

REGULAMIN KONKURSU EFFIE® AWARDS 2017

POSTANOWIENIA OGÓLNE

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

ZGŁOSZENIE

6. Do Konkursu można zgłaszać wyłącznie kampanie, które były realizowane na terytorium Polski w okresie od 1 stycznia 2016 do 31 marca 2017 roku. Kampanie te mogły rozpocząć się wcześniej lub skończyć później, lecz decydująca część komunikacji musiała być prowadzona w kwalifikującym okresie i do tego okresu musi odnosić się zgłoszenie, a także wszelkie dotyczące kampanii dane i wyniki.
7. Kampanie konkursowe (dalej „**Kampanie**”) mogą zgłosić podmioty z branży komunikacji marketingowej, marketingu, reklamy, mediów oraz wszystkie inne podmioty, których działalność związana jest z kategoriami Konkursu (dalej „**Uczestnik**”).
8. Uczestnikiem Konkursu może być jedynie podmiot indywidualny, tj. agencja komunikacji marketingowej (agencja reklamowa, mediowa, interactive itp.), rozumiany jako brand, bezpośrednio odpowiedzialny za pracę i obsługę Klienta pod własną marką (dalej „**Podmiot Indywidualny**”). Jeżeli Podmiot Indywidualny jest częścią Grupy agencji, możliwe jest dopisanie po nazwie brandu zgłaszającego prace, również nazwy grupy, w ramach której działa podmiot. Określenie nazwy Uczestnika powinno być uzupełnione w Dokumencie Proceduralnym w miejscu „Lider zgłoszenia” lub „Współzgłaszający” w następujący sposób: *nazwa podmiotu indywidualnego (nazwa grupy)*. Podanie nazwy grupy w tym polu nie jest obligatoryjne.
9. Organizator, w przypadku wątpliwości czy Podmiot Indywidualny obsługuje danego Klienta, może poprosić o okazanie umowy między Podmiotem Indywidualnym, a Klientem lub innych dokumentów w celu potwierdzenia zgodności zgłoszenia z zachowaniem prawa Podmiotu Indywidualnego do zachowania poufności danych finansowych i innych danych stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa.
10. W przypadku, gdy Uczestnik 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.
11. 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.
12. Uczestnik ma obowiązek wskazać na rzecz jakiego podmiotu została stworzona kampania („**Klient**”).
13. Istnieje możliwość wymienienia maksymalnie dwóch Klientów, dla których została stworzona Kampania.
14. Klient może być jedynym Uczestnikiem konkursu, w przypadku, gdy był jedynym twórcą zgłaszanej kampanii, samodzielnie ją wdrażał, zrealizował i lokował w mediach. Wówczas zgłoszenia może dokonać samodzielnie, co wiąże się z wniesieniem odpowiedniej opłaty zgłoszeniowej zgodnie z pkt. 44.
15. Kampania, która została stworzona na zlecenie Klienta przez co najmniej 2 różne podmioty powinna być zgłoszona wspólnie („**Zgłoszenie Wspólne**”).

16. Organizator rekomenduje Zgłoszenia Wspólne uwzględniające wszystkie podmioty, których praca przyczyniła się do sukcesu Kampanii. Jednocześnie Organizator nie odpowiada za pominięcie takiego podmiotu w Zgłoszeniu.
17. W przypadku, gdy Kampania zostanie zgłoszona oddzielnie przez różnych Uczestników Konkursu, Przewodniczący grupy Jury dokona oceny i podejmie decyzję, czy nie jest to ta sama Kampania. Jeśli Kampanie zostaną uznane za tożsame – wówczas Organizator odeśle je do Uczestników z prośbą o dokonanie Zgłoszenia Wspólnego. Niedopełnienie tego warunku wiąże się z odrzuceniem zgłoszeń z Konkursu oraz brakiem zwrotu opłaty ze względu na prace nad wstępną kwalifikacją Kampanii.
18. Wśród Uczestników, będących autorami zgłaszanej do konkursu kampanii (dalej „Zgłoszenie”) i odpowiedzialnych za ich realizację, można wyróżnić:
- Maksymalnie 2 liderów Zgłoszenia (dalej „Liderzy”)
 - Maksymalnie 4 współzgłaszających (dalej „Współzgłaszający”).
19. Liderzy to podmioty, których wkład w tworzenie kampanii był najbardziej znaczący.
20. Współzgłaszający to podmioty współtworzące kampanię inne niż Liderzy, których działania również miały wpływ na rezultaty Kampanii.
21. **Uczestnik wymieniony w Zgłoszeniu jako Lider 1 jest podmiotem odpowiedzialnym za zgłoszenie, z którym Organizator będzie się kontaktował na każdym etapie konkursu (dalej „Lider 1”).**
22. Konkurs rozgrywany jest w 24 kategoriach konkursowych (dalej „Kategorie”). Szczegółowy opis kategorii dostępny jest na stronie www.effie.pl.

