

REGULAMIN KONKURSU EFFIE AWARDS POLAND

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, będący częścią globalnego programu Effie Awards, organizowany jest na podstawie licencji udzielonej przez Effie Worldwide Inc., będącej własnością WARC, LLC, spółki zarejestrowanej pod numerem 7352523, z siedzibą pod adresem 251 Little Falls Drive, Wilmington, New Castle, Delaware 19808, Stany Zjednoczone („Informa Festivals” lub „Licencjodawca”). Informa Festivals jest częścią Grupy Informa, należącej do Informa PLC, zarejestrowanej w Wielkiej Brytanii pod numerem 8860726.
- 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 komunikacyjnych / aktywacyjnych postawionych przed działaniami / kampanią z wynikami uzyskanymi po jej realizacji, z wyjątkiem kategorii Marketing & Business Solutions (MBS), której celem jest wyłonienie najskuteczniejszych rozwiązań biznesowych i marketingowych, 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.
- 1.6. Udział w Konkursie wymaga akceptacji Regulaminu Konkursu oraz Warunków Uczestnictwa, które zostały zawarte [tutaj](#). Warunki Uczestnictwa stanowią integralną część Regulaminu. W przypadku rozbieżności pomiędzy Regulaminem a Warunkami Uczestnictwa, pierwszeństwo mają postanowienia Warunków Uczestnictwa, o ile bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa nie stanowią inaczej.

2. DEFINICJE

- 2.1. Na potrzeby niniejszego Regulaminu, następujące pojęcia otrzymują poniżej wskazane znaczenie:
 - a) Audytor - osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna wybrana przez Organizatora, do której zadań należy nadzór nad głosowaniem, na zasadach określonych w Regulaminie, a także dokonywanie wykładni Regulaminu na wniosek przedstawiciela Organizatora;
 - b) Regulamin - niniejszy Regulamin Konkursu Effie Awards Poland wraz z Załącznikami, które stanowią jego integralną część;
 - c) Platforma Konkursowa - platforma online administrowana przez Organizatora, służąca do prowadzenia konkursów i zgłaszania uczestnictwa w Konkursie, pod adresem <http://konkursy.sar.org.pl>;
 - d) Uczestnik - uczestnik Konkursu wskazany w Zgłoszeniu, w tym Liderzy 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, jednak nie w takim stopniu jak Liderów;



- 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 Konkursowej, na zasadach opisanych w Regulaminie Konkursu.
- i) Tabela opłat – zestawienie cen za zgłoszenie do konkursu, zgodnie z opłatami obowiązującymi w danej edycji Konkursu, dostępnymi na stronie internetowej Konkursu; zależnymi od roli podmiotu w zgłoszeniu oraz terminu zgłoszenia.

3. WARUNKI UCZESTNICTWA

- 3.1. Do Konkursu można zgłaszać wyłącznie działania / kampanie (dalej: „Kampanie”), które były realizowane **na terytorium Polski w okresie kwalifikacyjnym, przewidzianym dla danej edycji Konkursu** i wskazanym w materiałach konkursowych (formularze zgłoszeniowe, Przewodnik dla Zgłaszających) oraz na stronie www.awards.effie.pl. 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 dane i wyniki zgłaszanej Kampanii**, z zastrzeżeniem punktu 3.2 Regulaminu.
- 3.2. Do Konkursu w kategorii Marketing & Business Solutions (MBS) można zgłaszać wyłącznie rozwiązania marketingowe i biznesowe, które były realizowane **na terytorium Polski w okresie kwalifikacyjnym, przewidzianym dla danej edycji Konkursu** i wskazanym w materiałach konkursowych (formularze zgłoszeniowe, Przewodnik dla Zgłaszających) oraz na stronie www.awards.effie.pl (dalej: „Rozwiązanie”). Realizacja Rozwiązań mogła rozpocząć się wcześniej (do 3 lat wstecz) lub skończyć później, lecz decydująca ich część musiała być prowadzona w kwalifikującym okresie i do tego okresu musi odnosić się zgłoszenie, w tym okresie muszą być widoczne efekty i realizacja celów, 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.
- 3.4. Uczestnikiem Konkursu, może być jedynie podmiot indywidualny, rozumiany jako brand i bezpośrednio odpowiedzialny za pracę i obsługę zgłaszanego działania / kampanii (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 Dokumentie 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. W przypadku, gdy Podmiotem Indywidualnym jest agencja komunikacji marketingowej a Organizator ma wątpliwości czy obsługuje ona 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.
- 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, w zamkniętym i przesłanym do Organizatora zgłoszeniu, którego praca przyczyniła się do sukcesu Kampanii, można go dołączyć do zgłoszenia, maksymalnie do 30 dni od ostatniego dnia przyjmowania zgłoszeń, dla danej edycji.

Dodanie podmiotu po zamknięciu zgłoszenia wiąże się, oprócz wniesienia stosownej opłaty za podmiot - zależnej od roli podmiotu w zgłoszeniu oraz terminu zgłoszenia - zgodnie z tabelą opłat, z dodatkową opłatą w wysokości 600 zł netto.

- 3.12. W przypadku, gdy Kampania / Rozwiązanie zostanie zgłoszone oddzielnie przez różnych Uczestników Konkursu, Organizator na etapie oceny formalnej lub Przewodniczący grupy Jury podczas czytania zgłoszeń przed Obradami lub w trakcie Obrad 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 Rozwiązań i odpowiedzialnych za ich realizację, można wyróżnić:
- Maksymalnie 2 Liderów przy Zgłoszeniach Kampanii lub Rozwiązań
 - Maksymalnie 4 Współzgłaszających przy Zgłoszeniach Kampanii lub Rozwiązań.
- 3.14. Uczestnik wymieniony w Zgłoszeniu jako **Lider 1** (dalej „Lider 1”) **jest podmiotem odpowiedzialnym za zgłoszoną** Kampanię / Rozwiązanie.

W związku z powyższym Organizator Konkursu będzie się kontaktował z Liderem 1 na każdym etapie konkursu.

4. KATEGORIE KONKURSOWE

- 4.1. Konkurs rozgrywany jest w kategoriach konkursowych (dalej „Kategorie”), rozróżnionych na kategorie **Industry**, czyli kategorie produktów i usług, oraz kategorie **Specjalne**, które połączone są w 4 grupy działań, o podobnej charakterystyce. Szczegółowy opis kategorii dostępny jest na stronie www.effie.pl.

