

CAROB AWARDS 2026

4^ο Φεστιβάλ
Κυπριακής
Διαφήμισης

ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ

ΕΡΧΟΝΤΑΙ...
Βραβειμένους
από ΜΑΪΘΟ

Διοργανωτής:



Διοργανωτές

Ο Σύνδεσμος Διαφήμισης-Επικοινωνίας Κύπρου (ΣΔΕΚ) είναι ο επίσημος φορέας που εκπροσωπεί τον χώρο της διαφήμισης και της επικοινωνίας στην Κύπρο από το 1982 και αποτελεί ενεργό μέλος της European Association of Communications Agencies από το 1990.

Το 2019 διοργανώθηκαν για πρώτη φορά τα CAROB Awards, που αποτελούν σήμερα τη μεγαλύτερη εκδήλωση βραβείων διαφήμισης και επικοινωνίας στην Κύπρο.

Από το φθινόπωρο του 2022, ο ΣΔΕΚ είναι επίσημος εκπρόσωπος των Cannes Lions στην Κύπρο. Το Διεθνές Φεστιβάλ Δημιουργικότητας Cannes Lions είναι ο μεγαλύτερος και σημαντικότερος διεθνής διαγωνισμός για τον χώρο της διαφημιστικής επικοινωνίας. Από το 2023, ο ΣΔΕΚ διοργανώνει τα Young Lions Cyprus για να αναδείξει τις ομάδες που θα διαγωνιστούν στις Κάννες στα Young Lions Competitions.

Ο ΣΔΕΚ είναι επίσης ιδρυτικό μέλος του Φορέα Ελέγχου Διαφήμισης και της Επιτροπής Ελέγχου Έρευνας Τηλεθέασης.

Σκοπός

Ο ΣΔΕΚ διοργανώνει τα CAROB Awards με σκοπό:

- ο την ανάδειξη της δημιουργικότητας στη Διαφήμιση και την Επικοινωνία σε όλες τις εκφάνσεις της, ανεξαρτήτως μορφής ή Μέσου
- ο την ανάδειξη και αναγνώριση του ταλέντου και της σκληρής δουλειάς των στελεχών που εργάζονται στον χώρο της Διαφήμισης και της Επικοινωνίας στην Κύπρο, τα οποία καλούνται να δημιουργούν ολοένα και πιο δημιουργικές και αποτελεσματικές ενέργειες και εκστρατείες επικοινωνίας
- ο την καταγραφή του επιπέδου, της πορείας και της εξέλιξης της Διαφήμισης και της Επικοινωνίας στην Κύπρο, λειτουργώντας ως σημείο αναφοράς για τη δημιουργική βιομηχανία του τόπου
- ο τη δημιουργία ενός ιστορικού αρχείου για τη διαφήμιση στην Κύπρο σε μακροπρόθεσμη βάση
- ο την ενθάρρυνση από την πλευρά των διαφημιστών να δημιουργούν και να προτείνουν πιο καινοτόμες προτάσεις, ενώ από την πλευρά των διαφημιζομένων να αναζητούν, να εμπιστεύονται και να εγκρίνουν πιο τολμηρές και πρωτοποριακές ιδέες επικοινωνίας
- ο τη συμβολή στη διαμόρφωση μιας πιο σύγχρονης, δυναμικής και ελκυστικής εικόνας γύρω από το επάγγελμα της Διαφήμισης και της Επικοινωνίας, με στόχο την προσέλκυση νέων, ικανών και δημιουργικών στελεχών στον κλάδο

Γενικοί Όροι Συμμετοχής

1. Οι **υποβάλλοντες** πρέπει να πληρούν τις παρακάτω προϋποθέσεις:
 - ο Για τις Ενότητες AD, PR και Integration, συμμετοχές υποβάλλονται από **νομικά πρόσωπα** που είχαν την **ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων**.
 - ο Για την Ενότητα Production, συμμετοχές υποβάλλονται από **νομικά πρόσωπα** που είχαν την **ευθύνη για την υλοποίηση των έργων**.
 - ο Για τις Ενότητες Design & Illustration και Digital, συμμετοχές υποβάλλονται από **νομικά ή φυσικά πρόσωπα** που εδρεύουν στην Κύπρο, τα οποία είχαν την **ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων**.

Όλα τα νομικά πρόσωπα που συμμετέχουν στα Carob Awards πρέπει:

α) να **εδρεύουν στην Κύπρο**

β) να **εργοδοτούν στην Κύπρο τουλάχιστον τρία άτομα με πλήρη απασχόληση** (με εξαίρεση την Ενότητα Design & Illustration). Οι διοργανωτές δύνανται να ζητήσουν βεβαίωση από τις Κοινωνικές Ασφαλίσεις για την επιβεβαίωση της απασχόλησης.

2. Δικαίωμα συμμετοχής έχουν έργα που παρουσιάστηκαν για πρώτη φορά στην Κύπρο ή/και σε άλλες χώρες κατά το **διάστημα από 1.4.2024 έως και 31.3.2026**. Τα έργα θα πρέπει να υποβάλλονται **ακριβώς όπως έχουν δημοσιευθεί/προβληθεί στον αέρα** και όχι σε μεγαλύτερες, εμπλουτισμένες ή με οποιονδήποτε άλλο τρόπο διαφορετικές εκδοχές.
3. Τα έργα υποβάλλονται στα ελληνικά.
4. Η υποβολή των έργων θα ολοκληρωθεί στις **24 Ιουλίου 2026**.
5. Κάθε νομικό ή φυσικό πρόσωπο έχει δικαίωμα απεριόριστου αριθμού συμμετοχών ανά Ενότητα/Κατηγορία/Ομάδα.
6. Κάθε συμμετοχή μπορεί να υποβληθεί **μόνο από ένα** νομικό ή φυσικό (όπου επιτρέπεται) πρόσωπο. Σε περίπτωση που το ίδιο έργο υποβληθεί από περισσότερα από ένα νομικά ή φυσικά πρόσωπα, η διοργάνωση διατηρεί το δικαίωμα να κρίνει ποια συμμετοχή θα αποδεχθεί.
7. Σε περίπτωση που το έργο έχει εκπονηθεί στο πλαίσιο συνεργασίας μιας ομάδας νομικών ή/και φυσικών προσώπων που εδρεύουν στην Κύπρο και τα οποία είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της **ιδέας** του έργου, η εταιρεία που υποβάλλει το έργο οφείλει να δηλώσει ποιοι συνεργάστηκαν για το έργο αυτό, ποιο μέρος του έργου υλοποίησε ο κάθε συνεργαζόμενος ή/και το ποσοστό συμμετοχής (%) της κάθε εταιρείας/συνεργάτη στη δημιουργία αυτού του έργου. Αν δεν υπάρχει η δήλωση αυτή, το έργο δεν μπορεί να συμμετάσχει στα βραβεία.
8. Οι συμμετέχοντες δηλώνουν ότι τα έργα που έχουν καταθέσει στα CAROB Awards υποβάλλονται νόμιμα και σύμφωνα με τους όρους του Κανονισμού αυτού.
9. Κάθε συμμετέχων φέρει την αποκλειστική και πλήρη ευθύνη έναντι της διοργάνωσης αλλά και κάθε τρίτου για τις συμμετοχές που υποβάλλει και για την ακρίβεια των στοιχείων που δηλώνει, και θα πρέπει να είναι σε θέση να τα αιτιολογήσει σε περίπτωση που αυτό ζητηθεί από τους διοργανωτές.

10. Κάθε συμμετέχων δηλώνει ότι θα συνδράμει τους διοργανωτές σε ενδεχόμενη δικαστική ή άλλη διένεξη και αναλαμβάνει να τους καλύψει πλήρως για αποζημιώσεις ή πρόστιμα τα οποία θα υποχρεωθούν να καταβάλουν σε τρίτους, λόγω παράβασης των όρων του Κανονισμού, προσβολής πνευματικών και συγγενικών δικαιωμάτων τρίτων, παραβάσεων της νομοθεσίας, κ.α.
11. Οι βραβευμένοι έχουν τη δυνατότητα να προβάλλουν το βραβείο που τους απονεμήθηκε. Δεν μπορούν, όμως, να κάνουν εμπορική χρήση της διάκρισης ούτε να κάνουν οποιαδήποτε χρήση που να θίγει το κύρος του διαγωνισμού.
12. Στο πλαίσιο της προώθησης των στόχων της διοργάνωσης, επιτρέπεται στον ΣΔΕΚ ή σε οποιαδήποτε άλλη εταιρεία ή φορέα τον οποίο θα εξουσιοδοτήσει ο ΣΔΕΚ η άνευ ανταλλάγματος προς τους συμμετέχοντες προβολή των έργων με οποιοδήποτε μέσο, ακόμα και έναντι ανταλλάγματος για τον ΣΔΕΚ από τους τρίτους που θα την αναλάβουν ή το κοινό, ιδίως δε η μετάδοση ή αναμετάδοσή τους στο κοινό με οποιοδήποτε μέσο, στην Κύπρο και το εξωτερικό, η δημοσίευσή τους στο site της διοργάνωσης και γενικότερα στο online περιβάλλον, στον ημερήσιο ή/και περιοδικό Τύπο, η προβολή τους στην τηλεόραση και τον κινηματογράφο, η πραγματοποίηση εκδόσεων, συλλογών και η διάθεσή αυτών στο κοινό, κ.α. Το ως άνω δικαίωμα προβολής του ΣΔΕΚ είναι απεριόριστης χρονικής διάρκειας.
13. Με εξαίρεση την Κατηγορία Αυτοδιαφήμιση, όλα τα υλικά που υποβάλλονται ώστε να τεθούν υπόψη της Επιτροπής Αξιολόγησης **δεν** πρέπει να περιλαμβάνουν αναφορά στις εταιρείες ή τα πρόσωπα που δημιούργησαν την επικοινωνία.
14. Όλες οι συμμετοχές που υποβάλλονται –με εξαίρεση συμμετοχές στην Κατηγορία Αυτοδιαφήμιση και συμμετοχές που αφορούν Μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς– πρέπει να έχουν δημιουργηθεί στο πλαίσιο συνεργασίας επ' αμοιβή με μια (ή περισσότερες) διαφημιζόμενη επιχείρηση/οργανισμό. Σε περίπτωση που υπάρξει αμφισβήτηση, θα πρέπει να επιβεβαιωθεί ότι το κόστος των ΜΜΕ και των υλικών παραγωγής έχουν καταβληθεί από τη διαφημιζόμενη επιχείρηση/οργανισμό ή αποτελούν μέρος μιας ευρύτερης συμβατικής σχέσης. Σε περίπτωση συμμετοχών που αφορούν ΜΚΟ, η ΜΚΟ θα πρέπει να έχει εγκρίνει τα δημιουργικά υλικά, καθώς και τα πλάνα προβολής τους.
15. Αποκλείονται έργα των οποίων η δημοσιοποίηση έχει απαγορευθεί από οποιονδήποτε κρατικό φορέα ή αρχή. Αποκλείονται επίσης έργα τα οποία:
 - ο έχουν ελεγχθεί πριν και κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης από Πρωτοβάθμια ή/και Δευτεροβάθμια Επιτροπή του Φορέα Ελέγχου Διαφήμισης και δεν έχουν τροποποιηθεί σύμφωνα με τις σχετικές αποφάσεις,
 - ο κατόπιν παραπόνου που υποβλήθηκε στον ΦΕΔ, αποσύρθηκαν οικειοθελώς από τον εγκαλούμενο, ο οποίος δεσμεύτηκε ότι δεν θα τα ξαναχρησιμοποιήσει/ξαναπροβάλει ή ότι το πρόγραμμα προβολής τους ολοκληρώθηκε και, ως εκ τούτου, ο ΦΕΔ δεν εξέτασε την αίτηση ελέγχου.Σε κάθε περίπτωση, η συμμετοχή ακυρώνεται και παρακρατείται το τέλος συμμετοχής.
16. Μετά την ολοκλήρωση της υποβολής συμμετοχών (συμπεριλαμβανομένης οποιασδήποτε παράτασης), τα έργα αποσύρονται μόνο με τη σύμφωνη γνώμη της διοργάνωσης και με παρακράτηση του τέλους συμμετοχής. Η αίτηση απόσυρσης πρέπει να γίνεται γραπτώς.

