczeniu Lidera M&BS oznaczają zgodę na publikację formularza tylko w zmienionej formie dołączonej do zgłoszenia;
- f) wszelkie nośniki, na których utrwalono Materiały przekazane Organizatorowi, stają się jego własnością z chwilą przekazania;
- g) Kampania lub Rozwiązanie zostały zgłoszone do Konkursu za wiedzą i zgodą Klienta.

- 6.2. Każdy z Uczestników udziela Organizatorowi oraz Licencjodawcy nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji (dalej „**Licencja**”) na przechowywanie Zgłoszeń i Materiałów oraz korzystanie z nich i rozporządzanie nimi w następujących celach:

- a) 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 reemitowanie audycji, filmów i prezentacji o Konkursie, publikowanie w prasie w związku z informowaniem o Konkursie;
- b) 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.

- 6.3. W powyższych celach Organizator oraz Licencjodawca są uprawnieni 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.

7. OPŁATY KONKURSOWE

- 7.1. Na zasadach określonych poniżej, Opłaty obowiązują:

- a) Lidera 1 lub Lidera M&BS (podmiot odpowiedzialny za zgłoszenie);
- b) Lidera 2 oraz Współzgłaszającego.
- 7.2. Wysokość **Opłaty zgłoszeniowej dla Lidera 1 oraz Lider M&BS** 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: 25.04 – 16.05	3700 zł netto + VAT (4551 zł brutto)	4400 zł netto + VAT (5412 zł brutto)
II termin: 17.05 – 06.06	4700 zł netto + VAT (5781 zł brutto)	5400 zł netto + VAT (6642 zł brutto)
III termin: 07.06 – 27.06	5700 zł netto + VAT (7011 zł brutto)	6400 zł netto + VAT (7872 zł brutto)
IV termin: 28.06– 11.07 (do godz. 17:00)	6700 zł netto + VAT (8241 zł brutto)	7400 zł netto + VAT (9102 zł brutto)

- 7.3. 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 2022_Lider 1_numer zgłoszenia”.

- 7.4. W przypadku, gdy Uczestnik zgłasza do konkursu kilka Kampanii lub Rozwiązań, opłata powinna być uiszczona jednym przelewem podając KONIECZNIE w jego tytule ilość i numery Zgłoszeń.
- 7.5. 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.
- 7.6. 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.
- 7.7. Wysokość Opłaty zgłoszeniowej dla Lidera 2 oraz Współzgłaszających dla wszystkich Kategorii 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: 25.04 – 16.05	3700 zł netto + VAT (4551 zł brutto)	4400 zł netto + VAT (5412 zł brutto)
II termin: 17.05 – 06.06	4700 zł netto + VAT (5781 zł brutto)	5400 zł netto + VAT (6642 zł brutto)
III termin: 07.06 – 27.06	5700 zł netto + VAT (7011 zł brutto)	6400 zł netto + VAT (7872 zł brutto)
IV termin: 28.06 – 11.07 (do godz. 17:00)	6700 zł netto + VAT (8241 zł brutto)	7400 zł netto + VAT (9102 zł brutto)

Opłata za udział w Konkursie wnoszona przez Współzgłaszających	Opłata dla członków SAR	Opłata dla podmiotów niezrzeszonych w SAR
	1800 zł netto + VAT (2214 zł brutto)	2200 zł netto + VAT (2706 zł brutto)

- 7.8. Opłata za udział w Konkursie powinna zostać uiszczona osobno przez Uczestników wskazanych w pkt 7.7 powyżej (tj. Lidera 2 oraz każdego Współzgłaszającego) w formie przelewu na konto Organizatora 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

z tytułem przelewu:

„Opłata za udział w konkursie Effie 2022_Lider 2_numer zgłoszenia”

lub

„Opłata za udział w konkursie Effie 2022_Wspolzgl_numer_zgłoszenia”.