Kategorie produktów i usług	Kategorie specjalne:
<ol style="list-style-type: none"> Dobra konsumenckie Finanse Leki i suplementy diety Media, kultura i rozrywka Motoryzacja Napoje alkoholowe Napoje bezalkoholowe Retail / Kanały sprzedaży Telekomunikacja Turystyka i podróże Ubezpieczenia i inwestycje Uroda i pielęgnacja Usługi Żywność 	<ol style="list-style-type: none"> Brand Experience Branded content Business-to-business Edukacja społeczna i kampanie CSR Launch / relaunch Limited budget Long term marketing excellence Performance marketing / e-commerce Pro bono Technology & innovation

23. Kampania może zostać zgłoszona do Konkursu:
- w Kategorii produktów i usług
 - w Kategorii specjalnej
 - jednocześnie w obu Kategoriach (z wyjątkiem Kategorii Launch / relaunch)
24. Kampanie nowych produktów i usług powinny być zgłaszane w kategorii Launch / relaunch. W tej Kategorii zgłaszane są kampanie promujące nowe marki wchodzące na rynek z nowymi produktami / usługami lub obecne już na rynku marki, które wchodzą do zupełnie innej, nowej dla siebie kategorii produktowej, a także stare, zapomniane marki wracające na rynek po dłuższej nieobecności, znaczącym spadku sprzedaży.
25. W przypadku zgłoszenia Kampanii w dwóch Kategoriach, takie Zgłoszenia traktowane są jako odrębne, a Uczestnik zobowiązany jest do wniesienia oddzielnej opłaty za Zgłoszenie w każdej Kategorii.
26. Komitet Effie po uzgodnieniu z Uczestnikiem, zastrzega sobie prawo do zmiany Kategorii zgłoszonej Kampanii, jeżeli uzna, że Kampania została zgłoszona w niewłaściwej Kategorii.
27. Do Konkursu nie mogą być zgłaszane Kampanie, które otrzymały nominację lub nagrodę w poprzedniej edycji Konkursu, których termin trwania zawierał się w okresie kwalifikacyjnym poprzedniej edycji (tj. kampanie trwające do marca 2016 r.). Wyjątek stanowią Kampanie nagrodzone w Kategorii Long term marketing excellence, o których mowa w pkt. 28.
28. Jeśli kampania uzyskała już nagrodę w kategorii Long term marketing excellence w poprzedniej edycji konkursu Effie, to ponowne zgłoszenie tej kampanii do tej kategorii może nastąpić dopiero po upływie 3 kolejnych lat trwania kampanii. Natomiast Kampanie, które otrzymały nominację w kategorii Long term marketing excellence, mogą być zgłoszone w kolejnym roku.