17. Μετά την ολοκλήρωση της υποβολής συμμετοχών (συμπεριλαμβανομένης οποιασδήποτε παράτασης), σε οποιαδήποτε ακύρωση συμμετοχής για λόγους μη τήρησης των όρων του παρόντος Κανονισμού το τέλος συμμετοχής παρακρατείται και δεν επιστρέφεται. Κανένα έργο δεν θα αξιολογηθεί από την Κριτική Επιτροπή αν δεν έχει καταβληθεί το τέλος συμμετοχής.
18. Πριν από την αξιολόγησή τους, τα έργα εξετάζονται από την **Επιτροπή Ελέγχου Συμμετοχών**. Η Επιτροπή έχει την ευθύνη για τον έλεγχο των συμμετοχών ως προς τη συμμόρφωσή τους με τους όρους του Κανονισμού. Μεταξύ άλλων, η Επιτροπή ελέγχει ότι:
 - α) Τηρούνται οι πρόνοιες του Κανονισμού.
 - β) Τα έργα έχουν υποβληθεί στη σωστή ομάδα. Σε περίπτωση που κρίνει ότι κάποιο έργο δεν υποβλήθηκε στη σωστή ομάδα, έχει δικαίωμα να το μετατάξει. Στο πλαίσιο αυτό, έχει επίσης δικαίωμα να συγχωνεύσει ή/και να δημιουργήσει νέες ομάδες με στόχο τη βέλτιστη παρουσίαση των έργων. Σε περίπτωση συγχωνεύσεων, η Επιτροπή διατηρεί το δικαίωμα να μεταφέρει κάποιες από τις συμμετοχές σε μια κατηγορία και τις υπόλοιπες σε κάποια άλλη, ανάλογα με τη φύση των συμμετοχών. Οι συμμετέχοντες ενημερώνονται για τις αποφάσεις αυτές.
 - γ) Δεν εκκρεμούν αποφάσεις της Πρωτοβάθμιας ή Δευτεροβάθμιας Επιτροπής Ελέγχου Επικοινωνίας του Φορέα Ελέγχου Διαφήμισης, δεν έχει υποβληθεί υλικό το οποίο οι υποβάλλοντες έχουν δεσμευτεί ενώπιον του ΦΕΔ ότι δεν θα ξαναχρησιμοποιήσουν, δεν υπάρχουν οποιουδήποτε άλλου είδους δικαστικές εκκρεμότητες και ότι έχει υποβληθεί το τροποποιημένο υλικό σε περίπτωση που έχει εκδοθεί σχετική απόφαση του ΦΕΔ ή άλλου αρμόδιου φορέα/αρχής.
 - δ) Δεν αμφισβητείται η αυθεντικότητα ενός έργου – σε τέτοια περίπτωση, η Επιτροπή μπορεί να ζητήσει το πρόγραμμα προβολής του από τα ΜΜΕ, γραπτή επιβεβαίωση από τον πελάτη ή/και οποιαδήποτε άλλη πληροφορία κρίνει απαραίτητη.
19. Μετά την ολοκλήρωση του Ελέγχου των Συμμετοχών, όλες οι συμμετοχές, όπως αυτές έχουν οριστικοποιηθεί, δημοσιεύονται στο site της διοργάνωσης www.carobawards.com.cy.
20. Τα μέλη της Οργανωτικής Επιτροπής και όλων των Επιτροπών των CAROB Awards, καθώς και όλοι όσοι συμμετέχουν στην οργάνωση των βραβείων, υποχρεούνται να τηρούν απόλυτη εχεμύθεια για όσα υποπίπτουν στην αντίληψή τους κατά τη διάρκεια της άσκησης των καθηκόντων τους. Ειδικότερα, οφείλουν να τηρούν το απόρρητο σχετικά με τη διαδικασία ελέγχου των έργων, την αξιολόγηση και βαθμολόγησή τους, τη συζήτηση τυχόν ενστάσεων, καθώς και την ανακήρυξη των βραβείων μέχρι την επίσημη ανακοίνωσή τους. Ο ΣΔΕΚ και η Οργανωτική Επιτροπή σέβονται τη διαδικασία και τις αποφάσεις των Επιτροπών Αξιολόγησης και δεν παρεμβαίνουν στο έργο τους, παρά μόνο αν προκύψει ζήτημα το οποίο, κατά την κρίση τους, θέτει υπό αμφισβήτηση το κύρος ή τη στρατηγική του θεσμού.
21. Οι συμμετέχοντες αποδέχονται ανεπιφύλακτα όλους τους όρους και τις διατάξεις του Κανονισμού, δεσμεύονται απόλυτα από τις κρίσεις των Επιτροπών και των διοργανωτών και δεν έχουν κανένα δικαίωμα αμφισβήτησής τους.
22. Οι αποφάσεις των διοργανωτών και των Επιτροπών που συστήνονται στο πλαίσιο της διοργάνωσης είναι δεσμευτικές για όλους.

Επιτροπές

ο Επιτροπή Ελέγχου Συμμετοχών

Η Επιτροπή Ελέγχου Συμμετοχών, η οποία έχει την ευθύνη του συνόλου των συμμετοχών, αποτελείται από 12 μέλη, εκ των οποίων τα 7 προέρχονται από διαφημιστικές/εταιρείες επικοινωνίας. Η απαρτία ορίζεται στα 9 μέλη.

ο Κριτική Επιτροπή

Οι 6 Κριτικές Επιτροπές αποτελούνται η καθεμία από **25 μέλη**. Τα μέλη της κάθε Επιτροπής εντάσσονται στις εξής κατηγορίες:

Διαφημιστικές/Εταιρείες επικοινωνίας	Διαφημιζόμενοι	Εκπρόσωποι ΜΜΕ	Άλλο
12	5	4	4

Στις Ενότητες Ad, Digital και Integration, η **απαρτία** ορίζεται στα **12 μέλη**, υπό την προϋπόθεση ότι εκπροσωπούνται τουλάχιστον 2 από τις παραπάνω κατηγορίες και τα μέλη από εταιρείες επικοινωνίας είναι τουλάχιστον 6.

Στην Ενότητα Design & Illustration, η **απαρτία** ορίζεται στα **12 μέλη**, υπό την προϋπόθεση ότι εκπροσωπούνται τουλάχιστον 2 από τις παραπάνω κατηγορίες και τα φυσικά πρόσωπα-μέλη της **Ένωσης Γραφιστών και Εικονογράφων Κύπρου** ή/και μέλη από εταιρείες επικοινωνίας είναι τουλάχιστον 6.

Στην Ενότητα Production, η **απαρτία** ορίζεται στα **12 μέλη**, υπό την προϋπόθεση ότι εκπροσωπούνται τουλάχιστον 2 από τις παραπάνω κατηγορίες και τα μέλη του **Συνδέσμου Εταιρειών Παραγωγής Διαφημιστικών Ταινιών** ή/και μέλη από εταιρείες επικοινωνίας είναι τουλάχιστον 6.

Στην Ενότητα PR η **απαρτία** ορίζεται στα **10 μέλη**, υπό την προϋπόθεση ότι εκπροσωπούνται τουλάχιστον 2 από τις παραπάνω κατηγορίες και τα μέλη από εταιρείες επικοινωνίας είναι τουλάχιστον 5.

Στις Επιτροπές επιτρέπονται διαφοροποιήσεις μελών ανά Ενότητα, κατά την κρίση των διοργανωτών.

ο Επιτροπή Ενστάσεων

Σε περίπτωση παραπόνου για κάποια συμμετοχή ή/και σε περίπτωση που τεθεί θέμα εγκυρότητας για κάποιο βραβευμένο έργο, οι διοργανωτές συστήνουν Επιτροπή που αποτελείται από τουλάχιστον 5 μέλη – και με μέγιστο αριθμό τα 7–, για να διερευνήσει το θέμα. Στο πλαίσιο αυτό, η Επιτροπή έχει το δικαίωμα να ζητήσει πληροφορίες από όλους τους εμπλεκόμενους, συμπεριλαμβανομένου του παραπονούμενου, του υποβάλλοντος τη συμμετοχή και του διαφημιζόμενου πελάτη, ή/και να διοργανώσει συνεδρίαση για να συζητήσει το θέμα και να ακούσει τις απόψεις όλων των πλευρών. Σε περίπτωση που το παράπονο αποδειχθεί βάσιμο, η Επιτροπή αποφασίζει κατά πόσο θα προβεί σε ακύρωση συμμετοχής ή βραβείου, ή/και αν το εν λόγω βραβείο θα απονεμηθεί σε άλλη συμμετοχή. Η απόφαση της Επιτροπής σε όλα τα παραπάνω είναι οριστική και ανέκκλητη.

Τα μέλη όλων των Επιτροπών δεν βαθμολογούν ούτε και λαμβάνουν μέρος σε οποιαδήποτε ψηφοφορία αφορά:

- Συμμετοχές που έχουν υποβληθεί από την εταιρεία στην οποία εργάζονται.
- Συμμετοχές που έχουν υποβληθεί από εταιρείες που συμμετέχουν στον ίδιο όμιλο εταιρειών με αυτές.
- Συμμετοχές με τις οποίες έχουν ή είχαν οι ίδιοι ως άτομα οποιαδήποτε συμμετοχή/σχέση.
- Επίσης, οι διαφημιζόμενοι δεν βαθμολογούν ούτε και λαμβάνουν μέρος σε οποιαδήποτε ψηφοφορία αφορά έργα της επιχείρησης στην οποία εργάζονται, αλλά ούτε και άλλες συμμετοχές για προϊόντα/υπηρεσίες ή/και τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιούνται.
- Τα μέλη των Επιτροπών μπορούν επίσης να αυτοεξαιρευθούν από την ψηφοφορία/αξιολόγηση κάποιας άλλης συμμετοχής, υπό την προϋπόθεση ότι θα δηλώσουν εκ των προτέρων την επιλογή τους για εξαίρεση στους διοργανωτές.

Τα μέλη όλων των Επιτροπών οφείλουν να **τηρούν το απόρρητο** σχετικά με τη διαδικασία ελέγχου και αξιολόγησης των έργων, τη βαθμολόγησή τους, τη συζήτηση τυχόν ενστάσεων, καθώς και την ανακήρυξη των βραβείων μέχρι την επίσημη ανακοίνωσή τους.

Αξιολόγηση & Βραβεία

Τα βραβεία –Gold, Silver και Bronze– αναδεικνύονται μετά από βαθμολογία της Κριτικής Επιτροπής.

Για να κριθεί αυτοτελώς μια ομάδα, πρέπει να αποτελείται από τουλάχιστον 5 συμμετοχές. Σε αντίθετη περίπτωση, η Επιτροπή Ελέγχου της Ενότητας διατηρεί το δικαίωμα, μετά την υποβολή συμμετοχών, να συγχωνεύσει ή/και να δημιουργήσει νέες ομάδες.

Τα βραβεία αναδεικνύονται σε μία φάση αξιολόγησης.

Για τη βαθμολόγηση χρησιμοποιείται η κλίμακα 1-10. Της βαθμολογίας προηγείται ενημέρωση των μελών για το πλαίσιο και τα κριτήρια της αξιολόγησης.

Το κάθε μέλος της Επιτροπής δίνει τον βαθμό που επιθυμεί, χωρίς ο βαθμός να γνωστοποιείται στους άλλους κριτές κατά τη διάρκεια της διαδικασίας.