- 7.9. Klient nie ponosi Opłaty, poza przypadkiem, kiedy występuje w Zgłoszeniu jako Lider M&BS, Lider 1, Lider 2 lub jako Współzgłaszający. Wówczas wnosi odpowiednią opłatę zgodnie z pkt 7.2 lub 7.7 powyżej.
- 7.10. 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 Non – Profit & Public Service, są zwolnione z opłaty zgłoszeniowej i z opłaty za udział w Konkursie, a także z opłat dodatkowych wynikających z dokonania zmian w zgłoszeniu.
- 7.11. Kampanie i rozwiązania zgłaszane przez podmioty, które do tej pory nie brały udziału w konkursie Effie Awards Poland (w jakiegokolwiek formie, tj. jako Lider 1, Lider 2, Współzgłaszający, Klient 1 lub Klient 2), mogą ubiegać się o rabat w wysokości 1000 zł netto. Rabat na pierwsze zgłoszenie przyznawany jest Liderowi 1/ Liderowi 2. Stosowny wniosek o zniżkę należy kierować na adres email zgloszenia.effie@sar.org.pl.
- 7.12. Instytucje kultury oraz Biura Promocji Miast i Województw, zgłaszając do Konkursu 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.
- 7.13. 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 a także w linku oraz w miejscu, do którego kieruje link umieszczony w zgłoszeniu. Prosimy o zapoznanie się z wymaganiami określonymi w pkt 5.9 Regulaminu.
 - w wysokości 1000 zł netto + 23% VAT (1230 zł brutto)** w przypadku niepełnego zgłoszenia tj.:
 - braku zamkniętego zgłoszenia na Platformie;
 - braku Materiałów kreatywnych;
 - braku załączonych do zgłoszenia na platformie podpisanych dokumentów: Oświadczenia Klienta i Lidera 1/ Oświadczenia Lidera M&BS i/lub Oświadczenia Instytutu (jeżeli dotyczy);
 - braku 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 (615 zł brutto)** w następujących przypadkach:
- braku podania w Formularzu zgłoszeniowym źródeł prezentowanych Danych liczbowych;
 - prezentowania osiągniętych wyników Kampanii w Materiałach kreatywnych;
 - każdorazowej konieczności podmiany Materiałów kreatywnych po zamknięciu zgłoszenia na Platformie;
 - każdorazowej konieczności 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.
- 7.14. 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 8 sierpnia 2022 r.).
- 7.15. W przypadku nieuiszczenia wymaganej Dodatkowej opłaty Zgłoszenie może zostać zdyskwalifikowane.
- 7.16. Decyzję o nałożeniu Dodatkowej opłaty lub dyskwalifikacji Zgłoszenia, o których mowa w pkt 7.13 i 7.14 podejmuje Organizator.
- 7.17. 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).