Kategorie Industry	Kategorie Specjalne
<ol style="list-style-type: none"> Beauty & Care Beverages Consumer Goods Entertainment Finance & Insurance Food Medicines & Supplements Non-Profit, Public & Political Service Retail & Marketplaces Services 	<p><u>AUDIENCE</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Business to Business (B2B) Particular Audience & Targeting Young <p><u>CHANNELS & TOOLS</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Strategic Use of Technology Branded Content Brand Experience Commerce & Retail Media PR & Employer Branding Influencers & Social Platforms <p><u>MARKETING EXCELLENCE</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Launch Long Term Marketing & Business Solutions (MBS) Relaunch & Defend Smart Budget <p><u>POSITIVE CHANGE</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Positive Change



- 4.2. **Ta sama kampania** może zostać **zgłoszona jednocześnie do maksymalnie trzech kategorii: jednej Kategorii Industry oraz jednej lub dwóch Kategorii Specjalnych**.
- 4.3. Kampania zgłoszona w kategorii **Non-Profit, Public & Political Service** **nie może być zgłoszona do innej kategorii**. Kampania zgłoszona w kategorii **Launch oraz kategorii Relaunch & Defend** może być zgłoszona **tylko do innej Kategorii Specjalnej** (nie może być zgłoszona w kategorii Industry).
- 4.4. W przypadku zgłoszenia Kampanii w dwóch lub trzech Kategoriach, Zgłoszenia traktowane są jako odrębne, a Uczestnik zobowiązany jest do wniesienia oddzielnej opłaty za Zgłoszenie w każdej kategorii.
- 4.5. Organizator, po uprzednim uzgodnieniu z Uczestnikiem, zastrzega sobie prawo do zmiany Kategorii zgłoszonej Kampanii, jeżeli uzna, że została zgłoszona w niewłaściwej Kategorii.
- 4.6. Do Konkursu **nie mogą być zgłaszane** Kampanie lub Rozwiązania, **które otrzymały nagrodę w poprzedniej edycji Konkursu**, których termin trwania zawiera się w okresie kwalifikacyjnym obecnej edycji (tj. Kampanie/ Rozwiązania trwające **do marca 2025 r.**). Wyjątek stanowią Kampanie zgłaszane w Kategorii Long Term: kampanie nagrodzone w poprzedniej edycji w kategorii innej niż Long Term, mogą być zgłaszane do kategorii Long Term.
- 4.7. Do konkursu mogą być zgłaszane Kampanie/ Rozwiązania, które były nominowane w poprzedniej edycji Effie Awards i których termin trwania zawierał się w okresie pomiędzy 1 stycznia a 31 marca 2025. Kampanie/ Rozwiązania zgłaszane powtórnie muszą jednak spełniać następujące warunki:
- okres trwania Kampanii/ Rozwiązania jest dłuższy niż określony powyżej, tj. od 1 stycznia do 31 marca 2025.
 - 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.
- 4.8. Jeśli Kampania **uzyskała już nagrodę w kategorii Long Term** 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.
- 4.9. 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 kompletnego Zgłoszenia, najpóźniej do dnia **13 lipca 2026** roku (dalej „Ostateczny termin”).
- 5.2. Zgłoszenie zostaje przyjęte do Konkursu po zrealizowaniu następujących czynności:
- po wypełnieniu i przesłaniu Zgłoszenia w **formie elektronicznej** na Platformie Konkursowej <http://konkursy.sar.org.pl>;
 - po zamknięciu zgłoszenia na Platformie Konkursowej - wypełnienie, podpisanie oraz załączenie Oświadczeń potwierdzających prawdziwość danych, o których mowa w pkt 5.10.
 - Dokonania opłaty za całe zgłoszenie przez Lidera 1 zgłoszenia (dalej „Opłata”), o której mowa w pkt 7.2 i pkt 7.4 Regulaminu.
- 5.3. **Zgłoszenie w formie elektronicznej następuje poprzez:**
- zarejestrowanie i zalogowanie się na Platformie Konkursowej oraz **wypełnienie dokumentów zgłoszeniowych** (dalej „Dokumenty Zgłoszeniowe”), zgodnie z instrukcjami i wskazaniem zamieszczonymi na Platformie Konkursowej oraz w treści Dokumentów Zgłoszeniowych, które obejmują:
 - Formularz Zgłoszeniowy Kampanii/ Rozwiązania (dalej „Formularz Zgłoszeniowy”),
 - informacje dodatkowe (dalej „Informacje Dodatkowe”),
 - podmioty odpowiedzialne za zgłoszenie i materiały promocyjne (dalej „Dokument Proceduralny”),