Σε περίπτωση όπου οι κριτές δίνουν έναν μόνο βαθμό, η τελική βαθμολογία κάθε έργου προκύπτει ως εξής:

- Από τους βαθμούς των κριτών, εξαιρείται ο μεγαλύτερος και ο μικρότερος βαθμός. Π.χ., αν έχουμε μία σειρά 15 βαθμών ως εξής: 7, 7, 6, 6, 5, 7, 7, 5, 6, 3, 7, 8, 8, 7, 4, θα εξαιρεθεί μία φορά μόνο το 8 και το 3.
- Αθροίζονται οι βαθμοί των κριτών των οποίων η βαθμολογία τελικά προσμετρήθηκε, και το αποτέλεσμα διαιρείται διά του αριθμού των κριτών αυτών (στο παράδειγμα, διά 13).

Σε περίπτωση όπου οι κριτές δίνουν βαθμό σε περισσότερα από ένα κριτήρια αξιολόγησης, η τελική βαθμολογία κάθε έργου προκύπτει ως εξής:

- Πρώτα υπολογίζεται ο βαθμός κάθε κριτή με τον παρακάτω τρόπο:

- βαθμός σε κριτήριο A x συντελεστής βαρύτητας κριτηρίου + βαθμός σε κριτήριο B x συντελεστής βαρύτητας κριτηρίου = βαθμός κριτή.
- Από τους βαθμούς των κριτών, εξαιρείται ο μεγαλύτερος και ο μικρότερος βαθμός. Π.χ., αν έχουμε μια σειρά 15 βαθμών ως εξής: 7, 7, 6, 6, 5, 7, 7, 5, 6, 3, 7, 8, 8, 7, 4, θα εξαιρεθεί μία φορά μόνο το 8 και το 3.
- Αθροίζονται οι βαθμοί των κριτών των οποίων η βαθμολογία τελικά προσμετρήθηκε, και το αποτέλεσμα διαιρείται διά του αριθμού των κριτών αυτών (στο παράδειγμα, διά 13).

Η τελική βαθμολογία κάθε υποψηφιοτήτας είναι ο μέσος όρος των βαθμολογιών των κριτών των οποίων η βαθμολογία τελικά προσμετρήθηκε.

Μετά την ολοκλήρωση της απονομής, είναι στη διακριτική ευχέρεια των διοργανωτών να αποφασίσουν αν θα αποδεχθούν αίτημα για να δοθούν βαθμολογίες των έργων (χωρίς αναφορά στα ονόματα των κριτών) σε έχοντες εύλογο ενδιαφέρον.

Σε κάθε Κατηγορία/Ομάδα μπορούν να δοθούν **μέχρι 3 βραβεία**, αν πληρούνται οι παρακάτω προϋποθέσεις:

- Δεν δίνεται βραβείο αν η βαθμολογία του έργου δεν είναι κατ' ελάχιστο 6.
- Για να δοθεί Gold βραβείο, πρέπει η βαθμολογία του έργου να είναι τουλάχιστον 7,5.

Σε περίπτωση απόλυτης ισοψηφίας, μπορεί να δοθεί το ίδιο βραβείο σε δύο ή περισσότερες συμμετοχές.

Η επίτευξη του βαθμολογικού ορίου δεν σημαίνει ότι ένα έργο θα βραβευτεί με το βραβείο αυτό. Π.χ. ένα έργο μπορεί να έχει μέσο όρο βαθμολογίας 7,6 και να πάρει Bronze βραβείο γιατί στην κατηγορία του άλλα δύο έργα έχουν λάβει υψηλότερους βαθμούς και θα βραβευτούν με Silver και Gold.

Τα βραβεία απονέμονται στο όνομα του νομικού ή φυσικού προσώπου που υπέβαλε νομίμως τη δήλωση συμμετοχής για το βραβευμένο έργο.

Τρόπος Υποβολής Έργων

Η υποβολή συμμετοχών στα CAROB Awards γίνεται μέσα από το site www.carobawards.com.cy.

Βήμα 1	Ο υποβάλλων τη συμμετοχή –νομικό ή φυσικό πρόσωπο– δημιουργεί το προφίλ του online.	Site: www.carobawards.com.cy
Βήμα 2	Κάθε συμμετοχή υποβάλλεται ξεχωριστά στην Ενότητα/Κατηγορία/Ομάδα στην οποία ανήκει. Για κάθε συμμετοχή υποβάλλονται πληροφοριακά στοιχεία, αναφορά στους συντελεστές και δημιουργικά υλικά. Κάθε συμμετοχή λαμβάνει από το website έναν μοναδικό κωδικό .	Site: www.carobawards.com.cy
Βήμα 3	Με την ολοκλήρωση της διαδικασίας υποβολής συμμετοχών, οι διοργανωτές επικοινωνούν με τους συμμετέχοντες για την εξόφληση του τέλους υποβολής.	Τα τέλη συμμετοχής εξοφλούνται με επιταγή ημέρας ή κατατίθενται σε τραπεζικό λογαριασμό που θα υποδειχθεί στους συμμετέχοντες. Η κατάθεση θα πρέπει να αναγράφει την επωνυμία της εταιρείας/φυσικού προσώπου όπου θα εκδοθεί το αντίστοιχο τιμολόγιο, καθώς και τον αριθμό τιμολογίου.

Επικοινωνία σχετικά με την υποβολή συμμετοχών:

Σάββια Ιακώβου

savvia.iakovou@imhbusiness.com

τηλ. 22505548

Τέλη Συμμετοχής

**Κόστος συμμετοχής
(€, προ ΦΠΑ)**

AD

Τηλεόραση	180
Κόστος συμμετοχής σε Κατηγορίες Ραδιόφωνο, Online Ad, Τύπος, Υπαίθρια Διαφήμιση	120

DESIGN & ILLUSTRATION

Κόστος συμμετοχής	120
-------------------	-----

DIGITAL

Κόστος συμμετοχής	120
-------------------	-----

PR

Κόστος συμμετοχής	180
-------------------	-----

PRODUCTION

Κόστος συμμετοχής για τηλεοπτικά σποτ	180
Κόστος συμμετοχής για online video	120

INTEGRATION

Κόστος συμμετοχής	420
-------------------	-----

Εκπτώσεις – Μόνο για μέλη ΣΔΕΚ, ΕΓΕΚ, CFPC

Το κόστος για την πρώτη και τη δεύτερη συμμετοχή είναι 60€ η μία (χωρίς ΦΠΑ). Η έκπτωση ισχύει ανά υποβάλλουσα εταιρεία/φυσικό πρόσωπο, ανεξάρτητα από τον αριθμό των Ενοτήτων στις οποίες συμμετέχει. Από την παραπάνω έκπτωση **εξαιρούνται** οι συμμετοχές της Ενότητας **Integration**.

Επιπρόσθετα:

Από 6 έως 15 συμμετοχές, παρέχεται έκπτωση 20%.

Από 16 έως 29 συμμετοχές, παρέχεται έκπτωση 25%.

Από 30 συμμετοχές και πάνω, παρέχεται έκπτωση 30%.

ΕΝΟΤΗΤΑ AD

Υποβολή συμμετοχών μόνο από νομικά πρόσωπα που εδρεύουν στην Κύπρο, εργοδοτούν στην Κύπρο τουλάχιστον 3 άτομα με πλήρη απασχόληση και τα οποία είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων. Οι διοργανωτές δύνανται να ζητήσουν βεβαίωση από τις Κοινωνικές Ασφαλίσεις για την επιβεβαίωση της απασχόλησης.

Με εξαίρεση την ομάδα Σειρές, η ίδια συμμετοχή μπορεί να υποβληθεί σε **μία μόνο κατηγορία**.

Για να κριθεί αυτοτελώς, μια ομάδα θα πρέπει να έχει τουλάχιστον 5 συμμετοχές.

Κριτήρια Αξιολόγησης:

- Concept/Δημιουργικότητα/Διαφορετικότητα (βαρύτητα 70%)
- Ποιότητα εκτέλεσης [επιπρόσθετα για τις Σειρές έργων: Συνέπεια/Συνέχεια] (βαρύτητα 30%)

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

Όλες οι συμμετοχές με διάρκεια 60 δευτερόλεπτα και πάνω θα πρέπει να επιβεβαιωθεί ότι μεταδόθηκαν από τηλεοπτικό σταθμό, με βεβαίωση από τον σταθμό και αποστολή του σχετικού media plan με τουλάχιστον 5 ξεχωριστές μεταδόσεις, εκ των οποίων μία από 13:00 μέχρι 22:00. Τα έργα θα πρέπει να υποβάλλονται ακριβώς όπως έχουν μεταδοθεί από τους τηλεοπτικούς σταθμούς και όχι σε μεγαλύτερες, εμπλουτισμένες ή με οποιονδήποτε άλλο τρόπο διαφορετικές εκδοχές.

Ομάδες:

1. Τρόφιμα & Ποτά/Σχετικά Καταστήματα

Όλων των ειδών τα τρόφιμα και ποτά (αλκοολούχα ή μη), υπεραγορές, εστιατόρια ταχείας εστίασης, καφετέριες.

2. Άλλα Αναλώσιμα Προϊόντα/Σχετικά Καταστήματα & Υπηρεσίες

Καλλυντικά, είδη προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, υπηρεσίες προσωπικής φροντίδας και ομορφιάς, βιταμινούχα σκευάσματα, αναλγητικά, άλλα προϊόντα φαρμακείου, προφυλακτικά, εντομοαπωθητικά, καθαριστικά, απορρυπαντικά, τροφές ζώων, αναλώσιμα είδη γραφείου, κ.α.

3. Τραπεζικά/Ασφαλιστικά και Χρηματοοικονομικά Προϊόντα/Υπηρεσίες

Τραπεζικά προϊόντα ή υπηρεσίες, ασφαλιστικά προϊόντα ή υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, επενδύσεις, ακίνητα, leasing, δάνεια, επενδυτικά προϊόντα, ασφάλειες ζωής, ασφάλειες αυτοκινήτου.

4. Τηλεπικοινωνίες/Είδη Τεχνολογίας/Προϊόντα-Υπηρεσίες & Σχετικά Καταστήματα

Πάροχοι, προϊόντα και υπηρεσίες double/triple/quadruple play, τηλεφωνικοί κατάλογοι.

5. Προβολή Ενεργειών ΕΚΕ/Χορηγίες/Εκπαίδευση/Πολιτισμός/Αθλητισμός/Κοινωνικά Μηνύματα

Προβολή ενεργειών ΕΚΕ, αθλητικές/πολιτισμικές εκδηλώσεις και χορηγίες τους, χορηγίες αθλητών, συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, εκπαιδευτικά ιδρύματα κάθε βαθμίδας, προγράμματα σπουδών, φροντιστήρια, εκπαιδευτικά βοηθήματα, κοινωνικά μηνύματα από επιχειρήσεις ή μη κερδοσκοπικούς φορείς.

6. Εταιρική Επικοινωνία/Δημόσιο

Μη προϊόντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας, μηνύματα από φορείς που ανήκουν στον ευρύτερο δημόσιο τομέα.

7. Διαρκή Αγαθά & Υπηρεσίες/Ενέργεια/Συγκοινωνίες/Σχετικά Καταστήματα & Υπηρεσίες

Λευκές συσκευές, μαύρες συσκευές, έπιπλα σπιτιού και γραφείου, δομικά υλικά, εξοπλισμός γραφείου, εργαλεία, συστήματα ασφαλείας, ρούχα, υποδήματα, αυτοκίνητα, δίκτροχα, σκάφη, αντιπροσωπείες, πρατήρια καυσίμων, εταιρείες ενέργειας, πετρελαιοειδών, κ.α.