8. JURY I OBRADY

- 8.1. Zwycięskie Kampanie i Rozwiązania zostaną wyłonione przez jury Konkursu (dalej „**Jury**”).
- 8.2. Zasady oceny i wyłonienia najlepszych Rozwiązań zostały uregulowane w podrozdziale 9 „Kategoria Marketing & Business Solutions” niniejszego Regulaminu.
- 8.3. Członkowie Jury oświadczają, iż zapoznali się z Regulaminem Konkursu, w tym z zasadami pracy Jury i zobowiązują się do ich przestrzegania. Członkowie Jury zobowiązani są do zaakceptowania dostarczonej przez Organizatora klauzuli poufności oraz oświadczenia o wykluczeniu z oceny prac przed rozpoczęciem Etapu I. Niezaakceptowanie wskazanej klauzuli oraz oświadczenia wiąże się z rezygnacją z udziału w pracach Jury.
- 8.4. 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.
- 8.5. Skład Kategorii ocenianych w grupach jurorskich może ulec zmianie, jeżeli ilość zgłoszeń w danej grupie znacznie przewyższa ilość w pozostałych grupach.
- 8.6. 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.
- 8.7. 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. 10.5 Regulaminu oraz w Kategorii Marketing & Business Solutions.
- 8.8. 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 2021 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 (offlinową lub onlinową) 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 (offlinową lub onlinową) oraz poinformować o fakcie wyłączenia Audytora lub Organizatora konkursu.
- 8.9. Organizator, Audytor oraz Przewodniczący Jury będą monitorowali przebieg prac Jurorów.
- 8.10. 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”).
- 8.11. Celem Etapów I i II jest wyłonienie najefektywniejszych Kampanii i sporządzenie zawierającej je listy (dalej: „**Shortista**”) w poszczególnych Kategoriach.
- 8.12. Na Etap I i II składają się:
- a) spotkania w grupach – stacjonarnie lub w formie on-line - na wspólną analizę zgłoszeń i kalibrację grupy.
 - 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.
- 8.13. Etap I trwa od 02.09.2022 r. do 08.09.2022 r. w zależności od kategorii. Etap II trwa od 09.09.2022 r. do 18.09.2022 r. online. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może z własnej inicjatywy lub na wniosek Jurorów zmienić czas trwania Etapu II.
- 8.14. Celem Etapu III (zwanego też „**Obradami Jury**”) jest wybór Kampanii, które zostaną nagrodzone. Etap III odbędzie się w dniach 22, 23 i 26.09. 2022 r. w zależności od kategorii, online, hybrydowo lub offline w miejscu wskazanym przez Organizatora. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może z własnej inicjatywy lub na wniosek Jurorów zmienić datę Etapu III.
- 8.15. Z uwagi na okoliczności związane z pandemią COVID-19 Organizator zastrzega sobie prawo przeprowadzenia I i III Etapu w całości lub częściowo w formie on-line, tj. w formule hybrydowej - polegającej na połączeniu tradycyjnej formy spotkania części Jurorów w miejscu wskazanym przez Organizatora z on-line’owym/zdalnym udziałem pozostałej części Jurorów, z wykorzystaniem elektronicznych środków przekazu na odległość
- 8.16. Niestawienie się Jurora na Obradach Jury nie wstrzymuje Obrad Jury i nie stanowi przeszkody do przeprowadzenia głosowania podczas jego nieobecności.
- 8.17. Szczegółowe zasady ocen, sposób obradowania Jury oraz szczegółowe zasady głosowania określa **Załącznik Nr 2 do Regulaminu**.

9. KATEGORIA MARKETING & BUSINESS SOLUTIONS

- 9.1. Zwycięskie Rozwiązania wyłonione zostaną przez jury Kategorii Marketing & Business Solutions (dalej „**Jury Kategorii M&BS**”), w skład którego wchodzi wybrani przedstawiciele Kapituły M&BS oraz Dyrektorzy zarządzający agencji, 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.
- 9.2. Przewodniczącym grupy oceniającej kategorię Marketing & Business Solutions jest Przewodniczący Jury 2022. 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.
- 9.3. Obrady Jury Kategorii odbywają się w trzech etapach:
- a) Etap I – analiza zgłoszeń online (dalej „**Etap I Kategorii M&BS**”);

- b) Etap II – głosowanie online (dalej „**Etap II Kategorii M&BS**”);
 - c) Etap III - obrady wyłaniające Rozwiązanie nominowane i nagrodzone (dalej „**Etap III Kategorii M&BS**”).
- 9.4. Członkowie Jury Kategorii M&BS oświadczają, iż zapoznali się z Regulaminem Konkursu, w tym z zasadami pracy Jury i zobowiązują się do ich przestrzegania. 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.
- 9.5. 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 2021 roku do dnia oddania ostatniego głosu podczas Etapu III Kategorii M&BS. W przypadku zauważenia przez Jurora Kategorii M&BS, że Rozwiązanie zostało zgłoszona 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.
- 9.6. Organizator, Audytor oraz Przewodniczący Jury będą monitorowali przebieg prac Jurorów Kategorii M&BS.
- 9.7. Celem Etapów I Kategorii M&BS i Etapu II Kategorii M&BS jest wyłonienie najefektywniejszych Rozwiązań i sporządzenie zawierającej je listy (dalej: „**Shortlista Kategorii M&BS**”).
- 9.8. 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.
- 9.9. Etap I i II Kategorii M&BS trwa od 8.08.2022 r. do 18.09.2022 r. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może z własnej inicjatywy lub na wniosek Jurorów zmienić czas trwania Etapu II Kategorii M&BS.
- 9.10. Juror Kategorii M&BS ma prawo zgłoszenia Protestu w związku z zauważonymi uchybieniami. W takim przypadku Organizator weryfikuje z Uczestnikiem dane o protestowanego 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.
- 9.11. 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.
- 9.12. 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**).
- 9.13. Na Etapie I i II Kategorii M&BS Juror Kategorii M&BS może wymieniać się uwagami z innymi Jurorami Kategorii M&BS używając w tym celu funkcji „**Komentarz**”.