- 29. Warunkiem uczestnictwa w Konkursie jest dokonanie Zgłoszenia, najpóźniej do 22.05.2017 roku do godz. 18:00 (dalej „Ostateczny termin”).**
- 30. Zgłoszenie zostaje przyjęte do Konkursu po zrealizowaniu następujących czynności:**
- wypełnienie i zamknięcie Zgłoszenia w formie elektronicznej poprzez platformę konkursową Organizatora dostępną pod adresem www.platforma.sar.org.pl (dalej „Platforma”), o którym mowa w pkt. 31.
 - po zamknięciu zgłoszenia na Platformie** – wypełnienie, podpisanie oraz przesłanie do Organizatora oświadczeń potwierdzających prawdziwość danych, o których mowa w pkt. 36.
 - Przesłanie do Organizatora potwierdzenia dokonania stosownej opłaty (dalej „Opłata”), o której mowa w pkt. 44 i pkt. 48.
- 31. Zgłoszenie w formie elektronicznej, o którym mowa w pkt 30a, następuje poprzez:**
- Zarejestrowanie i zalogowanie się na Platformie oraz wypełnienie dokumentów zgłoszeniowych (dalej „**Dokumenty Zgłoszeniowe**”), zgodnie z instrukcjami i wskazaniem zamieszczonymi na Platformie oraz w treści Dokumentów Zgłoszeniowych. **Dokumenty Zgłoszeniowe obejmują:**
 - Formularz zgłoszeniowy Kampanii (dalej „**Formularz Zgłoszeniowy**”),
 - Podsumowanie kampanii w języku polskim i angielskim (dalej „**Podsumowanie kampanii**”).
 - Dokument proceduralny (dalej „**Dokument Proceduralny**”),
 - Wgranie na Platformę materiałów kreatywnych (dalej „**Materiały Kreatywne**”) oraz listy opisującej załączone pliki. Materiały kreatywne muszą odpowiadać wymaganiom technicznym określonym na Platformie i stronie Organizatora oraz dopuszczalnym ilościom: co najmniej 1, a maksimum 10 plików lub 1 film prezentujący Materiały kreatywne (dalej „**Film**”) i maksymalnie 4 pliki pojawiające się w Filmie, które jury powinno zobaczyć osobno. **Uwaga!** Film nie może zawierać wyników Kampanii, nazw i logotypów Uczestników innych niż Klient, plików, do których użycia zgłaszający nie mają praw, logotypów ani przykładów prac konkurencji oraz nie może przekraczać czasu trwania wynoszącego 2 minuty.
 - Zakończenie zgłoszenia poprzez użycie funkcji „Zamknij zgłoszenie” na Platformie.
- 32. Prezentowane w Formularzu Zgłoszeniowym dane (dalej „Dane”) dotyczące Kampanii powinny zostać określone możliwie jak najbardziej szczegółowo poprzez podanie nazwy przeprowadzonego badania, przedziału czasu, który obejmuje badanie i jego źródła.**
- 33. Uczestnicy podając źródło danych powinni podać nazwę podmiotu, który przeprowadził badania, z wyjątkiem sytuacji, w której badania zostały przeprowadzone przez Uczestnika. W takim przypadku Uczestnik odpowiednio Dane opisuje jako „źródło własne”.**
- 34. Prawdziwość Danych musi zostać potwierdzona przez ich dostawcę poprzez podpisanie Oświadczenia instytutu badawczego (o którym mowa w pkt 36), pobranego z Platformy po zamknięciu zgłoszenia.**
- 35. Nazwa Uczestnika, z wyłączeniem Klienta, nie może pojawić się w Formularzu Zgłoszeniowym (w tym w wynikach Kampanii, nawet jeśli Uczestnik jest właścicielem i twórcą narzędzia badawczego), ani w Materiałach Kreatywnych wgranych do Zgłoszenia. Podanie nazwy Uczestnika może wiązać się z nałożeniem dodatkowej opłaty w wysokości 1000 zł netto + 23% VAT (patrz lub dyskwalifikacją Zgłoszenia.**
- 36. Po zamknięciu Zgłoszenia na Platformie, należy zebrać podpisy i pieczętki pod następującymi oświadczeniami oraz przesłać ich skan do Organizatora wraz z potwierdzeniem dokonania opłat:**
- „Oświadczenie Klienta o prawdziwości danych oraz zgoda na publikację” (dalej „**Oświadczenie Klienta**”)
 - „Oświadczenie Instytucji / instytutu badawczego o prawdziwości danych” (dalej „**Oświadczenie Instytutu**”)
 - Podpisane Oświadczenia wraz z potwierdzeniem dokonania Opłaty zgłoszeniowej i opłat za udział Uczestników w konkursie (dalej „**Potwierdzenie Opłaty**”) należy przesłać do Organizatora na adres email: julia.lubanska@sar.org.pl z dopiskiem „Zgłoszenie Effie 2017” oraz numerem zgłoszenia wygenerowanym na Platformie.
- 37. Wydrukowanie Oświadczenia Klienta i Oświadczenia Instytutu będzie możliwe dopiero po wypełnieniu zgłoszenia w formie elektronicznej i zamknięcia zgłoszenia na Platformie.**
- 38. Za moment prawidłowego dokonania Zgłoszenia uważa się chwilę przesłania Organizatorowi podpisanych dokumentów: Oświadczenia Klienta i Oświadczenia Instytutu wraz z Potwierdzeniem Opłaty, po przednim zamknięciu zgłoszenia na Platformie.**
- 39. Przekroczenie Ostatecznego terminu przyjmowania zgłoszeń, nieprawidłowe przygotowanie Zgłoszenia, lub przesłanie Zgłoszenia w sposób niezgodny z podaną przez Organizatora specyfikacją, uprawnia**

