

Štatút súťaže „Hodnotenie Stratégií“

Preambula

Hodnotenie Stratégií je súťaž kreativity marketingovej komunikácie (domácej alebo zahraničnej) slovenských reklamných agentúr. Štatút súťaže Hodnotenie Stratégií (ďalej ako „súťaž“) slúži ako súťažný poriadok. Zároveň má funkciu jediného dokumentu, ktorý upravuje pravidlá súťaže a v ktorom sú pravidlá spolu s podmienkami súťaže zaznamenané.

Vyhlasovateľ súťaže

MAFRA Slovakia, a. s.

Nobelova 34

Bratislava 3

836 05

IČO: 31333524

(Poznámka: magazín Stratégie patrí do portfólia produktov spoločnosti MAFRA Slovakia, a. s.)

Prvá časť ZÁKLADNÉ USTANOVENIA

I. Cieľ súťaže

Stratégie ako vyhlasovateľ súťaže vyhlasujú súťaž Hodnotenie Stratégií podľa nižšie uvedeného súťažného poriadku s cieľom kultivovať reklamný priemysel na Slovensku.

II. Čas konania súťaže

1. Súťaž sa bude konať po dobu jedného roka od 1. novembra 2018 – 1. novembra 2019, pravidelne vždy jedenkrát do mesiaca.
2. Vyhlasovateľ si vyhradzuje právo úpravy na presný termín konania súťaže (zasadnutia poroty) v danom mesiaci. Zároveň má povinnosť o stanovenom termíne účastníkov a porotu vždy včas vopred informovať mailom alebo verejne na webovej stránke vyhlasovateľa (www.strategie.sk).

III. Osoby oprávnené zúčastniť sa súťaže/prihlasovateľ

1. Súťaže Hodnotenie Stratégií sa môže zúčastniť slovenská reklamná, mediálna, komunikačná agentúra, agentúra z radu BTL (PR, Event, Sales Promo či Direct marketingová agentúra), ktorá je schopná preukázateľne dokázať autorstvo k práci, ktorú prihlasuje, a ktorá je podnikateľom a je zapísaná v Obchodnom registri SR alebo v príslušnom živnostenskom registri SR.
2. Agentúra/prihlasovateľ sa súťaže zúčastňuje prostredníctvom prihlásenej práce/prác.
3. Autorstvo k práci môže byť vždy iba jednostranné, to znamená, že autorom práce môže byť vždy iba jedna agentúra/prihlasovateľ.
4. Vyhlasovateľ pri posudzovaní práva prihlásiť sa do súťaže vychádza z vyplneného prihlasovacieho formulára online na stránke www.hodnoteniereklamy.sk. Vyhlasovateľ si vyhradzuje právo dožiadania informácií potrebných k preukázaniu autorstva či iných potrebných náležitostí.

IV. Porota súťaže

1. Členom poroty je fyzická osoba zastupujúca konkrétnu firmu, agentúru.
2. Na zložení poroty sa podieľa vyhlasovateľ súťaže a združenie ADC. ADC navrhuje a schvaľuje zloženie danej časti poroty vo vopred dohodnutej lehote.