- 9.14. Juror w kategorii M&BS może zostawić feedback (dalej „**Feedback**”) do każdego ocenianego zgłoszenia. Zestawione i spisane przez wyznaczonych jurorów z danej grupy feedbacki wszystkich jurorów z grupy dotyczące konkretnego zgłoszenia zostaną przekazane Liderowi zgłoszenia po zakończeniu tej edycji konkursu.
- 9.15. 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.
- 9.16. Komitet Organizacyjny może zmienić w Kategorii Marketing & Business Solutions procentowy próg, którego osiągnięcie uprawnia do znalezienia się na liście Nominacji.
- 9.17. Organizator jest uprawniony do pozbawienia Jurora Kategorii M&BS prawa uczestnictwa w kolejnych etapach oceny w przypadku, gdy na etapie II Kategorii Juror Kategorii M&BS nie weźmie udziału w analizie zgłoszeń online.
- 9.18. Etap III Kategorii M&BS będzie miał charakter jednodniowy i odbędzie się między 21 a 30 września 2022 r. w miejscu i czasie wskazanym przez Organizatora (online lub offline). Jurorzy na tym etapie oceny będą mieć możliwość zadania pytań zgłaszającym.
- 9.19. Do Etapu III Kategorii M&BS mają zastosowanie odpowiednio zasady odnoszące się do pozostałych Kategorii określone w pkt 8.14 - 8.16 Regulaminu oraz pkt II Załącznika Nr 1 do niniejszego Regulaminu.

10. NAGRODY

- 10.1. Kampanie oraz Rozwiązania z listy Nominowanych ocenione przez Jury oraz Jury Kategorii M&BS zostają zakwalifikowane do następujących nagród („**Nagrody**”):
 - a) Kampanie/Rozwiązania, które uzyskały Ocenę ≥ 50 punktów < 65 pozostają na Liście Nominowanych („**Nominacja Effie**”);
 - b) Kampanie/Rozwiązania, które uzyskały Ocenę ≥ 65 punktów < 75 punktów zostają zakwalifikowane do brązowego Effie („**Brązowe Effie**”);
 - c) Kampanie/Rozwiązania, które uzyskały Ocenę ≥ 75 punktów < 85 punktów zostają zakwalifikowane do srebrnego Effie („**Srebrne Effie**”);
 - d) Kampanie/Rozwiązania, które uzyskały Ocenę powyżej ≥ 85 punktów ≤ 100 punktów zostają zakwalifikowane do złotego Effie („**Złote Effie**”).
- 10.2. Komitet Effie może podjąć decyzję o zmianie powyżej zdefiniowanych przedziałów punktów.
- 10.3. Liczba Nagród, o których mowa w pkt 10.1 powyżej, w danej Kategorii nie może przekroczyć 3.
- 10.4. W przypadku otrzymania przez Kampanie takiej samej liczby punktów, która stoi na przeszkodzie zastosowania pkt. 10.3 Regulaminu, Komitet Effie może podjąć decyzję o przyznaniu nagrody ex aequo.
- 10.5. Kampanie nagrodzone Złotym Effie w 2022 roku, z zastrzeżeniem pkt 10.6, są poddawane dyskusji nad przyznaniem nagrody Grand Prix (dalej „**Grand Prix**”).
- 10.6. Kampanie w kategorii **Non-Profit & Public Service** oraz rozwiązania w Kategorii Marketing & Business Solutions nie biorą udziału w dyskusji nad przyznaniem nagrody Grand Prix. O przyznaniu Grand Prix decyduje Przewodniczący Jury wraz z Przewodniczącymi Grup Jurorskich w głosowaniu. Wybór dokonuje się większością co najmniej 2/3 głosów uprawnionych do głosowania członków Jury.
- 10.7. Organizator zastrzega sobie prawo do nieprzyznania Grand Prix bez podania przyczyny.
- 10.8. Lider 1, którego Kampania została nagrodzona Brązowym lub Srebrnym, lub Złotym Effie otrzymuje 1 statuetkę bez względu na ilość Uczestników.
- 10.9. Lider 2, którego Kampania została nagrodzona Brązowym lub Srebrnym, lub Złotym Effie otrzymuje 1 statuetkę bez względu na ilość Uczestników.
- 10.10. Lider M&BS, którego Rozwiązanie zostało nagrodzone Brązowym, Srebrnym lub Złotym Effie otrzymuje 1 statuetkę, bez względu na ilość Uczestników.
- 10.11. W przypadku kategorii Non-Profit, Lider 1, którego Kampania została nagrodzona Brązowym lub Srebrnym, lub Złotym Effie otrzymuje 1 statuetkę bez względu na ilość Uczestników. W tej