Organizatora do nie przyjęcia Zgłoszenia. W takim przypadku wniesiona Opłata zgłoszeniowa oraz Opłaty za udział w konkursie nie podlegają zwrotowi.

- 40.** Podmiot odpowiedzialny za zgłoszenie otrzyma w ciągu 14 dni roboczych od Ostatecznego terminu informację o brakach formalnych lub nieprawidłowo przygotowanych Dokumentach Zgłoszeniowych z możliwością uzupełnienia ich w ciągu 24 lub 48 godzin.
- 41.** Uczestnicy oświadczają, że:
- a. Zapoznali się z regulaminem Konkursu oraz akceptują wszelkie jego postanowienia.
 - b. Dane podane w zgłoszeniu do Konkursu są zgodne z prawdą, a ich przetwarzanie przez Organizatora będzie zgodne z prawem i nie naruszy prawa ani jakichkolwiek praw osób trzecich.
 - c. Każdemu z Uczestników przysługują prawa do zgłaszanej Kampanii oraz wszystkich przesyłanych, załączanych lub zamieszczanych w ramach Zgłoszenia materiałów (dalej łącznie „**Materiały**”), w zakresie niezbędnym do ich wykorzystania w Konkursie oraz w sposób określony w Regulaminie, a ponadto, że w powyższym zakresie prawa te nie są w żaden sposób ograniczone ani obciążone, a korzystanie z nich w zakresie przewidzianym w Regulaminie nie naruszy prawa ani jakichkolwiek praw osób trzecich, w tym praw własności intelektualnej, chronionej tajemnicy, zobowiązania lub dobrych obyczajów.
 - d. Każdy z Uczestników udziela Organizatorowi oraz Licencjodawcy nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji (dalej „**Licencja**”) na przechowywanie Zgłoszeń i Materiałów („**Materiały**”) oraz korzystanie z nich i rozporządzanie nimi w następujących celach:
 - we wszelkich związanych z Konkursem działaniach informacyjnych, promocyjnych i reklamowych, które obejmować mogą w szczególności wyprodukowanie i rozpowszechnianie wydawnictw papierowych (w tym katalogów) oraz płyt CD/DVD zawierających Materiały, publiczne wystawy, pokazy i prezentacje publiczne, publiczne udostępnianie na stronach internetowych oraz w innych sieciach, w tym telefonii mobilnej, publiczne wyświetlanie, odtwarzanie i nadawanie i reemitowanie audycji, filmów i prezentacji Konkursie, publikowanie w prasie w związku z informowaniem o Konkursie
 - w celach szkoleniowych i muzealnych, obejmujących m.in. prezentację w ramach szkoleń i prelekcji oraz publiczne wystawienie i prezentowanie w salach ekspozycyjnych, udostępnianie w katalogach i archiwach, wraz z prawem do korzystania z dowolnych fragmentów Materiałów i dokonywania w nich zmian wynikających z opracowania redakcyjnego lub niezbędnych z punktu widzenia celów informacyjnych i promocyjnych Konkursu, w szczególności do ich przerywania i komponowania, a także zestawiania z innymi materiałami.