- b) wgranie na Platformę Konkursową **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” pkt. 5.4);
 - c) zapisanie zgłoszenia poprzez użycie funkcji „**Prześlij zgłoszenie**” na Platformie Konkursowej;
 - d) załączenie do zgłoszenia **podpisanych skanów Oświadczeń Klienta i Lidera 1 i/lub Oświadczenia Instytutu Badawczego** (jeżeli Uczestnik powołuje się na dane tego Instytutu w zgłoszeniu/ zgłoszenie zawiera dane, które wymagają potwierdzenia Instytutu Badawczego);;
 - e) zakończenie procesu zgłaszania poprzez użycie funkcji „**Zakończ zgłoszenie**”.
 - f) wniesienie stosownej **opłaty**, zgodnej z terminem zakończenia zgłoszenia na Platformie Konkursowej (pkt. 7 OPŁATY KONKURSOWE).
- 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 120 sekund. W przypadku kategorii Long Term dopuszczana długość video to 180 sekund.
- 5.5. **Nazwy załączonych plików, ani żadne inne treści, nie mogą zawierać nazw Uczestników Zgłoszenia, innych niż Klient.**
- 5.6. Prezentowane w Formularzu Zgłoszeniowym dane (dalej „Dane”) dotyczące Kampanii bądź Rozwiązania muszą zostać określone możliwie jak najbardziej szczegółowo poprzez podanie: nazwy firmy odpowiedzialnej za badanie, nazwy przeprowadzonego badania, termin badania, metody zbierania danych, określenia grupy i jej wielkości, którą obejmuje badanie.
- 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 odpowiednie Dane opisuje jako „źródło własne lub źródło własne agencji/ agencji mediowej/ klienta” - bez podawania nazwy agencji.
- 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 Konkursowej, po przesłaniu zgłoszenia a przed upływem danego terminu zgłoszenia.
- 5.9. **Nazwy i logotypy Uczestników Zgłoszenia**, z wyłączeniem nazwy Klienta, **nie mogą pojawić się w Formularzu Zgłoszeniowym** (w tym w wynikach Kampanii/ Rozwiązania, nawet jeśli Uczestnik jest właścicielem i twórcą narzędzia badawczego), **ani w materiałach kreatywnych wgranych do Zgłoszenia, również w nazwie plików kreatywnych; czy w innych treściach.**
- Podanie nazwy lub umieszczenie logotypu Uczestnika/ów (z wyjątkiem nazwy/logotypu Klienta) wiąże się z nałożeniem na Lidera 1 dodatkowej opłaty, w wysokości 1 100 zł netto + 23% VAT lub dyskwalifikacją Zgłoszenia.**
- 5.10. Po przesłaniu Zgłoszenia na Platformie Konkursowej, należy pobrać Oświadczenia z Platformy, podpisać je oraz załączyć podpisane skany w odpowiednich miejscach na Platformie Konkursowej:
- a) Oświadczenie Klienta i Lidera 1 o prawdziwości danych oraz zgoda na publikację” (dalej „Oświadczenie Klienta i Lidera 1”);
 - b) „Oświadczenie Instytutu Badawczego o prawdziwości danych” (dalej „Oświadczenie Instytutu”) - jeżeli Uczestnik powołuje się na dane tego Instytutu w zgłoszeniu / zgłoszenie zawiera dane, które wymagają potwierdzenia Instytutu Badawczego
 - c) Akceptujemy podpisy elektroniczne.
- 5.11. Akceptowane są tylko Oświadczenia, na wygenerowanych z Platformy Konkursowej dokumentach (po przesłaniu Zgłoszenia), lub potwierdzenia danych drogą mailową (załączenie do zgłoszenia kopii maila), jeśli tylko na takich zasadach Instytut Badawczy potwierdza dane (np. NielsenIQ).
- 5.12. **WAŻNE:** pobranie „Oświadczenia Klienta i Lidera 1” i „Oświadczenia Instytutu” będzie możliwe **dopiero po pełnym wprowadzeniu zgłoszenia** na Platformie Konkursowej oraz przesłaniu zgłoszenia poprzez użycie funkcji „Prześlij zgłoszenie”.
- Prawidłowo dokonane i zamknięte zgłoszenie na Platformie Konkursowej następuje w momencie:**
- a) uzupełnienia wszystkich, wymaganych sekcji formularza,
 - b) załączenia materiałów kreatywnych,



- c) załączenia podpisanych skanów: „Oświadczenia Klienta i Lidera 1” i „Oświadczenia Instytutu” (jeżeli Uczestnik powołuje się na dane tego Instytutu w zgłoszeniu/ zgłoszenie zawiera dane, które wymagają potwierdzenia Instytutu Badawczego),
 - d) zakończenia procesu zgłaszania poprzez użycie funkcji „Zakończ zgłoszenie”.
- 5.13. 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 wniesione opłaty za zgłoszenie nie podlegają zwrotowi. Dotyczy to również zgłoszeń usuniętych przez Organizatora, w związku ze zgłoszeniem ich do złej kategorii, a niemożliwością przeniesienia takiego zgłoszenia do innej kategorii.
- 5.14. Po zakończeniu przyjmowania Zgłoszeń, Organizator przystępuje do sprawdzania ich pod kątem formalnym i regulaminowym. W przypadku stwierdzenia nieprawidłowości bądź braków, Uczestnik odpowiedzialny za Zgłoszenie czyli Lider 1 (na podany adres e-mail, w sekcji formularza „podmioty odpowiedzialne za zgłoszenie”), otrzyma w terminie do 28 dni roboczych, informację o zaistniałych brakach lub nieprawidłowo przygotowanych Dokumentach Zgłoszeniowych, z możliwością uzupełnienia ich do 48 godzin.
- 5.15. Jeżeli działanie / kampania (lub któryś z jej elementów) była przedmiotem postępowania przed Komisją Etyki Reklamy lub innego postępowania sądowego dotyczącego standardów etycznych w kampanii, w tym greenwashingu (nawet tylko pośrednio), Zgłaszający ma obowiązek zaznaczyć to w odpowiednim miejscu na Platformie Konkursowej, wskazać czy stwierdzono naruszenie oraz załączyć wyrok KER.

6. OŚWIADCZENIA ORAZ PRAWA DO MATERIAŁÓW

- 6.1. Uczestnicy oświadczają, że:
- a) zapoznali się z Regulaminem Konkursu, Warunkami Uczestnictwa oraz akceptują wszelkie ich 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 oraz Informa Festivals 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 Zgłoszeniowe”), w zakresie niezbędnym do ich wykorzystania w Konkursie oraz w sposób określony w Regulaminie oraz Warunkach Uczestnictwa, 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 oraz Warunkach Uczestnictwa nie naruszy prawa ani jakichkolwiek praw osób trzecich, w tym praw własności intelektualnej, chronionej tajemnicy, zobowiązania lub dobrych obyczajów;
 - d) udzielają Organizatorowi oraz Informa Festivals nieograniczonej czasowo i terytorialnie zgody na publikację pełnej treści formularza zgłoszeniowego wraz z Materiałami Zgłoszeniowymi, chyba że w Oświadczeniu Klienta i Lidera 1 wybrano zgodę na publikację zmodyfikowanego formularza.
Lider 1 ma 30 dni roboczych od daty zakończenia zgłoszenia na Platformie Konkursowej, **na załączenie zmodyfikowanego formularza na Platformie**. Po upływie tego czasu, możliwość załączenia zmodyfikowanego formularza wiąże się z opłatą dodatkową w wysokości 1100 zł netto, z zaznaczeniem, że taka zmiana jest możliwa maksymalnie do 60 dni od daty zamknięcia zgłoszenia.
 - e) wszelkie nośniki, na których utrwalono Materiały Zgłoszeniowe przekazane Organizatorowi, stają się jego własnością z chwilą przekazania;
 - f) 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 Zgłoszeniowych 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 Zgłoszeniowe, 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 Zgłoszeniowych 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.