kategorii jeśli podmiotem współgłaszającymi lub Klientem była organizacja Non-Profit, również ona dostaje statuetkę bezpłatnie.

- 10.12. Dodatkowe statuetki można zamówić w biurze Organizatora po wypełnieniu stosownego formularza zamówienia od dnia 27.09.2022r. do 07.10.2022r. Koszt dodatkowych statuetek dostępny będzie na stronie Organizatora www.effie.pl.
- 10.13. Uczestnicy, których kampania została nominowana, proszeni są o przesłanie maksymalnie 90 sekundowego video case study nominowanej kampanii (w przypadku kategorii Long Term Marketing Excellence 120 sekundowego) do wykorzystania na gali oraz w kanałach komunikacyjnych Organizatora. Video należy wysłać w terminie od 27.09.2022 r. do 12.10.2022 r. Organizator zdając sobie sprawę, że termin ten jest krótki, a jednocześnie jest nieprzekraczalny, zwraca uwagę na przygotowanie się w agencjach do produkcji video tuż po ogłoszeniu nominacji.

11. RANKINGI

- 11.1. W ramach Konkursu może powstać ranking agencji komunikacji marketingowej będących Podmiotami Indywidualnymi oraz Ranking Firm.
- 11.2. 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

- 11.3. W przypadku Współgłoszenia, każdy z Uczestników otrzymuje taką samą liczbę punktów określoną powyżej.
- 11.4. Uczestnik, którego Kampania otrzyma Grand Prix nie otrzymuje punktów za Złote Effie. Uczestnik, którego Kampania otrzyma Nagrodę nie otrzymuje punktów za Nominację.
- 11.5. Organizator zastrzega sobie możliwość nieutworzenia rankingów.
- 11.6. Uczestnik, którego Zgłoszenie otrzyma Nominację lub Nagrodę, zostanie ujęty w punktacji międzynarodowego rankingu Effie Index (szczegóły dostępne na www.effieindex.com).

12. REKLAMACJE

- 12.1. 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 15.11.2022 nie będą rozpatrywane.
- 12.2. Reklamacja powinna zawierać: imię, nazwisko, telefon oraz adres e-mail Uczestnika, jak również wskazywać powód/powody reklamacji oraz ich dokładny opis.
- 12.3. 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.
- 12.4. Reklamacje rozpatrywane będą przez Komitet Effie w ciągu 14 dni od dnia ich otrzymania. O rozpatrzeniu i wyniku rozpatrzenia reklamacji Uczestnik zostanie powiadomiony poprzez wiadomość e-mail.
- 12.5. 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.
- 12.6. 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.

- 12.7. 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.