3. Porota je zložená z dvoch častí. Jednu časť tvoria 5 výhradne marketingoví špecialisti, manažéri, pracovníci, ktorí sa aktívne podieľajú na formovaní marketingovej komunikácie firiem, ktoré majú svoje zastúpenia na Slovensku. Výber tejto časti poroty je výhradne na vyhlasovateľovi. Druhú časť poroty tvoria 5 zástupcovia výhradne reklamných/komunikačných agentúr, ktorí sa aktívne podieľajú na tvorbe kreatívnych riešení marketingovej komunikácie. Výber tejto časti poroty je na združení ADC, pričom táto časť poroty sa každomesačne mení. Vyhlasovateľ si v tomto prípade vyhradzuje právo na zmenu druhej časti poroty, ak na to existuje relevantný dôvod (za ten sa považuje napríklad nedostatočná odbornosť navrhovaného porotcu). Združenie ADC sa zaväzuje vopred v stanovenej lehote oznámiť každomesačne nové zloženie druhej časti poroty. Združenie ADC zároveň navrhuje fixnú porotu, ktorá sa zúčastní záverečného Hodnotenia, na ktorom sú vybraté najlepšie práce v daných kategóriách (viď. čl. V, bod 7). Vyhlasovateľ fixnú časť poroty schvaľuje.
4. Zostavu celkovej poroty sa vyhlasovateľ zaväzuje vopred v stanovenej lehote zaväzuje oficiálne oznámiť na web stránke www.strategie.sk alebo v printovom vydaní magazínu Stratégie.
5. Porotu súťaže tvorí 10 členov. Pričom 1 zástupca vyhlasovateľa slúži ako doplnujúci hlas v prípade, že by tento jeden hlas chýbal na to, aby porota bola uznášaniaschopná. Nová porota je volená vždy po skončení obdobia, na ktoré súťaž vznikla (viď čl. II, ods. 1). Počet členov sa v porovnaní s predchádzajúcou porotou (predchádzajúci rok) môže meniť. Spravidla ide o desať a viac členov.
6. K uznášaniaschopnosti poroty je vždy potrebná nadpolovičná väčšina prvej časti poroty a nadpolovičná väčšina druhej časti poroty.
7. Súťaž sa koná vždy za účasti vyhlasovateľa, ktorý plní zároveň funkciu dozoru nad priebehom súťaže. Porota predsedu nemá.

Druhá časť PRAVIDLÁ SÚŤAŽE

V. Základné pravidlá súťaže

1. Podmienky účasti v súťaži

1. Súťaže sa zúčastňuje tá agentúra, ktorá spĺňa charakteristiku z článku III a ktorá zodpovedne a relevantne poskytne potrebné informácie o práci a jej autorstve vyplácaním prihlasovacieho formulára.
2. Vyhlasovateľ si ponecháva právo pre-selekcie prihlásených prác. Prihlásiť prácu je možné na www.hodnoteniereklamy.sk do termínu stanovenom vyhlasovateľom.

2. Prihlásená práca

1. Prihlásiť do súťaže je možné prácu, ktorej prislúcha preukázateľné autorstvo prihlasovateľa. Nie je teda možné, aby prihlasovateľom práce bol niekto iný ako sám autor práce.
2. Prihlásiť je možné prácu, ktorá pôsobila a bola viditeľná v prostredí slovenského mediálneho trhu a/alebo zahraničného trhu (preukázateľné použitie v minimálne jednom media type).
3. Prihlásiť prácu je možné do viacerých kategórií, pokiaľ táto práca spĺňa kritériá pre prihlásenie do danej kategórie.
4. Jeden prihlasovateľ môže prihlásiť viac ako jednu prácu. Vyhlasovateľ si vyhradzuje právo úpravy prihlásenej práce v zmysle presunu práce do inej kategórie, než do ktorej bola prihlásená, ak to dokáže vyhlasovateľ relevantne odôvodniť.

5. Prihlásiť práce je možné do jedenástich kategórií Vizuál, Out of home, Film- online film a video, Film- televízna reklama, Digital- social media, Digital- influencer marketing, Media, PR, Promo & Activation a Event, Selfpromo. Do októbrového Hodnotenia bude možné prihlásiť práce do kategórie Craft, Design a Kampaň. V januári sa do Hodnotenia môžu prihlásiť práce do kategórie PF.

3. Prihláška

1. Prihláška sa vypisuje elektronicky na www.hodnoteniereklamy.sk. Prihláška a všetky s ňou súvisiace náležitosti musia byť vyplnené v elektronickej podobe vždy k termínu uzávierky.