Zakres Licencji oraz szczegółowe zasady korzystania z Materiałów Zgłoszeniowych, w tym ich publikacji i udostępniania podmiotom powiązanim z Licencjodawcą, doprecyzowują Warunki Uczestnictwa.

- 6.3. W powyższych celach Organizator oraz Licencjodawca są uprawnieni do korzystania z Materiałów Zgłoszeniowych 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, na zasadach opisanych w Regulaminie oraz w Warunkach Uczestnictwa.
- 6.4 Zgodnie z aktualnymi wymogami Licencjodawcy Konkursu, tj. Informa Festivals, szczegółowe zasady dotyczące prawa do Materiałów Zgłoszeniowych, w tym ich wykorzystywania przez Informa Festivals oraz podmioty z nią powiązane, zostały określone w Warunkach Uczestnictwa.

7. OPŁATY KONKURSOWE

- 7.1. Przyjmowanie Zgłoszeń odbywa się w terminach, których ilość i okres ustalane są corocznie przez Organizatora. Wysokość opłaty za Zgłoszeniu uzależniona jest od terminu, w którym Zgłoszenie zostało kompletnie zapisane i zakończone na Platformie Konkursowej.
- 7.2. Na zasadach określonych poniżej, Opłaty obowiązują:
- Lidera 1 (Uczestnik odpowiedzialny za zgłoszenie);
 - Lidera 2 oraz Współzgłaszającego.
- 7.3. Opłata za całe zgłoszenie musi być dokonana w formie przelewu na konto Organizatora, przez Lidera 1 zgłoszenia.

Lider 1 opłaca uczestnictwo w Konkursie **wszystkich podmiotów zgłaszających** daną Kampanię/Rozwiązanie. 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:

1. jeśli Lider opłaca jedno zgłoszenie:

„Opłata zgłoszeniowa Effie 2026_numer zgłoszenia”

(numer zgłoszenia generowany jest automatycznie przy rozpoczęciu wprowadzenia Zgłoszenia na Platformę Konkursową.)

2. jeśli Lider opłaca wiele zgłoszeń proszony jest o podanie w tytule wszystkich numerów zgłoszeń, za które dokonuje opłaty:

„Opłata zgłoszeniowa Effie 2026_numer zgłoszenia_numer zgłoszenia_numer zgłoszenia”

- 7.4. Wysokość Opłaty zgłoszeniowej dla **Lidera 1** 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 zgłoszeniowa dla członków SAR	Opłata zgłoszeniowa dla podmiotów niezrzeszonych w SAR
-----------------------------	--------------------------------------	--



I termin: do 25.05.2026	3 900 zł netto + 23% VAT	4 900 zł netto + 23% VAT
II termin: do 08.06.2026	5 900 zł netto + 23% VAT	6 900 zł netto + 23% VAT
III termin: do 29.06.2026	7 000 zł netto + 23% VAT	8 000 zł netto + 23% VAT
IV termin: do 13.07.2026	8 000 zł netto + 23% VAT	9 000 zł netto + 23% VAT

7.5. Opłata za zgłoszenie obejmuje:

- czynności związane z przetwarzaniem danych, przyjmowaniem zgłoszeń (Platforma Konkursowa) i czynności kwalifikacyjne;
- czynności związane z oceną Zgłoszeń on-line;
- czynności kwalifikacji podczas posiedzeń jury i posiedzeń przewodniczących jury;
- organizację Gali Konkursu, produkcję i transport statuetek.

7.6. Wysokość Opłaty zgłoszeniowej wnoszonej za **Lidera 2** oraz za **Współzgłaszającego/ych**, dla wszystkich Kategorii uzależniona jest od członkostwa w Stowarzyszeniu Komunikacji Marketingowej SAR oraz od terminu zgłoszenia i przedstawia się następująco:

Opłata za udział w Konkursie za Lidera 2 (opłatę uiszcza Lider 1)	Opłata dla członków SAR	Opłata za podmioty niezrzeszonych w SAR
I termin: do 25.05.2026	3 900 zł netto + 23% VAT	4 900 zł netto + 23% VAT
II termin: do 08.06.2026	5 900 zł netto + 23% VAT	6 900 zł netto + 23% VAT
III termin: do 29.06.2026	7 000 zł netto + 23% VAT	8 000 zł netto + 23% VAT
IV termin: do 13.07.2026	8 000 zł netto + 23% VAT	9 000 zł netto + 23% VAT

Opłata za udział w Konkursie za Współzgłaszającego (opłatę uiszcza Lider 1)	Opłata za członków SAR	Opłata za podmioty niezrzeszone w SAR
I termin: do 25.05.2026	2 100 zł netto + 23% VAT	3 100 zł netto + 23% VAT
II termin: do 08.06.2026	2 600 zł netto + 23% VAT	3 600 zł netto + 23% VAT
III termin: do 29.06.2026	3 100 zł netto + 23% VAT	4 100 zł netto + 23% VAT
IV termin: do 13.07.2026	3 600 zł netto + 23% VAT	4 600 zł netto + 23% VAT