13. POSTANOWIENIA KOŃCOWE


- 13.1. Administratorem danych osobowych w rozumieniu Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE („RODO”), które są przetwarzane w ramach Konkursu (dalej: „Dane”) jest Organizator. Szczegóły dotyczące przetwarzania Danych przez Organizatora w ramach Konkursu określa **Regulamin Platformy**.
- 13.2. 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 jego Załączników oraz obowiązujące przepisy prawa.
- 13.3. Naruszenie któregokolwiek z postanowień Regulaminu uprawnia Organizatora do podjęcia decyzji odrzuceniu Zgłoszenia oraz o wykluczeniu Kampanii/Rozwiązania z Konkursu i/lub utracie przez ten podmiot zgłaszający prawa do Nagrody i Nominacji.
- 13.4. W zakresie dozwolonym przez przepisy prawa Organizator zastrzega sobie prawo do zmian Regulaminu, przy czym zmiany te nie będą naruszały praw nabytych podmiotów biorących udział w Konkursie. O zmianach Organizator poinformuje na stronie internetowej Konkursu.


Załącznik Nr 1 do Regulaminu Konkursu Effie 2022

Wymagania techniczne Materiałów Kreatywnych

MATERIAŁY I SPECYFIKACJE EFFIE AWARDS POLAND 2022

W poniższym dokumencie znajdziesz specyfikację materiałów dowodowych oraz materiałów kreatywnych dołączanych do zgłoszenia Effie. Materiały, które nie spełniają wymaganych warunków specyfikacji, mogą zostać wykluczone z konkursu.

 **Są dwa rodzaje materiałów załączanych do zgłoszeń Effie:** materiały dowodowe oraz materiały kreatywne. **Materiały dowodowe** ilustrują prezentowane w zgłoszeniu informacje w poszczególnych punktach formularza oraz efekty kampanii / działań i są to np. wykresy/grafy, tabele, schematy. Ich załączenie do zgłoszenia nie jest obowiązkowe, ale pomaga jurorom zrozumieć zaprezentowane informacje i wyniki kampanii. **Materiały kreatywne** są to kreacje, które były wykorzystywane w kampanii i są obowiązkowym elementem zgłoszenia.

 Prosimy o nazywanie wgrzywanych plików tak, aby jurorzy mieli szczegółowe informacje na temat materiałów, które oglądają.

1. MATERIAŁY DOWODOWE (np. wykresy/grafy, tabele, schematy)

Materiały dowodowe ilustrujące prezentowane w zgłoszeniu informacje i efekty kampanii / działań powinny zostać załączone w wyznaczonych do tego poszczególnych punktach formularza w **formacie JPG (zalecane maksymalne 700–900 pikseli szerokości lub wysokości)**. Wszystkie dane muszą być szczegółowo opisane. Wykresy/grafy, tabele, schematy powinny zawierać tytuł, legendę, opis osi lub kolumn i wierszy, jednostki danych oraz źródła.

Tam, gdzie to możliwe przedstaw odniesienie do wyników konkurencji, dynamiki rynku czy analogicznego okresu z poprzednich lat. Nie prezentuj wyników wybiórczo, ani w bardzo krótkim wycinku czasu. Zachowaj spójność prezentowanych danych zarówno z postawionymi celami, jak i z pozostałymi wynikami.

2. MATERIAŁY KREATYWNE

Materiały należy wgrać na platformę konkursową zgodnie z wymaganymi warunkami technicznymi oraz w określonych poniżej ilościach.

DOZWOLONA ILOŚĆ ZAŁĄCZANYCH DO ZGŁOSZENIA MATERIAŁÓW KREATYWNYCH:

- W FORMIE POJEDYNCZYCH PLIKÓW – co najmniej 1, a maksymalnie 10 plików (materiałów kreatywnych) z wiodących kanałów komunikacyjnych.
- LUB
- W FORMIE MONTAŻU VIDEO PREZENTUJĄCEGO MATERIAŁY KREATYWNE – 1 plik (przygotowany zgodnie z poniższą specyfikacją) oraz dodatkowo maksymalnie 9 kreacji pojawiających się w montażu, do których jurorzy powinni mieć dostęp.