8. Τυχερά Παιχνίδια/Τουρισμός/Αναψυχή/ΜΜΕ/Άλλα

Ταξίδια, προορισμοί, πρακτορεία, αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία, παιχνίδια για παιδιά ή ενήλικες, ηλεκτρονικά παιχνίδια, τυχερά παιχνίδια, λαχεία, κέντρα ψυχαγωγίας, χώροι αναψυχής, catering, θεματικά πάρκα, ταινίες, κινηματογράφοι, θέατρα, μουσεία, online και offline ΜΜΕ, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί και προγράμματα, κ.α.

9. Προσαρμογή/Εξέλιξη Διεθνούς Concept

Τηλεοπτικά σποτ που προσαρμόζουν ή εξελίσσουν ένα διεθνές concept. Ως «διεθνές concept» ορίζεται η κυρίαρχη δημιουργική ιδέα που χρησιμοποιεί μια μάρκα σε περισσότερες από μία χώρες και η οποία έχει αποτελέσει τον κορμό μιας νέας υλοποίησης/προσαρμογής/εξέλιξης της στην Κύπρο. Ο υποβάλλων θα πρέπει απαραίτητα να αναφερθεί στο διεθνές concept/εκστρατεία και στα δεδομένα στα οποία στηρίχθηκε για τη δημιουργία της τοπικής εκδοχής.

10. Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)

Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας. Κάθε έργο της σειράς πρέπει να έχει παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών που ορίζεται στον Κανονισμό. **Υποβάλλονται κατά μέγιστο 5 έργα.**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

1. Αναλώσιμα Προϊόντα και Διαρκή Αγαθά

Ποτά αλκοολούχα και μη, γλυκίσματα, σνακ, παγωτά, γάλατα, γιαούρτια, ροφήματα, καφέδες, κάθε μορφής τρόφιμα, καλλυντικά, είδη προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, βιταμινούχα σκευάσματα, αναλγητικά, προφυλακτικά, εντομοαπωθητικά, καθαριστικά, απορρυπαντικά, τροφές ζώων, αναλώσιμα είδη γραφείου, βενζίνες, λιπαντικά, ελαστικά και σχετικά προϊόντα, λευκές συσκευές, μαύρες συσκευές, έπιπλα σπιτιού και γραφείου, κλιματιστικά, θερμαντικά, δομικά υλικά, εξοπλισμός

γραφείου, εργαλεία, συστήματα ασφαλείας, ρούχα, υποδήματα, λευκά είδη, αυτοκίνητα, δίτροχα, σκάφη, κ.α.

2. Τηλεπικοινωνίες/Είδη Τεχνολογίας/Χρηματοοικονομικά/Υπηρεσίες/Σχετικά Καταστήματα

Τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι, προϊόντα και υπηρεσίες double/triple/quadruple play, τηλεφωνικοί κατάλογοι, τραπεζικά προϊόντα ή υπηρεσίες, ασφαλιστικά προϊόντα ή υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, επενδύσεις, ακίνητα, leasing, δάνεια, επενδυτικά προϊόντα, ασφάλειες ζωής, ασφάλειες αυτοκινήτου, υπηρεσίες επαγγελματιών, εταιρείες διανομών και μεταφορών, εταιρείες ασφαλείας, αεροδρόμια, εταιρείες πετρελαιοειδών, υπηρεσίες οδικής βοήθειας, leasing, λαχεία, τυχερά παιχνίδια, ταξίδια, κ.α.

3. Εταιρική Επικοινωνία/Προβολή Ενεργειών ΕΚΕ/Πολιτισμός/Αθλητισμός/Κοινωνικά Μηνύματα/Εκπαίδευση/ΜΜΕ/Δημόσιο

Μη προϊόντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας, προβολή ενεργειών ΕΚΕ, χορηγίες εκδηλώσεων, χορηγίες πολιτισμικών γεγονότων, πολιτισμικές εκδηλώσεις, συγχωνεύσεις εταιρειών, χορηγίες αθλητικών γεγονότων και αθλητών, αθλητικές εκδηλώσεις και συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, κοινωνικά μηνύματα από επιχειρήσεις, δημόσιο ή μη κερδοσκοπικούς φορείς, εκπαιδευτικά ιδρύματα κάθε βαθμίδας, προγράμματα σπουδών, φροντιστήρια, εκπαιδευτικά βοηθήματα, online και offline ΜΜΕ, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, συγκοινωνίες, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, πολιτικά κόμματα, κ.α.

4. Προσαρμογή/Εξέλιξη Διεθνούς Concept

Έργα που προσαρμόζουν ή εξελίσσουν ένα διεθνές concept. Ως «διεθνές concept» ορίζεται η κυρίαρχη δημιουργική ιδέα που χρησιμοποιεί μια μάρκα σε περισσότερες από μία χώρες και η οποία έχει αποτελέσει τον κορμό μιας νέας υλοποίησης/προσαρμογής/εξέλιξης της στην Κύπρο. Ο υποβάλλων θα πρέπει απαραίτητα να αναφερθεί στο διεθνές concept/εκστρατεία και στα δεδομένα στα οποία στηρίχθηκε για τη δημιουργία της τοπικής εκδοχής.

5. Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)

Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας. Κάθε έργο της σειράς πρέπει να έχει παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών που ορίζεται στον Κανονισμό. **Υποβάλλονται κατά μέγιστο 5 έργα.**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ONLINE AD

Περιλαμβάνει διαφημιστικές ταινίες που δημιουργήθηκαν και έτρεξαν αποκλειστικά online (συμπεριλαμβανομένων διαφημίσεων pre-rolls). Δεν περιλαμβάνει οποιοδήποτε content ad (π.χ. influencer videos).

1. Αναλώσιμα Προϊόντα και Διαρκή Αγαθά

Ποτά αλκοολούχα και μη, γλυκίσματα, σνακ, παγωτά, γάλατα, γιαούρτια, ροφήματα, καφέδες, κάθε μορφής τρόφιμα, καλλυντικά, είδη προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, βιταμινούχα σκευάσματα, αναλγητικά, προφυλακτικά, εντομοαπωθητικά, καθαριστικά, απορρυπαντικά, τροφές ζώων, αναλώσιμα είδη γραφείου, βενζίνες, λιπαντικά, ελαστικά και σχετικά προϊόντα, λευκές συσκευές,

μαύρες συσκευές, έπιπλα σπιτιού και γραφείου, κλιματιστικά, θερμαντικά, δομικά υλικά, εξοπλισμός γραφείου, εργαλεία, συστήματα ασφαλείας, ρούχα, υποδήματα, λευκά είδη, αυτοκίνητα, δίτροχα, σκάφη, κ.α.

2. Τηλεπικοινωνίες/ Είδη Τεχνολογίας/ Χρηματοοικονομικά/ Υπηρεσίες/ Σχετικά Καταστήματα

Τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι, προϊόντα και υπηρεσίες double/triple/quadruple play, τηλεφωνικοί κατάλογοι, τραπεζικά προϊόντα ή υπηρεσίες, ασφαλιστικά προϊόντα ή υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, επενδύσεις, ακίνητα, leasing, δάνεια, επενδυτικά προϊόντα, ασφάλειες ζωής, ασφάλειες αυτοκινήτου, υπηρεσίες επαγγελματιών, εταιρείες διανομών και μεταφορών, εταιρείες ασφαλείας, αεροδρόμια, εταιρείες πετρελαιοειδών, υπηρεσίες οδικής βοήθειας, leasing, λαχεία, τυχερά παιχνίδια, ταξίδια, κ.α.

3. Εταιρική Επικοινωνία/Προβολή ενεργειών ΕΚΕ/Πολιτισμός/Αθλητισμός/Κοινωνικά μηνύματα/Εκπαίδευση/ΜΜΕ/Δημόσιο

Μη προϊόντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας, προβολή ενεργειών ΕΚΕ, χορηγίες εκδηλώσεων, χορηγίες πολιτισμικών γεγονότων, πολιτισμικές εκδηλώσεις, συγχωνεύσεις εταιρειών, χορηγίες αθλητικών γεγονότων και αθλητών, αθλητικές εκδηλώσεις και συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, κοινωνικά μηνύματα από επιχειρήσεις, δημόσιο ή μη κερδοσκοπικούς φορείς, εκπαιδευτικά ιδρύματα κάθε βαθμίδας, προγράμματα σπουδών, φροντιστήρια, εκπαιδευτικά βοηθήματα, online και offline ΜΜΕ, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, συγκοινωνίες, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, πολιτικά κόμματα, κ.α.

4. Προσαρμογή/Εξέλιξη Διεθνούς Concept

Έργα που προσαρμόζουν ή εξελίσσουν ένα διεθνές concept. Ως «διεθνές concept» ορίζεται η κυρίαρχη δημιουργική ιδέα που χρησιμοποιεί μια μάρκα σε περισσότερες από μία χώρες και η οποία έχει αποτελέσει τον κορμό μιας νέας υλοποίησης/προσαρμογής/εξελίξης της στην Κύπρο. Ο υποβάλλων θα πρέπει απαραίτητα να αναφερθεί στο διεθνές concept/εκστρατεία και στα δεδομένα στα οποία στηρίχθηκε για τη δημιουργία της τοπικής εκδοχής.

5. Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)

Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας. Κάθε έργο της σειράς πρέπει να έχει παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών που ορίζεται στον Κανονισμό. **Υποβάλλονται κατά μέγιστο 5 έργα.**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΥΠΑΙΘΡΙΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

1. Αναλώσιμα Προϊόντα και Διαρκή Αγαθά

Ποτά αλκοολούχα και μη, γλυκίσματα, σνακ, παγωτά, γάλατα, γιαούρτια, ροφήματα, καφέδες, κάθε μορφής τρόφιμα, καλλυντικά, είδη προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, βιταμινούχα σκευάσματα, αναλγητικά, προφυλακτικά, εντομοαπωθητικά, καθαριστικά, απορρυπαντικά, τροφές ζώων, αναλώσιμα είδη γραφείου, βενζίνες, λιπαντικά, ελαστικά και σχετικά προϊόντα, λευκές συσκευές, μαύρες συσκευές, έπιπλα σπιτιού και γραφείου, κλιματιστικά, θερμαντικά, δομικά υλικά, εξοπλισμός

γραφείου, εργαλεία, συστήματα ασφαλείας, ρούχα, υποδήματα, λευκά είδη, αυτοκίνητα, δίτροχα, σκάφη, κ.α.

2. Τηλεπικοινωνίες/Είδη Τεχνολογίας/Χρηματοοικονομικά/Υπηρεσίες/Σχετικά Καταστήματα

Τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι, προϊόντα και υπηρεσίες double/triple/quadruple play, τηλεφωνικοί κατάλογοι, τραπεζικά προϊόντα ή υπηρεσίες, ασφαλιστικά προϊόντα ή υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, επενδύσεις, ακίνητα, leasing, δάνεια, επενδυτικά προϊόντα, ασφάλειες ζωής, ασφάλειες αυτοκινήτου, υπηρεσίες επαγγελματιών, εταιρείες διανομών και μεταφορών, εταιρείες ασφαλείας, αεροδρόμια, εταιρείες πετρελαιοειδών, υπηρεσίες οδικής βοήθειας, leasing, λαχεία, τυχερά παιχνίδια, ταξίδια, κ.α.