- 7.7. Aby opłacić zgłoszenie należy wygenerować fakturę proforma na Platformie Konkursowej, na podstawie której Lider 1 dokonuje opłaty za zgłoszenie i udział wszystkich podmiotów.
- 7.8. **Klient nie ponosi Opłaty za Zgłoszenie**, poza przypadkiem, kiedy występuje w Zgłoszeniu jako Lider 1, Lider 2 lub jako Współzgłaszający. Wówczas wnosi odpowiednią opłatę zgodnie z pkt 7.4 lub 7.6 powyżej.
- 7.9. Uczestnicy, będący przedstawicielami organizacji pozarządowych, administracji publicznej lub NGO, zgłaszający do kategorii **Non-Profit, Public & Political Service** zwolnieni są z opłat za Zgłoszenie, a także z opłat dodatkowych, wynikających z Regulaminu. Pozostali Uczestnicy Zgłoszenia, w tej kategorii, niezależnie od terminu Zgłoszenia, ponoszą opłatę jak w pierwszym terminie zgłoszeń (zgodnie z tabelą opłat w pkt. 7.4 i 7.6), w wysokości zależnej od członkostwa w Stowarzyszeniu Komunikacji Marketingowej SAR.
- 7.10. Kampanie/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 1 000 zł netto. Rabat na pierwsze zgłoszenie przyznawany jest Liderowi 1/ Liderowi 2. Stosowny wniosek o zniżkę należy skierować do Organizatora konkursu. Rabat obowiązuje również podmioty, które zgłaszają do konkursu po minimum 5-letniej przerwie.
- 7.11. Instytucje kultury oraz Biura Promocji Miast i Województw, zgłaszając się do Konkursu, mogą ubiegać się o rabat. Stosowny wniosek należy skierować do Organizatora konkursu.
- 7.12. Na Lidera 1 zostanie nałożona dodatkowa opłata (dalej „**Dodatkowa opłata**”) w przypadku braków formalnych i nieprawidłowego przygotowania Zgłoszenia:
- w wysokości 1 100 zł netto + 23% VAT w przypadku umieszczenia logotypów lub nazw Uczestników w Formularzu Zgłoszeniowym, materiałach dowodowych (wykresy, grafiki), w materiałach kreatywnych lub ich nazwach i opisach, a także w źródłach danych – w opisie źródła, w linku źródłowym oraz w miejscu, do którego przekierowuje link (np. publikacja internetowa). Prosimy o zapoznanie się z wymaganiami określonymi w pkt 5.9 Regulaminu.
 - w wysokości 1 100 zł netto + 23% VAT w przypadku niepełnego zgłoszenia tj.:
 - braku zamkniętego zgłoszenia na Platformie, po upływie terminu przyjmowania zgłoszeń;
 - braku materiałów kreatywnych;
 - braku załączonych i podpisanych dokumentów: Oświadczenia Klienta i Lidera 1 i/lub Oświadczenia Instytutu Badawczego (jeżeli dotyczy);
 - w wysokości 600 zł netto + 23% VAT w następujących przypadkach:
 - braku podania w Formularzu Zgłoszeniowym źródeł prezentowanych Danych liczbowych;
 - prezentowania osiągniętych wyników Kampanii/ Rozwiązań, użycie głosu lektora lub przekroczenia dopuszczalnego czasu trwania montażu video w materiałach kreatywnych;
 - każdorazowej konieczności podmioty materiałów kreatywnych po zamknięciu zgłoszenia na Platformie Konkursowej;
 - 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 i Oświadczenia Instytutu Badawczego (jeżeli dotyczy).
- 7.13. Dodatkowe opłaty, naliczane za poszczególne uchybienia/ braki są sumowane. Zgłoszenie zostanie dopuszczone do Konkursu, wyłącznie po uiszczeniu opłaty dodatkowej przelewem, przez Lidera 1, przed rozpoczęciem procesu pracy Jury tj. zapoznania się ze Zgłoszeniami..
- 7.14. W przypadku nieuiszczenia wymaganej, Dodatkowej opłaty regulaminowej, Zgłoszenie może zostać zdyskwalifikowane.
- 7.15. Decyzję o nałożeniu Dodatkowej opłaty lub dyskwalifikacji Zgłoszenia, o których mowa w pkt 7.12 podejmuje Organizator.
- 7.16. Lider 1 odpowiedzialny jest za przekazanie Organizatorowi wszystkich niezbędnych danych do wystawienia prawidłowej FV, w tym również numeru PO (Purchase Order), jeżeli taki jest niezbędny.

8. JURY I OBRADY

- 8.1. Zwycięskie Kampanie i Działania zostaną wyłonione przez Jury Konkursu (dalej „Jury”).



- 8.2. Zasady oceny i wyłonienia najlepszych Rozwiązań Marketingowych zostały uregulowane w punkcie 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 gdzie występuje konflikt interesów (zgodnie z Regulaminem Jury), przed rozpoczęciem Etapu I obrad Jury. Niezaakceptowanie wskazanej klauzuli oraz oświadczenia wiąże się z rezygnacją z udziału w pracach Jury.
- 8.4. Jury obraduje w podziale na grupy jurorskie, którym przyporządkowane są Zgłoszenia w danych Kategoriach konkursowych. Skład grup jurorskich i przyporządkowanym im Kategoriom dostępny jest na stronie www.effie.pl, od momentu wyłonienia całego składu Jury, w danym roku.
- 8.5. Przyporządkowanie Kategorii konkursowych do grupy jurorskiej może ulec zmianie, jeżeli ilość zgłoszeń do oceny, znacznie przewyższy ilość, w porównaniu do pozostałych grup.
- 8.6. Komitet Effie powołuje przewodniczącego/ą każdej z grup jurorskich (dalej „Przewodniczący/a Grupy”). Przewodniczący/a Grupy nadzoruje wszystkie etapy pracy grupy Jury, kieruje procesem obrad oraz moderuje dyskusje.
- 8.7. Komitet Effie powołuje przewodniczącego/ą Jury (dalej „Przewodniczący/a Jury”), który/a nadzoruje i wspiera prace Jury oraz pełni rolę Przewodniczącego/ej grupy oceniającej kategorię Marketing & Business Solutions. Przewodniczącemu/ej 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 2025 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.
 - d) Juror może wyłączyć się z głosowania nad pracą bezpośredniej konkurencji, jeśli uważa, że jego głos będzie subiektywny. Nie wyklucza go to jednak z dyskusji nad danym zgłoszeniem.
- 8.9. Organizator, Audytor oraz Przewodniczący/a 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: „Shortlista”) w poszczególnych Kategoriach.
- 8.12. Na Etap I i II składają się:
 - a) spotkania w grupach - stacjonarnie lub w formie on-line - wspólna analiza zgłoszeń i kalibracja grupy.
 - b) głosowania on-line - Jurorzy otrzymają od Organizatora indywidualny dostęp do Platformy, na której znajdują się 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 odbywa się w wyznaczonym przez Organizatora terminie, w zależności od kategorii, online lub offline w miejscu wskazanym przez Organizatora. Etap II odbywa się online, w wyznaczonym przez Organizatora terminie. 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 w wyznaczonym przez Organizatora terminie, w zależności od kategorii, online lub offline w miejscu



wskazany przez Organizatora. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może z własnej inicjatywy lub na wniosek Jurorów zmienić datę Etapu III.