Montaż video bez komentarza lektora prezentujący materiały kreatywne (max. 90 sekund, w kategorii max. Long Term 120 sekund) powinien zawierać przykłady kreacji użytych we wszystkich kluczowych kanałach komunikacyjnych wskazanych w zgłoszeniu i wykorzystywanych w kampanii.

Montaż nie może:

- opowiadać treści z formularza zgłoszeniowego (np. kontekstu rynkowego, celów kampanii, strategii, idei, insightu, wyzwania itp.),
- zawierać wyników kampanii, zawierać nazw i logotypów agencji zgłaszających,
- zawierać logotypów ani przykładów prac konkurencji,
- przekraczać 90 sekund długości, w przypadku kategorii Long Term 120 sekund
- zawierać komentarza lektora.

Przykład: <https://www.youtube.com/watch?v=k8JqLtbjicU>

Przykład: <https://www.youtube.com/watch?v=stl1BGWJR54>

WAŻNE! Po ogłoszeniu nominacji, organizator niezwłocznie skontaktuje się z nominowanymi z prośbą o dostanie krótkiego filmu case study (maksymalnie 90 s), który zostanie wykorzystany na Gali Effie oraz we wszystkich materiałach promocyjnych. W kategorii Long Term Marketing Excellence dozwolone jest 120 s.

W przypadku, gdy zgłaszający nie dośle filmu case study na Gali Effie oraz na stronie internetowej Organizatora i Licencjodawcy może być używany montaż video prezentujący materiały kreatywne.

SPECYFIKACJA TECHNICZNA (wymagane minimum)

Materiały filmowe:

- Format: .mp4; .avi; .mpg; .mov
- Dopuszczalna jest kompresja w trybie VBR oraz CBR
- Dopuszczalna waga jednego pliku: 300 Mb
- Video:
Rozdzielczość: 720 x 576 lub większa
Bitrate: 5-8 Mbps lub wyższy
Aspect Ratio: 4:3 lub 16:9
Field order: none (progressive)
- Audio:
Stereo, 16bit, 48kHz
Bitrate: 224 kbps lub większy
Audio layer: MPEG-1, Layer 2

Materiały audio:

- Format: MP3 (bitrate 320kbps)

Materiały graficzne:

- **Hi-res:** pliki w formacie JPG w rozdzielczości 300 dpi i przestrzeni barw CMYK. W tej rozdzielczości należy przygotować np. ogłoszenia prasowe, outdoor, plakaty, materiały BTL-owe.
- **Low res:** pliki w formacie JPG w rozdzielczości 72 dpi i przestrzeni barw CMYK. W tej rozdzielczości należy przygotować np. print screeny ze stron www, stopklatki.

Uwaga! Materiały multimedialne (w tym animacje flash, bannery):

Wszystkie animacje muszą zostać przekonwertowane na filmy zgodnie ze specyfikacją plików video. Długość: do 30 sekund

Prosimy o wgrywanie plików w jak najlepszej jakości, gdyż są one wyświetlane w trakcie obrad jury oraz na gali rozdania nagród. Materiały, które nie będą spełniały minimalnych wymagań technicznych, nie zostaną zakwalifikowane do konkursu.

1. **Opisz załączone pliki w sposób czytelny dla Jurora** - „Tytuł pliku” – Kanał komunikacji – Długość materiału (jeśli dotyczy), np.: Montaż prezentujący materiały kreatywne
2. „Tytuł pliku” - Spot TV – 30’ ”
3. „Tytuł pliku” - Key visual
4. „Tytuły plików” - Zdjęcia z eventu
5. „Tytuły plików” - 3 spoty TV – 3 x 30’
6. „Tytuł pliku” - Reklama display
7. „Tytuł pliku” - Wideo online
8. „Tytuł pliku” - Spot radiowy

Pamiętaj, aby nigdzie w załączonych materiałach oraz ich nazwach, nie znalazła się nazwa oraz logotyp podmiotów zgłaszających i współzgłaszających (nazwa Klienta oczywiście może być), gdyż wiąże się to z obowiązkiem poprawy zgłoszenia oraz opłatą dodatkową zgodnie z punktem 5.9. Regulaminu Konkursu Effie Awards Poland 2022.