W powyższych celach Organizator jest uprawniony do korzystania z Materiałów na wszelkich znanych polach eksploatacji, w tym wszystkich wskazanych w art. 50 ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Licencja udzielona zostaje na czas nieokreślony, w zamian za możliwość uczestniczenia w Konkursie oraz promocji Zgłaszającego, wraz z prawem udzielania sublicencji.
 - e. Uczestnicy mogą udzielić Organizatorowi oraz Licencjodawcy nieograniczonej czasowo i terytorialnie zgody na publikację treści Formularza zgłoszeniowego, oznaczając odpowiednią zgodę w dokumencie „Oświadczenie Klienta o prawdziwości danych oraz zgoda na publikację”.
 - f. Ponoszą odpowiedzialność za prawdziwość powyższych oświadczeń.
- 42.** Wszelkie nośniki, na których utrwalono Materiały przekazane Organizatorowi, stają się jego własnością z chwilą przekazania.

OPŁATY

- 43.** Opłaty za zgłoszenie, określonej w pkt. 44, dokonuje jedynie Lider 1 (podmiot odpowiedzialny za zgłoszenie).
- 44.** Wysokość Opłaty zgłoszeniowej uzależniona jest od terminu, w jakim Uczestnik zgłosi Kampanię oraz od członkostwa w Stowarzyszeniu Komunikacji Marketingowej SAR:

Termin przyjęcia zgłoszenia	Opłata za zgłoszenie dla członków Organizatora	Opłata za zgłoszenie dla podmiotów spoza Organizatora
I termin: 30.03 – 12.05.17 do godz. 18:00	3500 zł netto + VAT (4305 zł brutto)	4200 zł netto + VAT (5166 zł brutto)
II termin: 13.05 – 22.05.17 do godz. 18:00	5500 zł netto + VAT (6765 zł brutto)	6200 zł netto + VAT (7626 zł brutto)

- 45.** Opłata za zgłoszenie musi być dokonana w formie przelewu na konto Organizatora. Dane do przelewu: Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR: ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa, BZ WBK 27 1090 1056 0000 0000 0602 5684 **z tytułem przelewu „Opłata zgłoszeniowa Effie 2017, numer zgłoszenia”**. W przypadku, gdy Uczestnik zgłasza do konkursu kilka Kampanii, opłata powinna być uiszczona jednym przelewem podając w jego tytule ilość i numery Zgłoszeń.
- 46.** Opłata za zgłoszenie obejmuje:
- czynności związane z przetwarzaniem danych, przyjmowaniem zgłoszeń (Platforma) i czynności kwalifikacji Zgłoszenia,
 - czynności związane z oceną Zgłoszeń on-line,
 - czynności kwalifikacji podczas posiedzeń jury i posiedzeń przewodniczących jury,
 - organizację Gali Konkursu, produkcję statuetek oraz zaproszeń na Galę.
- 47.** W przypadku, gdy w zgłoszeniu bierze udział więcej Uczestników, tj. Lider 2 i każdy Współzgłaszający, każdy z nich musi wnieść opłatę za udział w konkursie, określoną w pkt. 48.
- 48.** Opłata za udział w Konkursie podmiotów wskazanych w pkt. 47 uzależniona jest od członkostwa w Stowarzyszeniu Komunikacji Marketingowej SAR i przedstawia się następująco:

Opłata za udział w Konkursie wnoszona przez Lidera 2 i Współzgłaszających	Opłata dla członków Organizatora	Opłata dla podmiotów spoza Organizatora
	2000 zł netto + VAT (2460 zł brutto)	2700 zł netto + VAT (3321 zł brutto)