- 8.15. 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 MBS”). Członkowie Jury Kategorii MBS oświadczają, iż zapoznali się z Regulaminem Konkursu oraz zasadami pracy Jury Kategorii MBS i zobowiązują się do ich przestrzegania.
- 9.2. Przewodniczącym grupy oceniającej kategorię Marketing & Business Solutions jest Przewodniczący/a Jury danej edycji konkursu. Wówczas nadzoruje on/ona wszystkie etapy pracy Jury Kategorii, kieruje procesem obrad oraz moderuje dyskusje. Przewodnicząca/y 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 MBS”);
 - b) Etap II - głosowanie online (dalej „Etap II Kategorii MBS”);
 - c) Etap III - obrady wyłaniające Rozwiązanie nominowane i nagrodzone (dalej „Etap III Kategorii MBS”).
- 9.4. Członkowie Jury Kategorii MBS zobowiązani są do podpisania dostarczonej przez Organizatora klauzuli poufności oraz oświadczenia o wykluczeniu z oceny prac przed rozpoczęciem Etapu I Kategorii MBS (w przypadku konfliktu interesów). Niepodpisanie klauzuli wiąże się z rezygnacją z udziału w pracach Jury Kategorii MBS.
- 9.5. Juror Kategorii MBS 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 2025 roku do dnia oddania ostatniego głosu podczas Etapu III Kategorii MBS. W przypadku zauważenia przez Jurora Kategorii MBS, że Rozwiązanie zostało zgłoszona przez osobę lub podmiot, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym, zobowiązany jest:
 - a) Na Etapie I Kategorii MBS oraz Etapie II Kategorii MBS - 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 MBS - wyłączyć się z dyskusji nad danym zgłoszeniem i opuścić salę obrad oraz poinformować Audytora lub Organizatora o fakcie wyłączenia z głosowania.
- 9.6. Organizator, Auditor oraz Przewodniczący Jury będą monitorowali przebieg prac Jurorów Kategorii MBS.
- 9.7. Celem I i II Etapu Obrad Kategorii MBS jest wyłonienie najefektywniejszych Rozwiązań i sporządzenie zawierającej je listy (dalej: „Shortlista Kategorii MBS”).
- 9.8. Na Etap I i II Kategorii MBS składają się:
 - a) analiza zgłoszeń online;
 - b) głosowania on-line - Jurorzy Kategorii otrzymają od Organizatora indywidualny dostęp do Platformy, na której znajdować się będą zgłoszenia w Kategorii MBS. W terminie wskazanym przez Organizatora Jurorzy muszą ocenić wszystkie Rozwiązania zgłoszone do Kategorii Marketing & Business Solutions.
- 9.9. Etap I i II Obrad Kategorii MBS odbywają w wyznaczonym przez Organizatora terminie i miejscu. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może z własnej inicjatywy lub na wniosek Jurorów zmienić czas trwania Etapu II Kategorii MBS.

- 9.10. Juror Kategorii MBS ma prawo zgłoszenia protestu „Protest”, w związku z zauważonymi nieprawidłowościami w zgłoszeniu, jednak nie później niż do zakończenia I etapu pracy Jury. W takim przypadku Organizator może zweryfikować z Uczestnikiem dane oprotestowanego Rozwiązania. W przypadku otrzymania wyjaśnień na zgłoszony protest, Organizator przesyła ich treść do wszystkich Jurorów Kategorii MBS. Juror Kategorii MBS może przyjąć lub odrzucić wyjaśnienie, wyrażając to poprzez swoją ocenę Rozwiązania.
- 9.11. Uczestnik, którego Rozwiązania dotyczy protest może mieć 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 MBS Rozwiązania oceniane są w skali od 1 do 100 punktów w głosowaniu tajnym, w czterech obszarach (dalej „Obszary oceny Kategorii MBS”), 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. Juror musi sporządzić wartościowy feedback (dalej „Feedback”), zgodnie z wytycznymi Organizatora, do wskazanych przez Organizatora zgłoszeń. Napisane przez wyznaczonych Jurorów Kategorii MBS feedbacki dotyczące konkretnego zgłoszenia, zostaną zestawione i przekazane Liderowi zgłoszenia, po zakończeniu edycji Konkursu.
- 9.14. Po zakończeniu Etapu II Kategorii MBS Organizator obliczy procentowy stosunek oddanych ważonych ocen. Prace proponowane do Shortlisty Kategorii to te, które uzyskały co najmniej 50 punktów.
- 9.15. Komitet Organizacyjny może zmienić w Kategorii Marketing & Business Solutions procentowy próg, którego osiągnięcie uprawnia do znalezienia się na liście Nominacji.
- 9.16. Organizator jest uprawniony do pozbawienia Jurora Kategorii MBS prawa uczestnictwa w kolejnych etapach oceny w przypadku, gdy na etapie II Kategorii Juror Kategorii MBS nie weźmie udziału w analizie zgłoszeń online.
- 9.17. Etap III Kategorii MBS będzie miał charakter jednodniowy i odbędzie się w miejscu i czasie wskazanym przez Organizatora (online lub offline).
- 9.18. Do Etapu III Kategorii MBS mają zastosowanie odpowiednio zasady odnoszące się do pozostałych Kategorii określone w pkt 8.14 - 8.16 Regulaminu oraz pkt II Załącznika Nr 2 do niniejszego Regulaminu.