Załącznik Nr 2 do Regulaminu Konkursu Effie 2022

Obrady Jury

Niniejszy Załącznik określa sposób oraz zasady prowadzenia obrad i głosowania Jurorów w Konkursie oraz zasady wyłaniania laureatów Konkursu.

I. Etap 1 i 2

1. Juror ma prawo zgłoszenia protestu (dalej: „**Protest**”) 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.
2. 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.
3. 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, kontekst rynkowy i cele – Waga tej oceny wynosi 0,23;
 - b. Insight i strategia – Waga tej oceny wynosi 0,24;
 - c. Realizacja – Waga tej oceny wynosi 0,23;
 - d. Wyniki – Waga tej oceny wynosi 0,30.
4. Na Etapie II Juror może wymieniać się uwagami z innymi Jurorami używając w tym celu funkcji „**Komentarz**”.
5. Jurorzy, po uprzednim uzgodnieniu z Organizatorem, mają możliwość przenoszenia Kampanii pomiędzy Kategoriami, jeżeli uznają, że została zgłoszona w niewłaściwej Kategorii. Przenoszenie prac przez Jury pomiędzy kategoriami nie dotyczy kategorii, do których jest osobny formularz zgłoszeniowy, tj. Commerce, Long Term oraz Marketing & Business Solutions.
6. Po upływie dnia wyznaczonego jako ostatni dzień Etapu II, dostęp do Platformy zostanie zablokowany.
7. Juror może zostawić feedback (dalej „**Feedback**”) do każdego ocenianego zgłoszenia. Zestawione i spisane przez wyznaczonych jurorów z danej grupy feedbacki wszystkich jurorów z grupy dotyczące konkretnego zgłoszenia zostaną przekazane Liderowi zgłoszenia po zakończeniu tej edycji konkursu.
8. Po zakończeniu Etapu II Organizator obliczy procentowy stosunek oddanych ważonych ocen. Kampanie proponowane do Shortlisty to te, które uzyskały co najmniej 60 punktów.
9. Komitet Organizacyjny może zmienić dla wybranych lub wszystkich Kategorii procentowy próg, którego osiągnięcie uprawnia do znalezienia się na liście Nominacji.
10. 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.

II. Etap 3

1. **W ramach Etapu III Jurorzy:**

- a. zapoznają się z Protestami Jurorów z Etapu I i II oraz wyjaśnieniami przygotowanymi przez Uczestników, dotyczącymi Kampanii na Shortliście;
 - b. dokonują przeglądu Kampanii na Shortliście, dyskutują nad każdą Kampanią, porównują ją z innymi z danej Kategorii;
 - c. głosują nad przejściem każdej Kampanii z Shortlisty na listę Nominacji (dalej „**Lista Nominowanych**”) w głosowaniu jawnym zwykłą większością głosów poprzez podniesienie ręki;
 - d. 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.
2. 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 Nominowanych.
 3. 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 Obszarach Oceny w pkt I ppkt 3 niniejszego Załącznika.
 4. 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.
 5. 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.
 6. 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**”).
 7. Przy obliczaniu Oceny dla danej Kampanii nie bierze się pod uwagę oceny Jurorów wyłączonych od głosowania nad tą Kampanią.
 8. Ostateczna Ocena dla każdej kampanii jest średnią dwóch miar:
 - a. średniej ważonej z czterech obszarów na podstawie wag określonych w Obszarach Oceny w pkt I ppkt 3 niniejszego Załącznika;
 - b. 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 10.1 Regulaminu.
 9. 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.
 10. Oceny Jury są poufne, nie podlegają dyskusji i nie mogą być przedmiotem reklamacji. Jury nie ma obowiązku uzasadniania swoich wyborów i ocen.