3. Εταιρική Επικοινωνία/Προβολή Ενεργειών ΕΚΕ/Πολιτισμός/Αθλητισμός/Κοινωνικά Μηνύματα/Εκπαίδευση/ΜΜΕ/Δημόσιο

Μη προϊόντικές εταιρικές διαφημίσεις εικόνας, προβολή ενεργειών ΕΚΕ, χορηγίες εκδηλώσεων, χορηγίες πολιτισμικών γεγονότων, πολιτισμικές εκδηλώσεις, συγχωνεύσεις εταιρειών, χορηγίες αθλητικών γεγονότων και αθλητών, αθλητικές εκδηλώσεις και συναφή προϊόντα/υπηρεσίες ή δραστηριότητες, κοινωνικά μηνύματα από επιχειρήσεις, δημόσιο ή μη κερδοσκοπικούς φορείς, εκπαιδευτικά ιδρύματα κάθε βαθμίδας, προγράμματα σπουδών, φροντιστήρια, εκπαιδευτικά βοηθήματα, online και offline ΜΜΕ, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, συγκοινωνίες, υπουργεία, δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, πολιτικά κόμματα, κ.α.

4. Προσαρμογή/Εξέλιξη Διεθνούς Concept

Έργα που προσαρμόζουν ή εξελίσσουν ένα διεθνές concept. Ως «διεθνές concept» ορίζεται η κυρίαρχη δημιουργική ιδέα που χρησιμοποιεί μια μάρκα σε περισσότερες από μία χώρες και η οποία έχει αποτελέσει τον κορμό μιας νέας υλοποίησης/προσαρμογής/εξέλιξης της στην Κύπρο. Ο υποβάλλων θα πρέπει απαραίτητα να αναφερθεί στο διεθνές concept/εκστρατεία και στα δεδομένα στα οποία στηρίχθηκε για τη δημιουργία της τοπικής εκδοχής.

5. Digital Out-Of-Home (DOOH)

Το Digital Out-of-Home (DOOH) αναφέρεται στη δυναμική διαφήμιση που προβάλλεται σε ψηφιακές οθόνες σε δημόσιους χώρους υψηλής επισκεψιμότητας, όπως billboards, εμπορικά κέντρα, κτίρια γραφείων, κ.α.

6. Σειρά Έργων (τουλάχιστον 3 έργα βασισμένα στην ίδια ιδέα)

Τα έργα πρέπει να αποτελούν παραλλαγή ή/και συμπληρωματική εκτέλεση της ίδιας δημιουργικής ιδέας. Κάθε έργο της σειράς πρέπει να έχει παρουσιαστεί εντός του χρόνου έγκυρων συμμετοχών που ορίζεται στον Κανονισμό. **Υποβάλλονται κατά μέγιστο 5 έργα.**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΤΥΠΟΣ

1. Έντυπες διαφημίσεις

Περιλαμβάνει διαφημίσεις σε όλα τα έντυπα μέσα (π.χ. εφημερίδες, περιοδικά, κ.α.)

ΕΝΟΤΗΤΑ DESIGN & ILLUSTRATION



ένωση
γραφιστών και
εικονογράφων
κύπρου

Η Ενότητα υλοποιείται σε συνεργασία με την Ένωση Γραφιστών και Εικονογράφων Κύπρου.

Υποβολή συμμετοχών από νομικά ή φυσικά πρόσωπα που εδρεύουν στην Κύπρο και τα οποία είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων.

Για να κριθεί αυτοτελώς, μια κατηγορία θα πρέπει να έχει τουλάχιστον 5 συμμετοχές. Τονίζεται ότι όλες οι εφαρμογές που υποβάλλονται θα πρέπει να έχουν υλοποιηθεί/δημοσιευθεί. Σε περίπτωση αμφισβήτησης, θα ζητηθεί γραπτή βεβαίωση από τον πελάτη.

Κριτήρια Αξιολόγησης:

- Πρωτοτυπία/Σχεδιαστική Αριότητα/Διαχρονικότητα (βαρύτητα 60%)
- Ευστοχία (αν εξυπηρετεί τον σκοπό για τον οποίο δημιουργήθηκε)/Λειτουργικότητα (βαρύτητα 40%)

1. Εταιρική Ταυτότητα

Υποβολή λογοτύπου και τουλάχιστον άλλων 3 εφαρμογών του λογοτύπου (π.χ. επιστολόχαρτο, φάκελος, επαγγελματική κάρτα, folder, υπαίθρια διαφήμιση, εφαρμογές σε ψηφιακό περιβάλλον, κ.α.).

Σε περίπτωση rebranding, είναι ζητούμενο να παρουσιαστεί και η προηγούμενη εκδοχή της εταιρικής ταυτότητας.

2. Λογότυπο

Υποβάλλεται μόνο το διαγωνιζόμενο λογότυπο/σήμα στις διάφορες ισχύουσες παραλλαγές του (π.χ. original logo, reverse version, black & white, κ.α.).

Σε περίπτωση rebranding, είναι ζητούμενο να παρουσιαστεί και η προηγούμενη εκδοχή του λογοτύπου.

3. Πολλαπλές Εφαρμογές Ταυτότητας

Στην κατηγορία αυτή υποβάλλονται έργα (projects) που έχουν τουλάχιστον 3 διαφορετικές εφαρμογές μιας πρώτης ταυτότητας, π.χ. ταυτότητα φεστιβάλ, συναυλίας, κ.α. Στην κατηγορία αυτή δεν υποβάλλονται εφαρμογές εταιρικής ταυτότητας.

4. Έντυπα και Εκδόσεις

Περιλαμβάνει βιβλία, περιοδικά, εταιρικά ή προϊόντικά έντυπα, έντυπα/καταλόγους καλλιτεχνών ή πολιτιστικών γεγονότων, ημερολόγια, κ.α. (Η κάθε έκδοση/έντυπο αξιολογείται στο σύνολό της).

Για την αξιολόγηση, οι συμμετέχοντες πρέπει να υποβάλουν υποχρεωτικά τουλάχιστον 1 αντίγραφο του εντύπου/έκδοσης.

5. Αφίσα/Σειρά Αφισών

Περιλαμβάνει μεμονωμένη αφίσα ή σειρά αφισών (τουλάχιστον 3). Αφορά εμπορική αφίσα (προωθεί μια εταιρεία, προϊόν ή υπηρεσία), αφίσα συναυλίας, θεατρική αφίσα, αφίσα ταινίας, αφίσα έκθεσης τέχνης, αφίσα φεστιβάλ, αφίσα για άλλες πολιτιστικές εκδηλώσεις. Δεν αφορά συμμετοχές που εντάσσονται στην Κατηγορία Outdoor στην Ενότητα Ad.

Για την αξιολόγηση, οι συμμετέχοντες πρέπει να υποβάλουν υποχρεωτικά τουλάχιστον 1 αντίγραφο της αφίσας/σειράς αφισών.

6. Γραφικά Χώρου/Σήμανση

Περιλαμβάνει έργα σήμανσης εσωτερικού ή/και εξωτερικού χώρου, συμπεριλαμβανομένων και εφαρμογών γραφιστικού σχεδιασμού σε τρισδιάστατο περιβάλλον (branding χώρων).

7. Σχεδιασμός Ετικέτας ή/και Συσκευασίας

Ο σχεδιασμός μπορεί να αφορά μεμονωμένη ετικέτα ή συσκευασία ή σειρά ετικετών και συσκευασιών (τουλάχιστον 3). Για την αξιολόγηση, οι συμμετέχοντες πρέπει να υποβάλουν υποχρεωτικά τη συσκευασία/σειρά ετικετών ή συσκευασιών.

8. Εικονογράφηση

Εικονογραφήσεις σε φυσικά αντικείμενα-συσκευασίες οποιουδήποτε προϊόντος/αντικειμένου, έντυπα, εκδόσεις, κ.α. Στην κατηγορία αυτή διαγωνίζεται μόνο η εικονογράφηση και όχι η γραφιστική επιμέλεια.

9. Design σε digital assets

Σχεδιασμός με σκοπό και μοναδική χρήση σε ψηφιακό περιβάλλον. Μεταξύ άλλων αφορά design για websites (brand/campaign/information sites, eshops, κ.α.), apps, animated banners, TV idents, κ.α.

10. Αυτοπροβολή

Όλα τα έργα που αφορούν αυτοπροβολή εταιρειών/επαγγελματιών επικοινωνίας και γραφιστικής, διαγωνίζονται στην κατηγορία αυτή (π.χ. λογότυπο και εφαρμογές του, εταιρική ταυτότητα, έντυπα, προωθητικά υλικά, ευχετήριες κάρτες, ημερολόγια, δώρα/giveaways, κ.α.).

Για την αξιολόγηση, οι συμμετέχοντες πρέπει να υποβάλουν υποχρεωτικά τα υλικά που περιλαμβάνονται στη συμμετοχή, εκτός αν αυτά είναι ιδιαίτερα ογκώδη. Σε περίπτωση μεγάλων υλικών, θα πρέπει να υποβληθεί φωτογραφικό υλικό.

Αποστολή Υλικών σε:

Γραφεία IMH :

Αιγάλεω 5, 2057 Στρόβολος, Λευκωσία

Υπόψη: Στυλιάνα Σάββα

Τηλ.: 22 505629

Email: Styliana.Savva@imhbusiness.com

Σημειώσεις:

- Ο φάκελος/το κουτί που θα στείλετε πρέπει να αναφέρει ξεκάθαρα τη φράση **CAROB AWARDS 2026**.
- Τα υλικά πρέπει να βρίσκονται σε **ξεχωριστό φάκελο για κάθε συμμετοχή**.
- Στο εξωτερικό του φακέλου πρέπει να αναφέρεται **ΟΠΩΣΔΗΠΟΤΕ ο αριθμός της συμμετοχής, π.χ. CAD00217**.
- Τα υλικά που θα σταλούν πρέπει να είναι **αυτά που αναφέρονται στη συμμετοχή**. Π.χ., αν έχετε δηλώσει ότι θα στείλετε 1 σετ εφαρμογών εταιρικής ταυτότητας που περιλαμβάνει gift card, «thank you» card, business card, price tag, sticker, αυτά θα πρέπει να υπάρχουν μέσα στον φάκελο.

ΕΝΟΤΗΤΑ DIGITAL

Υποβολή συμμετοχών από νομικά ή φυσικά πρόσωπα που εδρεύουν στην Κύπρο και τα οποία είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων.

Για να κριθεί αυτοτελώς, μια ομάδα θα πρέπει να έχει τουλάχιστον 5 συμμετοχές.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: DIGITAL CAMPAIGNS

Μία digital εκστρατεία πρέπει:

- Να έχει αξιοποιήσει **τουλάχιστον 2 διαφορετικές κατηγορίες digital touchpoints**:
 - Social media (ενδεικτικά FB, IG, TikTok, YouTube, κ.α.)
 - Global Platforms (Google, Programmatic, κ.α.)
 - Local Publishers
 - Email Marketing
 - Άλλο (δηλώστε)

- Να υπάρχουν τουλάχιστον **4 διαφορετικές digital εκτελέσεις**, π.χ.:
 - Display banners (εκτός social)
 - Social media post (εκτός influencers)
 - Influencer content
 - Online video ad (ξεχωριστό από influencer content)
 - Chatbot και/ή messaging apps
 - Native articles
 - Search ads
 - Push notifications
 - Άλλο (δηλώστε)

- Να έχει προωθηθεί με **διαφημιστικό budget σε online media**.

Η εκστρατεία μπορεί να περιλαμβάνει και offline εφαρμογές οι οποίες είτε οδηγούν είτε βοηθούν στην εκτέλεση της digital εκστρατείας.

Κριτήρια Αξιολόγησης:

- Digital-First Στρατηγική Προσέγγιση (βαρύτητα 25%)
- Δημιουργική Ιδέα και Εκτέλεση σε διαφορετικά digital οικοσυστήματα (βαρύτητα 50%)
- Αποτελεσματικότητα σε σχέση με τους στρατηγικούς και επικοινωνιακούς στόχους, π.χ. απήχηση, διάδραση, conversion, retention, sales, κ.α. (βαρύτητα 25%)

1. Διαρκή Αγαθά

Μικροσυσκευές, λευκές συσκευές, μαύρες συσκευές, λευκά είδη, έπιπλα σπιτιού και γραφείου, κλιματιστικά, θερμαντικά, δομικά υλικά, υπολογιστές, περιφερειακά, software, κινητά τηλέφωνα, tablets, εξοπλισμός γραφείου, εργαλεία, μπαταρίες, συστήματα ασφαλείας, ρούχα, υποδήματα, αθλητικά είδη, μεταφορικά μέσα, κ.α.