- 49.** Opłata za udział w Konkursie powinna zostać uiszczona osobno przez Uczestników wskazanych w pkt. 47 (tj. Lidera 2 lub każdego Współzgłaszającego) w terminie przyjmowania zgłoszeń do Konkursu. Dane do przelewu: Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR: ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa, BZ WBK 27 1090 1056 0000 0000 0602 5684. Prosimy o podanie w tytule numeru zgłoszenia: **„Opłata za udział w konkursie Effie 2017, numer zgłoszenia...”**.
- 50.** Klient nie ponosi Opłaty, poza przypadkiem, kiedy występuje w zgłoszeniu, jako Lider lub, jako Współzgłaszający. Wówczas wnosi odpowiednią opłatę zgodnie z pkt. 44 lub 48.
- 51.** Zgłoszenia w kategorii Pro Bono są zwolnione z opłaty zgłoszeniowej i z opłat za udział Uczestników w konkursie.
- 52.** Instytucje kultury oraz Biura Promocji Miast i Województw zgłaszając kampanie do Konkursu w kategoriach m.in. Turystyka i podróże oraz w kategorii Media, kultura i rozrywka, mogą ubiegać się o rabat lub zwolnienie z opłat zgłoszeniowych. Stosowną zgodę może wydać Komitet Effie.
- 53.** Na Lidera 1 może zostać nałożona dodatkowa opłata (dalej **„Dodatkowa opłata”**) w przypadku braków formalnych i nieprawidłowego przygotowania Zgłoszenia:
- W wysokości 1000 zł netto + 23% VAT (1230 zł brutto) w przypadku umieszczenia logotypów lub nazw Uczestników w Formularzu Zgłoszeniowym, Dokumentach dowodowych lub Materiałach kreatywnych. Prosimy o zapoznanie się z wymaganiami określonymi w pkt. 33 i 35.
 - W wysokości 1000 zł netto + 23% VAT (1230 zł brutto) w przypadku niepełnego zgłoszenia tj.:
 - Brak zamkniętego zgłoszenia na Platformie konkursowej.
 - Brak materiałów kreatywnych.
 - Brak przesłanego drogą mailową Oświadczenia Klienta i/lub Oświadczenia Instytutu (jeżeli dotyczy) zgodnie z pkt 36.
 - Brak podpisów na Oświadczeniu Klienta i/lub Oświadczenia Instytutu (jeżeli dotyczy).
 - W wysokości 500 zł netto + 23% VAT (645 zł brutto) w następujących przypadkach:
 - Brak podania w Formularzu zgłoszeniowym źródeł prezentowanych Danych liczbowych.
 - Prezentowanie osiągniętych wyników Kampanii w Materiałach kreatywnych.
 - Każdorazowa konieczność podmiany Materiałów kreatywnych po zamknięciu zgłoszenia na Platformie.
 - Każdorazowa konieczność zmiany w Dokumentach Zgłoszeniowych. Dodatkowo Uczestnik musi określić, jakie zmiany zostaną wprowadzone i po zamknięciu zgłoszenia ponownie przesłać podpisane Oświadczenia Klienta i Instytutu.
- 54.** Dodatkowe opłaty, naliczane za poszczególne uchybienia, są sumowane. Zgłoszenie zostaje dopuszczone do Konkursu wyłącznie po uiszczeniu przez Lidera 1 Dodatkowej opłaty przelewem przed rozpoczęciem obrad Jury (tj. przed 9 czerwca 2017 r.).
- 55.** W przypadku nie uiszczenia wymaganej Dodatkowej opłaty Zgłoszenie może zostać zdyskwalifikowane.

56. Decyzję o nałożeniu Dodatkowej opłaty lub dyskwalifikacji Zgłoszenia, o których mowa w pkt. 55 podejmuje Komitet Effie.
57. Każdy z Uczestników zobowiązany jest dopełnić we własnym zakresie obiegu dokumentów wewnętrznych Uczestnika potrzebnych do uiszczenia płatności przewidzianej za Zgłoszenie do Konkursu, opłaty za druk nominacji w Katalogu, opłaty za dodatkowe statuetki, zaproszenia na Galę. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za niedopełnienie przez Uczestników formalności (np. nie podanie Organizatorowi nr Purchase Order).
58. Lider 1, którego Kampania została nominowana lub nagrodzona jest zobowiązany do wniesienia opłaty za publikację w katalogu Effie w wysokości 600 zł netto + 23% VAT (738,00 zł brutto). Opłaty należy dokonać na podstawie otrzymanej faktury, wydanej po opublikowaniu katalogu tj. w październiku 2017.
59. Organizator zastrzega sobie prawo do odstąpienia od druku katalogu bez podania przyczyny.