2. Prihláška obsahuje náležitosti:

a) Názov agentúry

b) Názov práce

c) Background práce (pozostáva z náležitostí ako Zadanie, Riešenie, Cieľová skupina, Posolstvo, Čím si práca zaslúži ocenenie - jednotlivé náležitosti sa môžu rôzniť v závislosti od kategórie)

d) Agentúrne kredity (najmä priezviská zodpovedných pracovníkov prihlasovateľa/agentúry s presným určením ich pracovnej pozície vo vzťahu k prihlásenej práci)

3. Uvedené náležitosti predstavujú základ pre posudzovanie práce porotou. Všetky uvedené informácie a náležitosti v prihláške musia byť pravdivé a overiteľné. Vyplnením elektronickej prihlášky sa prihlasovateľ zaväzuje k pravdivosti vyplnených údajov.

4. Ak práca nespĺňa predpísané náležitosti, porota má právo prácu zo súťaže vylúčiť (vid' čl. V, ods. 6).

4. Charakteristika kategórií a kritérií hodnotenia

VIZUÁL

-- Print

-- Poster

-- Online vizuál („Novodobý print“ - cover page, status s fotografiou, statický banner – statický vizuál, ktorý nebol publikovaný v tlači, ale spĺňa kritériá printu, či posteru. Hodnotí sa takisto ako print a poster – idea, prevedenie, art direction a copy.)

-- Vizuál pre neziskové organizácie

OUT OF HOME

-- Komerčné produkty a služby

-- Verejnoprospešná činnosť pre neziskové organizácie

AUDIO REKLAMA

--Rádio

-- Iné audio formáty (Spotify, Instore, vlaky, autobusy a ostatné)

- Audio reklama pre nekomerčné subjekty
- Upútavky na program, jingle

FILM- online film a video

- Kinoreklama
- Online film
- Online video

FILM- televízne reklamy

- Televízna reklama
- Upútavky na program, jingle

DIGITAL- social media

- Social Media
- Mobile & Apps

DIGITAL- influencer marketing

- Social Media
- Influencer marketing

MEDIA

- Klasické médiá – TV, rádio, kino, print, poster, outdoor, budovy, objekty a zariadenia(výnimočné kreatívne využitie klasických nosičov, mediálna kreativita, mediálne plánovanie)
- New media (kreatívne použitie netradičných alebo nových nosičov)
- Sponzoring a špeciálne eventy
- Branded content
- Media pre neziskové organizácie

PROMO & ACTIVATION, EVENT

- B2B Event – Externé podujatia

(Live marketing, eventy a podujatia ako riadené udalosti určené pre priame oslovenie cieľovej skupiny koncových zákazníkov.)

-- B2C (...to customers) event, externé podujatia (Live marketing, eventy a podujatia prihlásené v tejto kategórii sú riadené udalosti určené pre priame oslovenie cieľovej skupiny koncových zákazníkov – užívateľov produktov a služieb zadávateľom. Primárnym cieľom môže byť edukácia cieľovej skupiny, podpora predaja, produktová aktivácia, uvádzanie produktov na trh, voľno-časová aktivácia, predstavenie nových služieb či produktov s cieľom dosiahnutia definovaných obchodných cieľov – zvýšenie predajnosti, návštevnosti a pod.)

-- B2I Event – Interné podujatia

(Live marketing, eventy a podujatia ako riadené udalosti určené „dovnútra“ zadávateľa – pre zamestnancov, manažment, akcionárov a pod.)

-- Promotion

(Akcie na podporu predaja a loyality zákazníkov, in-store aktivity, špeciálne ponuky, ochutnávky, súťaže a pod.)

-- Direct marketing

(Aktivity cielené priamo na spotrebiteľa.)

-- Response & Real time activities

(Offline a online aktivity zamerané na okamžitú reakciu zákazníka.)