2. Αναλώσιμα Προϊόντα

Ποτά αλκοολούχα και μη, γλυκίσματα, σνακ, παγωτά, γάλατα, γιαούρτια, ροφήματα, καφέδες, κάθε μορφής τρόφιμα, καλλυντικά, είδη προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, βιταμινούχα σκευάσματα, αναλγητικά, προφυλακτικά, εντομοαπωθητικά, καθαριστικά, απορρυπαντικά, τροφές ζώων, αναλώσιμα είδη γραφείου, βενζίνες, λιπαντικά, ελαστικά, εταιρείες πετρελαιοειδών, υπεραγορές, κ.α.

3. Υπηρεσίες

Υπηρεσίες τηλεφωνίας κινητής και σταθερής, internet service providers, υπηρεσίες συνδρομητικής τηλεόρασης, υπηρεσίες τεχνολογίας, τράπεζες, τραπεζικές υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, leasing, ασφαλιστικές εταιρείες, ασφαλιστικά προϊόντα & υπηρεσίες, εταιρείες διανομών και μεταφορών, εταιρείες security, αεροδρόμια, υπηρεσίες οδικής βοήθειας, ταξιδιωτικές αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία, εστιατόρια, καφέ, σχολές, συγκοινωνίες, λαχεία/στοίχημα, εταιρείες παροχής ενέργειας, κ.α.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: SOCIAL MEDIA

Η κατηγορία αφορά παρουσία ή/και ενέργειες που έχουν υλοποιηθεί αποκλειστικά στα social media. Στις συμμετοχές στην κατηγορία αυτή θα ενταχθούν ενέργειες που έχουν υλοποιηθεί αποκλειστικά στα social media, ακόμα και αν αποτελούν μέρος ενός ευρύτερης εκστρατείας. Ως social media θεωρούνται οι πλατφόρμες Instagram, Facebook, Tik Tok, X, YouTube, κ.α.

Κριτήρια Αξιολόγησης:

- Social-First Στρατηγική Προσέγγιση (βαρύτητα 25%)
- Δημιουργική Ιδέα και Εκτέλεση (βαρύτητα 50%)
- Αποτελεσματικότητα σε σχέση με τους στρατηγικούς και επικοινωνιακούς στόχους, π.χ. απήχηση, διάδραση, conversion, retention, sales, κ.α. (βαρύτητα 25%)

1. Social Media/Γενική Παρουσία

Η γενικότερη παρουσία μιας επιχείρησης, ενός προϊόντος ή brand σε ένα ή/και περισσότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε μεγαλύτερο βάθος χρόνου από μια συγκεκριμένη εκστρατεία. Ελάχιστη περίοδος οι 3 μήνες και μέγιστη ο ένας χρόνος. Αν υπάρχει σύγκριση με προηγούμενα αποτελέσματα, τότε θα πρέπει να καταχωρίζονται τα αποτελέσματα της ίδιας περιόδου την προηγούμενη χρονιά.

2. Creative Use of Influencers/Content Creators

Ενέργειες που κάνουν δημιουργική και πρωτότυπη αξιοποίηση influencers/content creators για να επικοινωνήσουν το μήνυμα ενός brand. Αξιολογείται η δημιουργική σκέψη στην επιλογή και αξιοποίηση του influencer/content creator, το παραγόμενο από τον influencer/content creator περιεχόμενο, καθώς και η απήχηση που είχε στο κοινό-στόχος. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η τήρηση της ισχύουσας νομοθεσίας (π.χ. paid partnership, #ad, #gifted, κ.α.).

3. Video Content

Videos που έχουν δημιουργηθεί ειδικά για μία ή/και περισσότερες πλατφόρμες social media και έχουν ως βασικό σκοπό την προώθηση από τους χρήστες, τη διάδραση μαζί τους, κ.α. Μπορεί να υποβληθεί μεμονωμένο video ή σειρά video (τουλάχιστον 3). Αξιολογούνται ως προς τη στρατηγική ιδέα, τη δημιουργικότητα και τη «φρεσκάδα» του περιεχομένου, την απήχηση/διάδραση με το κοινό-στόχος και τα αποτελέσματά τους. Συμπεριλαμβάνονται short format videos (reels, stories, κ.α.) και mid- ή long-format videos. Δεν συμπεριλαμβάνονται διαφημιστικά videos, τα οποία θα πρέπει να υποβληθούν στην **Ενότητα Ad, Κατηγορία Online Film**, ούτε και videos με influencers/content creators, τα οποία θα πρέπει να υποβληθούν στην **Κατηγορία Creative Use of Influencers/Content Creators**.

4. Seasonal/Tactical Activations

Social media ενέργειες που χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης με στόχο να προβάλουν συγκεκριμένες εποχικές ενέργειες και προσφορές που συνδέονται με ένα γεγονός (π.χ. Χριστούγεννα, Αποκριές, Black Friday, κ.α.) ή που αφορούν διαγωνισμούς και προωθητικές ενέργειες μέσω SoMe.

5. Response/Real-Time Activity

Social media ενέργειες που χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης με στόχο να απαντήσουν σε πραγματικά γεγονότα, κρίσεις ή άλλες δραστηριότητες με τρόπο δημιουργικό, ώστε να προκαλέσουν το κοινό να τις μοιραστεί. Δεν περιλαμβάνει ενέργειες seasonal marketing (π.χ. Χριστούγεννα, Αποκριές, Black Friday, κ.α.)

6. Creative Engagement of Community

Δημιουργική αξιοποίηση μιας πλατφόρμας social media με σκοπό την επίτευξη των στόχων ή/και την ενίσχυση των σχέσεων ενός brand με τους καταναλωτές, πετυχαίνοντας την ενεργό εμπλοκή τους. Μπορεί να περιλαμβάνει ενέργειες που αξιοποίησαν με ευρηματικό τρόπο τις δυνατότητες μιας υπάρχουσας πλατφόρμας κοινωνικής δικτύωσης για να πετύχουν τους στόχους του brand και να χτίσουν ουσιαστικές σχέσεις με το κοινό. Εξετάζονται το βάθος της αλληλεπίδρασης, η απήχηση στα κοινωνικά δίκτυα και, φυσικά, η δημιουργική στρατηγική. Προσοχή: Ένα απλό post competition (comment/tag/like/share για να κερδίσεις) δεν μπορεί να θεωρηθεί creative engagement of community.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: PERFORMANCE

Στην Κατηγορία Performance οι συμμετοχές πρέπει να αποδεικνύουν πετυχημένο performance σε σχέση με sales ή leads.

Κριτήρια Αξιολόγησης:

- Digital-First Στρατηγική Προσέγγιση (βαρύτητα 25%)
- Δημιουργική Ιδέα και Εκτέλεση (βαρύτητα 25%)
- Αποτελεσματικότητα σε σχέση με τους στρατηγικούς και επικοινωνιακούς στόχους (βαρύτητα 50%)

1. Sales-Driven Campaigns

Εκστρατείες που πραγματοποιούνται για την ενίσχυση των πωλήσεων. Είναι απαραίτητο να δικαιολογηθεί η αποτελεσματικότητα χρησιμοποιώντας KPIs που είναι σχετικά με τις πωλήσεις και σε σχέση με αντίστοιχη περίοδο (π.χ.: Sales uplift [πριν & μετά ή/και YoY], Conversion rate, cost per conversion, ROAS [σε σχέση με προηγούμενη περίοδο όπου εφαρμόζεται]).

Επιπλέον KPIs, όπως CPC, CTR, CPV, κτλ., μπορούν να είναι υποστηρικτικά.

2. Lead Generation Campaigns

Εκστρατείες που πραγματοποιούνται για την εκδήλωση ενδιαφέροντος και απόκτηση leads για ένα προϊόν, υπηρεσία, οργανισμό, κ.α. Είναι απαραίτητο να δικαιολογηθεί η αποτελεσματικότητα χρησιμοποιώντας KPIs που είναι σχετικά με lead generation και σε σχέση με αντίστοιχη περίοδο (π.χ.: Leads uplift [πριν & μετά ή/και YoY], Conversion rate & cost per conversion, CPL [σε σχέση με προηγούμενη περίοδο όπου εφαρμόζεται]).

Επιπλέον KPIs, όπως CPC, CTR, CPV, κτλ., μπορούν να είναι υποστηρικτικά.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: ΑΛΛΕΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΕΣ/ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

Κριτήρια Αξιολόγησης

- Στρατηγική προσέγγιση (βαρύτητα 25%)
- Δημιουργική Ιδέα & Εκτέλεση (βαρύτητα 50%)
- Αποτελεσματικότητα σε σχέση με τους στρατηγικούς και επικοινωνιακούς στόχους (βαρύτητα 25%)

1. Προσαρμογή/Εξέλιξη Διεθνούς Concept

Εκστρατείες/Ενέργειες που προσαρμόζουν ή εξελίσσουν ένα διεθνές concept. Ως «διεθνές concept» ορίζεται η κυρίαρχη δημιουργική ιδέα που χρησιμοποιεί μια μάρκα σε περισσότερες από μια χώρες

και η οποία έχει αποτελέσει τον κορμό μιας νέας υλοποίησης/προσαρμογής/εξέλιξης της στην Κύπρο. Ο υποβάλλων θα πρέπει απαραίτητα να αναφερθεί στο διεθνές concept/εκστρατεία και στα δεδομένα στα οποία στηρίχθηκε για τη δημιουργία της τοπικής εκδοχής.

2. Social Purpose

Εκστρατείες/Ενέργειες που έχουν σχεδιαστεί με στόχο να εμπλέξουν τους καταναλωτές με κάποιο κοινωνικό σκοπό. Οι συμμετοχές θα πρέπει να επιδείξουν πως οι αρχές και οι αξίες του brand εναρμονίζονται με αυτόν. Μπορούν να περιλαμβάνουν, αλλά δεν περιορίζονται σε, μη κερδοσκοπικές ενέργειες CSR.

3. Αυτοδιαφήμιση

Όλες οι εκστρατείες/ενέργειες που πραγματοποιούνται από και προς όφελος μιας εταιρείας επικοινωνίας.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ: OTHER DIGITAL ASSETS & TOUCHPOINTS

Κριτήρια Αξιολόγησης:

Στις ομάδες 1 και 2:

- Σχεδιασμός και Περιεχόμενο (βαρύτητα 40%)
- Development και User Experience (βαρύτητα 35%)
- Αποτελεσματικότητα σε σχέση με τους στρατηγικούς και επικοινωνιακούς στόχους, π.χ. bounce rate, new/returning visitors, average session duration, pages per session, average time on page, conversion rate, page speed, κ.α. (βαρύτητα 25%)

Στην ομάδα 3:

- Δημιουργική Ιδέα και Εκτέλεση (βαρύτητα 75%)
- Strategic fit με την πλατφόρμα (βαρύτητα 25%)

1. Corporate/Brand Websites

Websites που προβάλλουν μια επιχείρηση, έναν οργανισμό ή ένα brand. Τα websites αξιολογούνται ως προς την καθαρότητα του design, τη σαφήνεια και το εύρος του περιεχομένου, την ευκολία πλοήγησης και την ελκυστικότητα του site προς τον χρήστη και τα αποτελέσματά τους.