10. NAGRODY

- 10.1. Kampanie oraz Rozwiązania z listy Nominowanych ocenione przez Jury oraz Jury Kategorii MBS 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 zdefiniowanych powyżej 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 2026 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 & Political Service oraz rozwiązania w Kategorii Marketing & Business Solutions nie biorą udziału w dyskusji nad przyznaniem nagrody Grand Prix. O przyznaniu Grand



- Prix decyduje Przewodniczący/a Jury wraz z Przewodniczącymi Grup Jurorskich w głosowaniu. Wybór dokonuje się większością co najmniej 2/3 głosów uprawnianych do głosowania członków Jury.
- 10.7. Organizator zastrzega sobie prawo do nieprzyznania Grand Prix bez podania przyczyny.
 - 10.8. Tylko Lider 1, którego Kampania została nagrodzona Brązowym lub Srebrnym, lub Złotym Effie otrzymuje 1 statuetkę. Pozostałe podmioty muszą opłacić zakup statuetki.
 - 10.9. Tylko Lider 2, którego Kampania została nagrodzona Brązowym lub Srebrnym, lub Złotym Effie otrzymuje 1 statuetkę. Pozostałe podmioty muszą opłacić zakup statuetki.
 - 10.10. Tylko Lider 1/ Lider2, którego Rozwiązanie zostało nagrodzone w kategorii MBS Brązowym, Srebrnym lub Złotym Effie otrzymuje 1 statuetkę. Pozostałe podmioty muszą opłacić zakup statuetki.
 - 10.11. W przypadku kategorii Non-Profit, Public & Political Service, Lider 1 oraz Lider 2, którego Kampania została nagrodzona Brązowym lub Srebrnym, lub Złotym Effie otrzymuje 1 statuetkę. W tej kategorii, jeśli podmiotem współzgłaszającym lub Klientem była organizacja Non-Profit, również ona otrzymuje statuetkę bezpłatnie. Pozostałe podmioty muszą opłacić zakup statuetki.
 - 10.12. Dodatkowe statuetki można zamówić u Organizatora po wypełnieniu stosownego formularza zamówienia, dostępnego na stronie Konkursu. Koszt dodatkowych statuetek dostępny będzie na stronie Organizatora www.effie.pl.
 - 10.13. Uczestnicy, których kampania została nominowana, proszeni są o przesłanie maksymalnie 120 sekundowego video case study nominowanej kampanii (w przypadku kategorii Long Term 180 sekundowego). Materiał zostanie wykorzystany na Gali oraz w kanałach komunikacyjnych Organizatora. Video należy wysłać w nieprzekraczalnym terminie, podanym do wiadomości Liderów 1 nominowanych zgłoszeń. Organizator będzie kontaktował się w sprawie powyższego, na podany, w Dokumencie Proceduralnym adres mailowy Lidera 1.

11. RANKINGI

- 11.1. W ramach Konkursu może powstać ranking agencji komunikacji marketingowej będących Podmiotami Indywidualnymi oraz Ranking Firm (nie dotyczy NGO).
- 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
Współzgłaszający	1	2	3	4	6

- 11.3. W przypadku Współzgłoszenia, każdy z Uczestników otrzymuje taką samą liczbę punktów określoną powyżej.
- 11.4. Uczestnik, którego Kampania otrzyma Grand Prix nie otrzymuje dodatkowych punktów za Złote Effie. Uczestnik, którego Kampania otrzyma Nagrodę nie otrzymuje dodatkowych 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).
- 11.7. Kampanie nominowane oraz nagrodzone w konkursie Effie Awards Poland (wraz z pracami nominowanymi i nagrodzonymi w konkurach KTR oraz Innovation) biorą udział w rankingu Marketing Master by SAR – corocznym rankingu firm (reklamodawców; nie dotyczy NGO) organizowanym przez Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR.

12. REKLAMACJE

- 12.1. Wszelkie reklamacje dotyczące sposobu przeprowadzenia Konkursu mogą być zgłaszane za pośrednictwem e-maila na adresy kontaktowe dostępne na stronie www, w zakładce „Kontakty”, w nieprzekraczalnym terminie 7 dni, od dnia zaistnienia podstawy reklamacji, z tym, że reklamacje zgłoszone 10 dni po terminie Gali danej edycji konkursu, nie będą rozpatrywane.



- 12.2. Reklamacja powinna zawierać: imię, nazwisko, telefon oraz adres e-mail Uczestnika, 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 MBS 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.
- 13.2. Konkurs, będący częścią globalnego programu Effie Awards organizowany jest na podstawie licencji udzielonej Informa Festivals, który ma dostęp do Zgłoszeń konkursowych zgodnie z postanowieniami Warunków Uczestnictwa.
- 13.3. Szczegóły dotyczące przetwarzania Danych przez Organizatora w ramach Konkursu określa Regulamin Platformy oraz Warunki Uczestnictwa.
- 13.4. Szczegóły i informacje na temat sposobu przetwarzania danych osobowych zawartych w Zgłoszeniach konkursowych przez Informa Festivals można znaleźć w [polityce prywatności](#).
- 13.5. Skrócony opis zasad przeprowadzenia Konkursu może znajdować się na stronach internetowych Organizatora lub w 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.
- 13.6. Naruszenie któregokolwiek z postanowień Regulaminu lub Warunków Uczestnictwa 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.
- 13.7. W zakresie dozwolonym przez przepisy prawa Organizator zastrzega sobie prawo do zmian Regulaminu oraz Warunków Uczestnictwa, 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 2026

WYMAGANIA TECHNICZNE MATERIAŁÓW KREATYWNYCH

MATERIAŁY I SPECYFIKACJE EFFIE AWARDS POLAND 2026

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 (max. **120** sekund, w przypadku Kampanii Long Term do **180** sekund) powinien wyłącznie prezentować takie materiały i działania kreatywne, z którymi realnie zetknął się w kampanii konsument/reprezentant grupy docelowej. Mogą to być zarówno kreacje użyte w kluczowych kanałach komunikacyjnych wskazanych w zgłoszeniu i wykorzystywane w Kampanii/ Rozwiązaniu, jak i np. multimedialna dokumentacja zorganizowanego eventu, zdjęcia opakowania lub ekspozycji opakowania na półce sklepowej, dokumentacja działań shopperowych, experientialowych lub guerilla marketingowych, materiał opublikowany przez influencera, opublikowane relacje mediów, ilustracja materiału graficznego/newslettera/ulotki, screeny, multimedialny materiał z gry lub programu audiowizualnego itp.

Montaż materiałów kreatywnych 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 **120** sekund długości, w przypadku kategorii **Long Term 180** sekund
- zawierać komentarza lektora.

Przykład: <https://youtu.be/n9tXgxLzlUM>

Przykład: <https://youtu.be/r7qlwzoTxhY>

Przykład: <https://youtu.be/NXwaTYnmKig>

WAŻNE! Po ogłoszeniu nominacji, organizator niezwłocznie skontaktuje się z nominowanymi z prośbą o dostanie krótkiego filmu case study (maksymalnie 90 sekund), który zostanie wykorzystany na Gali Effie oraz



materiałach promocyjnych Organizatora i Licencjodawcy. W kategorii Long Term dozwolony jest 120 s. materiał filmowy.