-- Promo & Activation pre nekomerčné subjekty

PR

-- Corporate Communications (Projekty na podporu firemnej povesti a imidžu, vzťahy s médiami, krízová komunikácia, komunikačná podpora strategických zmien, change management)

-- Business to Business PR a Business to Consumer PR (PR projekty pri komunikácii firmy s obchodnými partnermi. Podpora značky, launch nových produktov a služieb, podpora existujúcich produktov, zákazníckych služieb. PR projekty pre podporu produktových značiek a služieb určených pre konečného spotrebiteľa. Ide napríklad o uvedenie nového produktu či služby na trh, podpora existujúcich produktov, relaunch a integrovaný marketing)

-- Community Relations a Internal Communication (Projekty zamerané na vytváranie dlhodobých vzťahov medzi firmou a ostatnými stakeholdermi. Ide napríklad o projekty z oblasti Corporate Social Responsibility, sponzorstva, firemnej filantropie, podpora záujmových združení, kampane pre tretí sektor a projekty na úrovni miestnej samosprávy. Projekty komunikácie korporácií s internými cieľovými skupinami – zamestnancami či akcionármi. Patria sem firemné médiá – tlačové i elektronické, projekty zlepšovania firemnej kultúry, motivačné programy využívajúce nástroje internej komunikácie, employee relations atď.)

- Community building/management
- PR pre neziskové organizácie a projekty

KAMPAŇ

- Integrovaná kampaň pre komerčné subjekty
- Digitálna kampaň pre komerčné subjekty
- Kampaň pre nekomerčné subjekty

Za reklamnú kampaň sa pre účely tejto súťaže považuje také dielo, ktoré bolo realizované najmenej v dvoch rozličných typoch médií. Prihlasovateľ má právo prihlásiť do tejto kategórie aj práce, ktoré predtým prihlásil samostatne do jednotlivých kategórií.

CRAFT

- Best Copywriting
- Best Artdirection
- Best Digital Craft
- Best Film Craft
- Best Sound Craft
- Best Illustration
- Best Photography
- Craft pre nekomerčné subjekty

DESIGN

- Logo & Identity
- Publikácie a tlačoviny

(Tlačoviny, knihy, brožúry, letáky, pozvánky, ktoré majú priamy vzťah ku komerčnej komunikácii.)

- POS & DM materiály

(Tlačoviny a objekty určené na priame oslovenie zákazníka.)

- Obalový dizajn
- Websites & Mobile
- Design pre nekomerčné subjekty

5. Pravidlá súťaže

1. Porota súťaže hodnotí prihlásené (respektíve pre-selektované) práce tak, že jednotlivým prácam prideluje body od 1 – 10 (pričom 10 je najvyššia možná známka).
2. Práce sa hodnotia ex-post, to znamená, že v danom mesiaci porota hodnotí práce, ktoré boli vytvorené v predchádzajúcom mesiaci.
3. Práce, ktoré získali aritmetický priemer bodov v absolútnej hodnote 5 a viac bodov (vrátane), postupujú do koncového záverečného Hodnotenia, z ktorého vzíde výhra v podobe rovných 30 bodov pre práce (resp. prihlasovateľa/agentúru), ktoré porota na záverečnom Hodnotení vyhodnotila ako najlepšie v danej kategórii (viď čl. V, ods. 7).
4. Prihlásenú prácu posúvajú do záverečného hodnotenia obe časti poroty, podmienkou je, aby práca získala od oboch častí poroty súčasne priemernú známku 5 a viac bodov.