2. Brand Microsites

Landing assets που προβάλλουν ένα προϊόν, μια υπηρεσία, μια διοργάνωση/εκδήλωση, ένα άτομο από τον καλλιτεχνικό ή πολιτικό ή άλλο χώρο, κ.α. Τα sites αξιολογούνται ως προς την καθαρότητα του design, τη σαφήνεια, την ελκυστικότητα του site προς τον χρήστη και τα αποτελέσματά τους.

3. Audio Platforms & Podcasts

Η ομάδα αυτή αναδεικνύει τη δημιουργικότητα σε audio platforms (Spotify, Podcasts, κ.λπ). Αυτό σημαίνει ότι η δουλειά περνάει το μήνυμα μέσα από καινοτομία και υψηλό επίπεδο στον ήχο ή/και αφηγείται προφορικά μια ιστορία με εξαιρετικό τρόπο, αξιοποιώντας την ιδιαιτερότητα του Μέσου.

Αξιολογείται η δημιουργική χρήση μιας audio ή podcast πλατφόρμας με σκοπό την προώθηση των μηνυμάτων ενός brand.

Προσοχή:

- ΟΛΕΣ οι ενέργειες θα πρέπει να υποβάλλονται σε πραγματικό περιβάλλον και θα πρέπει να παραμένουν online κατά τη διάρκεια της ψηφοφορίας και μέχρι το τέλος του έτους βράβευσης.
- Σε περίπτωση που το έργο δεν είναι πλέον ενεργό, υποβάλλεται private link στο οποίο έχει μεταφερθεί ΟΛΟ ΤΟ ΠΑΛΙΟ ΕΡΓΟ που είναι υποψήφιο, ώστε η εμπειρία για τον χρήστη να είναι η ίδια, ως ήταν κατά τη διάρκεια που το link ήταν δημόσιο/ενεργό και το διαγωνιζόμενο έργο ήταν on air.
- Σε περίπτωση που προκύψει ανάγκη κατά τη διάρκεια της ψηφοφορίας να αλλάξει το έργο εντελώς την εμφάνιση ή τον κώδικά του, θα πρέπει να ενημερωθεί η διοργάνωση και να υποβληθεί private link, όπου θα μεταφερθεί ΟΛΟ ΤΟ ΠΑΛΙΟ ΕΡΓΟ που εξακολουθεί να είναι υποψήφιο, ώστε η εμπειρία για τον χρήστη να είναι η ίδια, ως ήταν κατά τη διάρκεια που το link ήταν δημόσιο/ενεργό και το διαγωνιζόμενο έργο ήταν on air. Αν αυτό δεν είναι εφικτό, η συμμετοχή δεν μπορεί να διαγωνιστεί και το έργο αποσύρεται από τον διαγωνισμό, με παρακράτηση του τέλους συμμετοχής.
- Αν τεθεί υπόψη της διοργάνωσης θέμα ότι το έργο που έχει υποβληθεί στον διαγωνισμό δεν είναι το ίδιο με το έργο που ήταν on air την περίοδο στην οποία αναφέρεται η υποψηφιότητα, η Επιτροπή Ελέγχου (αν η αμφισβήτηση υποβληθεί πριν ή/και κατά τη διάρκεια της διαδικασίας αξιολόγησης) ή η Επιτροπή Ενστάσεων (αν υπάρξει αμφισβήτηση μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας αξιολόγησης ή/και μετά την Τελετή Απονομής) εξετάζει το θέμα και έχει το δικαίωμα να ακυρώσει τη συμμετοχή, με παρακράτηση του τέλους συμμετοχής. Νοείται ότι η αμφισβήτηση αφορά κατά βάση την αλλαγή δομής, πλοήγησης και, κυρίως, εμφάνισης. Είναι σαφές ότι επιτρέπονται αλλαγές ή ανανεώσεις στο καθαρά πληροφοριακό/ειδησεογραφικό περιεχόμενο (κείμενα/φωτογραφίες).
- Αν η πρόσβαση στη συμμετοχή απαιτεί username και password, αυτά θα πρέπει να συμπεριληφθούν στην Έκθεση της Συμμετοχής.
- Αναφορικά με τις συμμετοχές που υποβάλλονται στην Κατηγορία Digital Campaigns:
 - Σε περίπτωση έργου που υποβάλλεται στην ολότητά του ως Digital Campaign, μέρη αυτού μπορούν να υποβληθούν σε **όχι περισσότερες από 2 ακόμα ομάδες** στις Κατηγορίες Social Media και Performance. Η εφαρμογή της πρόνοιας αυτής θα εξετάζεται από την Επιτροπή Ελέγχου Συμμετοχών.
 - Τα links που μπορούν να υποβληθούν (ειδικά στην περίπτωση των συμμετοχών στις Κατηγορίες Digital Campaigns, Social Media και Performance) δεν μπορούν να ξεπερνούν τα 10, συνεπώς είναι σημαντικό να διαλέξετε τα πιο αντιπροσωπευτικά και δημιουργικά έργα. **ΠΡΟΣΟΧΗ:** Τα links αφορούν σε δημιουργικά της εκστρατείας που βρίσκονται online. Σε ΚΑΜΙΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ δεν παραπέμπουν σε παρουσίαση/folder σε κάποιο drive. Σε περίπτωση τέτοιου υλικού, το σχετικό link θα διαγραφεί από τη συμμετοχή χωρίς περαιτέρω ενημέρωση.
- Όπου αυτό ισχύει, θα πρέπει να υπάρχει **ομαδοποίηση των links**, ώστε να είναι ξεκάθαρο στον κριτή ποια links αντιστοιχούν σε ποια εκστρατεία/φάση εκστρατείας.

ΕΝΟΤΗΤΑ PR

Υποβολή συμμετοχών μόνο από νομικά πρόσωπα που εδρεύουν στην Κύπρο, εργοδοτούν στην Κύπρο τουλάχιστον 3 άτομα με πλήρη απασχόληση και τα οποία είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων. Οι διοργανωτές δύνανται να ζητήσουν βεβαίωση από τις Κοινωνικές Ασφαλίσεις για την επιβεβαίωση της απασχόλησης.

Για να κριθεί αυτοτελώς, μια κατηγορία/ομάδα θα πρέπει να έχει τουλάχιστον 5 συμμετοχές. Ένα πρόγραμμα μπορεί να υποβληθεί είτε ως σύνολο σε μία κατηγορία και ένα μέρος του σε μία από τις υπόλοιπες, είτε όλα τα μέρη του αυτοτελώς στις κατηγορίες όπου αυτά εντάσσονται. **Μεμονωμένα events υποβάλλονται μόνο στην Κατηγορία 7.**

Κριτήρια Αξιολόγησης:

- Ιδέα/Στρατηγική (βαρύτητα 60%)
- Υλοποίηση και Αποτελεσματικότητα (βαρύτητα 40%)

1. Corporate PR

Προγράμματα PR που στοχεύουν στη δημιουργία, διαχείριση και ενίσχυση της φήμης ενός οργανισμού. Περιλαμβάνει ενδεικτικά:

- Corporate narrative & positioning
- Corporate purpose & values communication
- Corporate media relations
- Press office & publicity
- Corporate announcements
- Company thought leadership

2. Stakeholders & Internal Communications

Προγράμματα PR που στοχεύουν στη στρατηγική διαχείριση σχέσεων με συγκεκριμένα κοινά, όπως εργαζόμενοι (Internal Communication), δημόσιες αρχές/ρυθμιστικοί φορείς, επενδυτές/χρηματοοικονομική κοινότητα, τοπικές κοινότητες, επαγγελματικοί φορείς/συνεργάτες, ΜΜΕ. Περιλαμβάνει ενδεικτικά:

- Government & regulatory relations
- Public Affairs/advocacy
- Media relations programmes

- Internal Messaging and Communications
- Employee engagement campaigns/initiatives
- Community relations initiatives
- Investor & financial communications

3. Brand & Product PR

PR-led ενέργειες που υποστηρίζουν brand, προϊόν ή υπηρεσία με στόχο τη δημιουργία εμπιστοσύνης, προτίμησης και σύνδεσης. Περιλαμβάνει ενδεικτικά:

- Brand/Product launches/relaunches
- Brand positioning
- Brand storytelling
- Brand Media relations
- Purpose-led brand campaigns (με consumer focus)

4. Digital & Influencer PR

PR στρατηγικές που αξιοποιούν ψηφιακά μέσα και creators ως βασικό πυρήνα. Περιλαμβάνει ενδεικτικά:

- Influencer strategy & casting
- Creator partnerships
- Paid/gifted collaborations
- Influencer content management
- Digital advocacy campaigns

5. Business, Society & Sustainability

Ενέργειες που αναδεικνύουν το κοινωνικό, περιβαλλοντικό ή ηθικό αποτύπωμα ενός οργανισμού. Περιλαμβάνει ενδεικτικά:

- CSR programmes
- ESG communication
- Sustainability initiatives
- Συνεργασίες με ΜΚΟ
- Corporate philanthropy and/or sponsorships με κοινωνικό αντίκτυπο
- DEI (Diversity, Equity & Inclusion) initiatives

6. Issues & Crisis Management

Ενέργειες PR που στοχεύουν στη διαχείριση ενός κρίσιμου θέματος ή/και αποκατάσταση της φήμης ενός οργανισμού ή brand. Περιλαμβάνει ενδεικτικά:

- Crisis preparedness
- Issues monitoring & response
- Crisis communication (reactive ή proactive)
- Crisis media handling
- Reputation recovery

7. Events

Εκδηλώσεις που διοργανώνονται για την ανάπτυξη της εικόνας και των σχέσεων μιας επιχείρησης/οργανισμού ή την προβολή προϊόντων ή υπηρεσιών, προς στοχευμένα κοινά ή το ευρύ κοινό. Η συμμετέχουσα εταιρεία θα πρέπει να έχει συνολικά την ευθύνη του σχεδιασμού, του συντονισμού της υλοποίησης και της επικοινωνιακής αξιοποίησης της διοργάνωσης απέναντι στον πελάτη.

Η κατηγορία χωρίζεται σε τρεις ομάδες:

- Εκδηλώσεις Ανοιχτές/Για το ευρύ κοινό
- Special Audiences Events (incl. Invitation Only Events/Media Events/Internal Events)
- Experiential Events (πρωτοποριακά και μη συμβατικά experiential activations)

Ένα event μπορεί να διαγωνιστεί σε **1 μόνο ομάδα από τις παραπάνω**.

8. Προσαρμογή/Εξέλιξη Διεθνούς Concept

Ως «διεθνές concept» ορίζεται η κυρίαρχη δημιουργική ιδέα που χρησιμοποιεί μια μάρκα σε περισσότερες από μία χώρες και η οποία έχει αποτελέσει τον κορμό μιας νέας υλοποίησης/προσαρμογής/εξέλιξης της στην Κύπρο. Ο υποβάλλον θα πρέπει απαραίτητα να αναφερθεί στο διεθνές concept/εκστρατεία και στα δεδομένα στα οποία στηρίχθηκε για τη δημιουργία της τοπικής εκδοχής. Στην κατηγορία υποβάλλονται εκστρατείες που ξεκίνησαν από διεθνή PR concepts ή πλατφόρμες επικοινωνίας και προσαρμόστηκαν σε επίπεδο περιεχομένου, μηνυμάτων, influencers, events και άλλων PR εργαλείων, ώστε το αποτέλεσμα να είναι απόλυτα relevant και αποτελεσματικό σε κυπριακό κοινό και πραγματικότητα.

ΕΝΟΤΗΤΑ PRODUCTION



Η Ενότητα υλοποιείται σε συνεργασία με τον Σύνδεσμο Εταιρειών Παραγωγής Διαφημιστικών Ταινιών.

Υποβολή συμμετοχών μόνο από νομικά πρόσωπα που εδρεύουν στην Κύπρο και τα οποία είχαν την ευθύνη για την υλοποίηση/παραγωγή των έργων.