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

SPECYFIKACJA TECHNICZNA (wymagane minimum)

Materiały filmowe:

- Format: .mp4; .avi; .mpg; .mov
- Dopuszczalna jest kompresja w trybie VBR oraz CBR
- Dopuszczalna, maksymalna 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 wideo. 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.

Opisz załączone pliki w sposób czytelny dla Jurora - „Tytuł pliku” - Kanał komunikacji - Długość materiału (jeśli dotyczy), np.:

1. 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

ZAŁĄCZNIK NR 2 DO REGULAMINU KONKURSU EFFIE 2026

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 nieprawidłowościami w zgłoszeniu, jednak nie później niż do końca I etapu obrad Jury. W takim przypadku Organizator zweryfikuje z Uczestnikiem dane oprotestowanej Kampanii. W przypadku otrzymania wyjaśnień na zgłoszony protest, nie później niż do rozpoczęcia II etapu obrad, Organizator przesyła ich treść do wszystkich Jurorów Kategorii. Juror może przyjąć lub odrzucić wyjaśnienie, wyrażając to poprzez swoją ocenę.
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 i cele - Waga tej oceny wynosi 23,3%;
 - b. Grupa docelowa, insight, strategia - Waga tej oceny wynosi 23,3%;
 - c. Wdrożenie strategii i pomysłu w życie- Waga tej oceny wynosi 23,3%;
 - d. Wyniki - Waga tej oceny wynosi 30%.
4. Na Etapie II Juror może wymieniać się uwagami z innymi Jurorami używając w tym celu funkcji „Chat”.
5. Po upływie dnia wyznaczonego jako ostatni dzień Etapu II, dostęp do Platformy zostanie zablokowany oraz ponownie odblokowany na Etapie III (aplikacja do głosowania dla Jury).
6. Juror musi zostawić wartościowy feedback (dalej „Feedback”), zgodny z wytycznymi od Organizatora, do wskazanych przez Organizatora, ocenianych w ramach jego grupy, zgłoszeń. Zestawienie wszystkich feedbacków jurorów, dotyczących konkretnego zgłoszenia zostanie przekazane wszystkim podmiotom ujętym w zgłoszeniu, po zakończeniu edycji konkursu.
7. Po zakończeniu Etapu II Organizator obliczy procentowy stosunek oddanych ważonych ocen. Kampanie proponowane do Shortlisty to te, które uzyskały co najmniej 50 punktów.
8. Komitet Organizacyjny może zmienić dla wybranych lub wszystkich Kategorii procentowy próg, którego osiągnięcie uprawnia do znalezienia się na liście Nominacji.
9. Organizator jest uprawniony do pozbawienia Jurora prawa uczestnictwa w kolejnych etapach oceny w następujących przypadkach:
 - a. w Etapie II w przypadku, gdy Juror nie weźmie udziału w spotkaniu na Etapie I;
 - b. w 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. dokonują przeglądu Kampanii na Shortliście, dyskutują nad każdą Kampanią, porównują ją z innymi z danej Kategorii,
 - b. głosują nad przejściem każdej Kampanii z Shortlisty na listę Nominacji (dalej „**Lista Nominowanych**”) w głosowaniu jawnym zwykłą większością głosów poprzez podniesienie ręki,
 - c. dokonują oceny Kampanii z Listy Nominowanych poprzez samodzielne głosowanie z wykorzystaniem aplikacji do głosowania na platformie. W przypadku awarii aplikacji do głosowania, Organizator może podjąć decyzję o oddaniu głosów przez Jury na kartach do głosowania. Muszą one zostać podpisane imieniem i nazwiskiem oraz czytelnym podpisem Jurora, w celu weryfikacji liczby 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 Shortlistę a następnie poddana głosowaniu na nominację.

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 pkt. 15.
4. Nie jest możliwe pozostawienie danej Kampanii bez oceny lub wpisanie oceny w innej niż przyjęta skali, ponieważ aplikacja do głosowania wymusza oddanie głosu w prawidłowej skali.
5. Po przyznaniu punktów wszystkim kampaniom, wymagane jest zatwierdzenie głosowania w aplikacji.
6. W przypadku głosowania poprzez kartę do głosowania, juror przekazuje wypełnioną i podpisaną kartę, przedstawicielowi Audytora, po dokonaniu oceny wszystkich Kampanii z danej Kategorii.
7. Po zatwierdzeniu głosowania przez wszystkich jurorów, we wszystkich kategoriach, aplikacja do głosowania sumuje punkty przyznane przez Jurorów poszczególnym Kampaniom. Następnie zostaje obliczona średnia ocen wraz z nałożonym Algorytmem w zaokrągleniu do dwóch miejsc po przecinku (dalej „Ocena”).
8. Przy obliczaniu Oceny dla danej Kampanii nie bierze się pod uwagę oceny Jurorów wyłączonych z głosowania nad daną Kampanią.
9. Ostateczna Ocena dla każdej kampanii jest średnią dwóch miar:
 - a. średniej ważonej z czterech obszarów na podstawie wag określonych w pkt. 1.3.
 - 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.
10. Algorytm ma za zadanie niwelowania jednostkowych głosów skrajnych, które mogą przyczynić się do niewspółmiernego zawyżenia lub zaniżenia oceny kampanii.
11. Audytor konkursu zobowiązany jest do sporządzenia raportu z głosowania, który bezzwłocznie zostanie przekazany Organizatorowi. Treść raportu z głosowania jest dostępna wyłącznie dla Organizatora, Audytora oraz ich przedstawicieli.
12. Oceny Jury są poufne, nie podlegają dyskusji i nie mogą być przedmiotem reklamacji. Jury nie ma obowiązku uzasadniania swoich wyborów i ocen.
13. Juror zobowiązany jest do głosowania w miejscu odosobnionym, bezpiecznym i sprzyjającym pracy. Organizator wyklucza możliwość uczestnictwa w obradach Jury podczas jazdy wszelkimi środkami komunikacji, w obecności osób postronnych oraz w innych warunkach niesprzyjających wykonywaniu roli Jurora i etyce pracy.