6. Dôvody vylúčenia prihlásenej práce

1. Vyplnená prihláška musí spĺňať formálne (formát, v ktorom je práca prihlásená), obsahové (údaje povinné pre prihlásenie práce viď článok V ods. 3) a vecné náležitosti (splnenie základných podmienok pre prihlásenie práce viď článok V ods. 2) podľa prihlasovacieho formulára, ktorý sa nachádza výlučne na web stránke www.hodnoteniereklamy.sk.
2. Ak vyhlasovateľ zistí, že niektorá z prihlášok neobsahuje potrebné náležitosti, vyzve prihlasovateľa o doplnenie potrebných údajov.
3. Vyhlasovateľ má právo zo súťaže vylúčiť prihlášku, ak:
 - a) Prihlasovateľ, ktorý bol vyzvaný uskutočniť zmenu v prihláške podľa náležitostí, ktoré určuje tento štatút a neurobil zmeny v určenej lehote
 - b) Práca nebola realizovaná v danom období (viď čl. V, ods. 2)
 - c) Autorstvo práce je na základe relevantných dôkazov spochybniteľné
 - d) Prihlasovateľ nespĺňa podmienky prihlásenia (viď čl. III)
4. Prihlášky, ktoré vyhlasovateľ nevylúči zo súťaže, sa stanú predmetom hodnotenia poroty (okrem tých, na ktoré vyhlasovateľ uplatnil právo pre-selektácie).
5. Vyhlasovateľ môže prihlášku vylúčiť aj po tom, ako mu bola prihláška vrátená prihlasovateľom na opätovné posúdenie.
6. Konečné výsledky hlasovania sú tajné, až do uverejnenia výsledkov vyhlasovateľom.
7. Ak sa počas hodnotenie prác porotou preukáže skutočnosť, že prihláška nespĺňa potrebné náležitosti, alebo ak dôjde k relevantnému spochybneniu autorstva či uverejnenia práce v minimálne jednom verejne dostupnom médiu (viď čl. V, ods. 2), alebo sa preukáže iné porušenie štatútu súťaže, porota vráti prihlášku na opätovné posúdenie. Vyhlasovateľ uskutoční verifikáciu náležitostí. Vyhlasovateľ má právo žiadať od prihlasovateľa potrebné preukázanie použitia práce v minimálne jednom verejne dostupnom médiu.
8. Všetky rozhodnutia poroty, výsledné posúdenie prác a priradenie bodov je konečné.

7. Hodnotenie prác porotou

1. Porota vykonáva hodnotenie prác podľa pokynov, ktorú sú opísané v čl. V, ods. 4 a 5. Hodnotenie poroty prebieha v jednom kole.
2. V prípade, že má porotca akýkoľvek autorský podiel (komerčný vzťah k prihlasovateľovi alebo tretej osobe, ktorá je majetkovo prepojená s prihlasovateľom) na prihlásenej práci, jeho hlas sa nezapočítava do aritmetického priemeru hlasov ostatných porotcov.
3. V prípade záverečného hodnotenia (po ukončení obdobia, na ktoré súťaž vznikla) porotcovia určia jednu prácu v každej kategórii, ktorá najpresnejšie spĺňa kritériá kategórie za dané obdobie (spravidla jeden rok) a označia túto prácu ako najlepšiu za dané obdobie v danej kategórii. Porotcovia majú právo neoznačiť žiadnu prácu v danej kategórii ako najlepšiu za dané obdobie, ak sa tak spoločným rozhodnutím a/alebo hlasovaním uznesú. Porota vyberá z

prác, ktoré dosiahli počas obdobia, na ktoré je súťaž založená, aritmetický priemer 5 a viac bodov (vrátane) od každej časti poroty. Túto selekciu vykonáva vyhlasovateľ.

8. Výhra v súťaži

1. Výhrou v súťaži je 30 bodov do Agentúry roka pre autorskú agentúru každej práce, ktorá bola v záverečnom Hodnotení vybratá ako najlepšia.
2. Záverečného Hodnotenia sa zúčastňuje fixná porota zložená z marketingových pracovníkov a kreatívnych riaditeľov. Pričom nie je vylúčené, že člen poroty, ktorý bol súčasťou „rotujúcej“ poroty, nemôže byť i členom fixnej poroty.
3. Do záverečného Hodnotenia majú šancu sa započítať iba tie práce (resp. body z tých prác), ktoré získali aritmetický priemer 5 a viac bodov od oboch častí poroty v súťaži Hodnotenie Stratégií počas obdobia, na ktoré vznikla.
4. Na to, aby získala práca 30 bodov a bola vyhlásená na najlepšiu prácu v danej kategórii, je nutný súhlas oboch častí poroty. V prípade, že sa časti poroty nezhodnú, v danej kategórii nebude vyhlásená najlepšia práca.
5. Práce, ktoré v Hodnotení Stratégií získali aritmetický priemer 5 a viac bodov, a nebolo im udelených 30, nezískajú žiadne body do súťaže Agentúra roka.
6. Každý mesiac sa vyhlasuje (po aritmetickom sčítaní bodov) Šampión hodnotenia, teda práca, ktorá získala najväčší počet bodov vôbec za dovtedajšie plynutie súťaže.
7. Každý mesiac sa vyhlasuje Agentúra mesiaca, teda agentúra/prihlasovateľ, ktorého práce získali najvyšší súčet priemerných bodov v danom mesiaci z oboch častí poroty. Do Agentúry mesiaca sa započítavajú len priemerné body prác na prvých troch miestach v každej kategórii, ktorá bola hodnotená v danom mesiaci.