Η αξιολόγηση εστιάζει στην εκτέλεση/υλοποίηση της ταινίας.

Για να κριθεί αυτοτελώς, μια κατηγορία θα πρέπει να έχει **τουλάχιστον 5 συμμετοχές**.

Για συμμετοχές που αφορούν ταινίες που μεταδόθηκαν από τηλεοπτικούς σταθμούς:

Για όλες τις συμμετοχές με διάρκεια **από 60 δευτερόλεπτα και πάνω**, θα πρέπει να επιβεβαιωθεί ότι μεταδόθηκαν από τηλεοπτικό σταθμό, με βεβαίωση από τον σταθμό και αποστολή του σχετικού media plan με τουλάχιστον 5 ξεχωριστές μεταδόσεις, εκ των οποίων μία από 13:00 μέχρι 22:00. Τα έργα θα πρέπει να υποβάλλονται ακριβώς όπως έχουν μεταδοθεί από τους τηλεοπτικούς σταθμούς και όχι σε μεγαλύτερες, εμπλουτισμένες ή με οποιονδήποτε άλλο τρόπο διαφορετικές εκδοχές.

1. Overall Production Achievement

Η συνολική επιτυχία μιας ταινίας ως προς την εκτέλεση/υλοποίηση της. Στην αξιολόγηση λαμβάνονται υπόψη τα production values, η διαδικασία παραγωγής και η βέλτιστη χρήση των διαθέσιμων πόρων για να επιτευχθεί το τελικό αποτέλεσμα.

2. Σκηνοθεσία

Η σκηνοθετική προσέγγιση, επιμέλεια και το τελικό αποτέλεσμα. Εξετάζεται η εμπνευσμένη απόδοση του δημιουργικού brief, που μπορεί να περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, το casting, το set design, το sound design, τις κινηματογραφικές τεχνικές, κ.α., που έχουν χρησιμοποιηθεί για να υλοποιηθεί μια ταινία.

3. Διεύθυνση Φωτογραφίας

Η ποιότητα και το αποτέλεσμα της κινηματογραφίας. Αξιολογείται το στυλ, οι καλλιτεχνικές επιλογές, οι κινηματογραφικές τεχνικές, η σύνθεση της εικόνας, ο φωτισμός και άλλα εφέ.

4. Production Design/Art Direction

Η αισθητική και καλλιτεχνική οπτική της παραγωγής. Περιλαμβάνει το design των σκηνικών, τυχόν κατασκευές σε χώρους παραγωγής, τη συνολική εμφάνιση, αίσθηση και ατμόσφαιρα της ταινίας και πώς η αφήγηση έχει ενισχυθεί από την καλλιτεχνική διαχείριση των οπτικών στοιχείων.

5. Μουσική Παραγωγή/Σύνθεση/Σχεδιασμός Ήχου

Η δημιουργία πρωτότυπης μουσικής για διαφήμιση ή/και το δημιουργικό «ντύσιμο» μιας διαφημιστικής ταινίας με ήχους και μουσικές. Ο τρόπος με τον οποίο το μουσικό κομμάτι υποστηρίζει το σενάριο, δημιουργεί ατμόσφαιρα ή με άλλο τρόπο αποδίδει τα ζητούμενα του δημιουργικού brief.

6. Μοντάζ/Editing

Η τεχνική και δημιουργική επιτυχία της επεξεργασίας. Θα ληφθούν υπόψη όλες οι πτυχές του μοντάζ της ταινίας, συμπεριλαμβανομένου του χρονισμού, του ρυθμού, της οπτικής δυναμικής, της δυναμικής των διαλόγων, της ενοποίησης του ήχου και της συνολικής αφήγησης.

7. Έργα Ειδικών Τεχνικών

Ταινίες κινουμένων σχεδίων, σύνθεσης εικόνας, stop-motion, γραφικών, 3D, CGI, motion design, VR, AR, κ.α.

8. Longer Promotional Video for Online Use

Longer promotional video για χρήση στο online περιβάλλον.

ΕΝΟΤΗΤΑ INTEGRATION

Υποβολή συμμετοχών μόνο από νομικά πρόσωπα που εδρεύουν στην Κύπρο, εργοδοτούν στην Κύπρο τουλάχιστον 3 άτομα με πλήρη απασχόληση και τα οποία είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας των έργων. Οι διοργανωτές δύνανται να ζητήσουν βεβαίωση από τις Κοινωνικές Ασφαλίσεις για την επιβεβαίωση της απασχόλησης.

Η ενότητα περιλαμβάνει ολοκληρωμένα προγράμματα επικοινωνίας που έχουν υλοποιηθεί σε διαφορετικά ΜΜΕ και κανάλια επικοινωνίας.

Κριτήρια Αξιολόγησης:

- Ποιότητα της ιδέας και φρέσκια δημιουργική προσέγγιση (βαρύτητα 40%)
- Υλοποίηση και συνέπεια της ιδέας σε διαφορετικά κανάλια επικοινωνίας/ΜΜΕ (βαρύτητα 40%)
- Διαφορετικότητα/«ρίσκο» – το στοιχείο εκείνο που κάνει την εκστρατεία να ξεχωρίζει (βαρύτητα 20%)

Η κατηγορία δεν περιλαμβάνει ομάδες.

Για να δημιουργηθεί η ενότητα, θα πρέπει να έχουν υποβληθεί τουλάχιστον **5 συμμετοχές**. Σε αντίθετη περίπτωση, η ενότητα καταργείται.

Σε περίπτωση που το έργο έχει εκπονηθεί στο πλαίσιο συνεργασίας μιας ομάδας νομικών ή/και φυσικών προσώπων που εδρεύουν στην Κύπρο και τα οποία είχαν την ευθύνη για τη σύλληψη της ιδέας του έργου, η εταιρεία που υποβάλλει το έργο οφείλει να δηλώσει ποιοι συνεργάστηκαν για το έργο αυτό, ποιο μέρος του έργου υλοποίησε ο κάθε συνεργαζόμενος ή/και το ποσοστό συμμετοχής (%) της κάθε εταιρείας/συνεργάτη στη δημιουργία αυτού του έργου. Αν δεν υπάρχει η δήλωση αυτή, το έργο **δεν** μπορεί να συμμετάσχει στα βραβεία.

Προδιαγραφές Υποβολής Συμμετοχών		Δημοσίευση*
AD		
Τηλεόραση	Η ταινία όπως προβλήθηκε, να δοθεί YouTube link , βλ. προδιαγραφές παρακάτω.	Δημοσίευση link
Ραδιόφωνο	MP3 , όπως μεταδόθηκε, 256 kbps, αρχείο μέχρι 10 MB.	Δημοσίευση mp3
Online Ad	Η ταινία όπως προβλήθηκε, να δοθεί YouTube link .	Δημοσίευση link
Τύπος	PDF αρχείο, μέχρι 10 MB	PDF Αρχείο
Υπαίθρια	Οι συμμετοχές πρέπει να τοποθετηθούν σε ενδεικτική διαφημιστική πινακίδα. Προαιρετικά, υποβάλλεται και φωτογραφία του έργου όπως αυτό πραγματικά δημοσιεύθηκε. Στην περίπτωση Σειρών , το pdf πρέπει να περιλαμβάνει σε ξεχωριστή σελίδα την κάθε διαφήμιση που αποτελεί τη σειρά και, επιπλέον, σε μία σελίδα όλες τις διαφημίσεις μαζί. ○ Pdf αρχείο, μέχρι 10 MB	PDF Αρχείο
DESIGN & ILLUSTRATION		
<p>Απαραίτητα υλικά για όλες τις συμμετοχές σε όλες τις κατηγορίες:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Pdf αρχείο, μέχρι 10 MB, μέχρι 5 σελίδες – με minimum 3 εικόνες της συμμετοχής. Η κάθε εικόνα θα βρίσκεται σε ξεχωριστή σελίδα, εκτός αν τα υλικά είναι πάρα πολλά και θα πρέπει να συνδυαστούν. Σε κάθε περίπτωση, οι εικόνες θα πρέπει να είναι σαφείς και διακριτές. <p>Ειδικά για την Κατηγορία «Έντυπα και Εκδόσεις»: Αποστολή του εντύπου/έκδοσης σε pdf, μέχρι 10 MB.</p> <p><u>Σημειώσεις:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Όπου υπάρχει αποστολή φυσικών υλικών, να υποβληθούν κατά μέγιστο σε 2 σετ (π.χ. 2 έντυπα, 2 συσκευασίες). ○ Τα υλικά δεν επιστρέφονται. 		<p>Δημοσίευση:</p> <p>Σύντομη Περιγραφή της Συμμετοχής</p> <p>PDF Αρχείο</p>
DIGITAL		
Όλες οι κατηγορίες	<p>Υποβάλλεται ΜΟΝΟ 1 ΑΠΟ ΤΑ 2, είτε:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Case film (μέχρι 120''), YouTube Link, βλ. προδιαγραφές παρακάτω ή ○ Digital presentation Overview (DPO), βλ. προδιαγραφές παρακάτω 	<p>Δημοσίευση:</p> <p>Σύντομη περιγραφή της συμμετοχής</p> <p>Case film ή DPO</p>

PR		
Όλες οι Κατηγορίες	<p>Υποβάλλεται ΜΟΝΟ 1 ΑΠΟ ΤΑ 2, είτε:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Case film (max 120 sec), YouTube Link, βλ. προδιαγραφές παρακάτω ή ○ Digital presentation Overview (DPO), βλ. προδιαγραφές παρακάτω 	<p>Δημοσίευση:</p> <p>Σύντομη Περιγραφή της Συμμετοχής</p> <p>Images/Photos (αν υποβλήθηκαν)</p> <p>Case film ή DPO</p>
PRODUCTION		
Όλες οι κατηγορίες	<p>Η ταινία όπως προβλήθηκε, YouTube link, βλ. προδιαγραφές παρακάτω για τηλεοπτικά σποτ.</p>	<p>Δημοσίευση link</p>
INTEGRATION		
<p><u>Απαραίτητα υλικά για όλες τις συμμετοχές:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Case Film (120 sec max), YouTube link. Για προδιαγραφές, βλ. παρακάτω. 		<p>Δημοσίευση:</p> <p>Σύντομη περιγραφή της συμμετοχής</p> <p>Case film</p>

* Η δημοσίευση γίνεται στο site της διοργάνωσης.

Ταινία ή/και Case Film (YouTube link)

MOV ή MP4, μέγιστο μέγεθος αρχείου 350MB

Video Aspect Ratio: Full HD 1080 px

Resolution: 1920 px x 1080 px

Format/Codec: .MOV/H.264

Audio: AAC, Stereo, 48kHz

Digital Presentation Overview (DPO)

Μια οπτική παρουσίαση της συμμετοχής, που περιλαμβάνει κείμενο και εικόνα. Αρχείο pdf, landscape orientation, max 10 MB.

Κείμενο: Περίπου 100 λέξεις, με αναφορά στο brief, στην υλοποίηση της ιδέας και σε αποτελέσματα (όπου υπάρχουν).

ΠΡΟΣΟΧΗ:

ΚΑΝΕΝΑ YOUTUBE LINK ΔΕΝ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΣΕ ΚΑΝΑΛΙ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΑΣ. ΠΑΡΑΚΛΗΣΗ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕΤΕ ΕΝΑ ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΟ ΚΑΝΑΛΙ ΠΟΥ ΝΑ ΜΗΝ ΠΑΡΑΠΕΜΠΕΙ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.

Με εξαίρεση την Κατηγορία Αυτοδιαφήμιση, ΤΑ ΥΛΙΚΑ ΠΟΥ ΥΠΟΒΑΛΛΟΝΤΑΙ ΔΕΝ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΥΝ ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΙΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Ή ΣΤΑ ΠΡΟΣΩΠΑ ΠΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΑΝ ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.