9. Právo Vyhlasovateľa zmeniť štatút alebo odvolať súťaž

Právo vyhlasovateľa zmeniť štatút:

Vyhlasovateľ má právo zmeniť tento štatút, najmä v prípadoch, ak by vyhlasovateľ nemohol dosiahnuť cieľ špecifikovaný v článku I. štatútu, alebo by mu hrozila škoda.

Právo vyhlasovateľa odvolať súťaž:

Vyhlasovateľ má právo odvolať súťaž, najmä v prípadoch, ak by vyhlasovateľ v dôsledku ďalšieho pokračovania súťaže nemohol dosiahnuť cieľ špecifikovaný v článku I štatútu, alebo by mu hrozila škoda.

Spôsob zmeny štatútu alebo odvolania súťaže:

Na účinnú zmenu štatútu súťaže sa vyžaduje, aby vyhlasovateľ zverejnil tento údaj o zmene alebo odvolaní.

Tretia časť ZÁVEREČNÉ USTANOVENIA

VI. Záverečné ustanovenia

1. Tento štatút nadobúda účinnosť voči tretím osobám dňom verejného vyhlásenia súťaže, spravidla informovaním na stránke www.strategie.sk alebo v printovom magazíne Stratégie. Do tejto doby môže vyhlasovateľ jednostranne meniť, dopĺňať jednotlivé ustanovenia štatútu bez dodržania podmienok uvedených v článku čl. V, ods. 9 tohto štatútu.
2. Počas konania súťaže je zo strany vyhlasovateľa súťaže zabezpečená ochrana osobných údajov účastníkov súťaže, s výnimkou údajov, ktoré tvoria prihlasovací formulár.
3. Na výhru z tejto súťaže nie je právny nárok a nie je možné ju súdne vymáhať.
4. Osoby, ktoré sa zúčastnia súťaže, vyjadrujú svoj súhlas so znením štatútu.

5. V prípade rozporu ustanovení štatútu týkajúcich sa súťaže, nejasností týkajúcich sa výkladu tohto štatútu, vyhlasovateľ vysvetlí resp. má právo na jednostrannú opravu nejasnosti v štatúte.
6. V prípade akýchkoľvek sporov, ktoré vyplývajú z tejto súťaže, alebo ktoré vznikli v súvislosti s ňou, sa jednotliví účastníci a vyhlasovateľ zaväzujú, že ich budú prednostne riešiť vzájomnými rokovaniami a dohodou.
7. Každý má právo nahliadnuť do tohto štatútu. Štatút je k dispozícii na internetovej adrese www.strategie.sk.
8. Vyhlasovateľ súťaže si ponecháva právo úpravy štatútu, ako i pravidiel, a to i v čase, kedy súťaž prebieha.
9. Štatút súťaže Hodnotenie Stratégií schvaľuje, mení a dopĺňa vyhlasovateľ súťaže. Zároveň je vyhlasovateľ súťaže odborným garantom súťaže.

VII. Zrušovacie ustanovenia

Platnosť všetkých predošlých štatútov súťaže Hodnotenie Stratégií sa týmto rušia.

Schválené Stratégiami v Bratislave, dňa 30. 11. 2018.