JURY

60. Zwycięskie Kampanie wyłonione zostaną przez jury Konkursu (dalej „**Jury**”), wybrane przez Komitet Effie. Członkowie Jury oświadczają, iż zapoznali się z Regulaminem Jury, w tym z zasadami pracy Jury i zobowiązują się do ich przestrzegania.
61. Wybór zwycięskich Kampanii przez Jury odbywa się na 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**”).
62. Jury obraduje w podziale na grupy jurorskie, oceniające różne Kategorie. Skład grup jurorskich i ocenianych w nich kategorii dostępny będzie na stronie www.effie.pl.
63. Skład kategorii ocenianych w grupach jurorskich może ulec zmianie, jeżeli ilość zgłoszeń w danej grupie znacznie przewyższa ilość w pozostałych grupach.
64. Komitet Effie powołuje przewodniczącego każdej z grup jurorskich (dalej „**Przewodniczący Grupy**”). Przewodniczący Grupy nadzoruje wszystkie etapy pracy Jury, kieruje procesem obrad oraz moderuje dyskusje. Przewodniczący Grupy bierze udział w głosowaniu, na takich samych zasadach jak Juror.
65. Komitet Effie powołuje ponadto przewodniczącego Jury (dalej „**Przewodniczący Jury**”), który nadzorujące i wspiera prace Jury. Przewodniczącemu Jury nie przysługuje prawo do głosowania, z wyjątkiem głosowania nad nagrodą Grand Prix, o której mowa w pkt. 96.
66. Członkowie Jury zobowiązani są do podpisania dostarczonej przez Organizatora klauzuli poufności oraz oświadczenia o wykluczeniu z oceny prac przed rozpoczęciem Etapu I. Nie podpisanie klauzuli wiąże się z rezygnacją z udziału w pracach Jury.
67. 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 2016 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.
 - 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.
 - b. Na Etapie III – wyłączyć się z dyskusji nad danym zgłoszeniem i opuścić salę obrad oraz oznaczyć fakt wyłączenia na Karcie do głosowania znakiem „X”.
68. Organizator, Audytor oraz Przewodniczący Jury będą monitorowali przebieg prac Jurorów.

OBRADY JURY ETAP I i II

69. Celem Etapów I i II jest wyłonienie najefektywniejszych Kampanii i sporządzenie zawierającej je short listy (dalej „**Short lista**”) w poszczególnych Kategoriach.
70. Na Etap I i II składają się:
 - a. Spotkania w grupach na wspólne czytanie zgłoszeń i ich analizę.
 - b. Głosowania on-line – Jurorzy otrzymają od Organizatora indywidualny kod dostępu do Platformy, na której znajdować się będą Kampanie uczestniczące w Konkursie. W terminie wskazanym przez Organizatora Jurorzy muszą ocenić wszystkie Kampanie zgłoszone do Konkursu w Kategoriach, do których zostali przypisani.
71. Etap I trwa od 09.06.2017 do 14.06.2017. Etap II trwa od 26.06.2017 r. do 07.08.2017 r. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może z własnej inicjatywy lub na wniosek Jurorów zmienić czas trwania Etapu II.

72. Juror ma prawo zgłoszenia protestu w związku z zauważonymi uchybieniami. W takim przypadku Organizator weryfikuje z Uczestnikiem dane oprotestowanej Kampanii. W przypadku otrzymania wyjaśnień na zgłoszony protest, Organizator przesyła ich treść do wszystkich Jurorów w danej Kategorii. Juror może przyjąć lub odrzucić wyjaśnienie, wyrażając to poprzez swoją ocenę Kampanii.
73. 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.
74. Na Etapie II Kampanie oceniane są w skali od 1 do 100 punktów w głosowaniu tajnym, w czterech obszarach (dalej „**Obszary oceny**”), którym przypisane są odpowiednie wagi:
 - a. **Wyzwanie strategiczne i przyjęte cele** – Waga tej oceny wynosi **0,23**.
 - b. **Strategia komunikacji** – Waga tej oceny wynosi **0,24**.
 - c. **Egzekucja idei** – Waga tej oceny wynosi **0,23**.
 - d. **Efekty komunikacji** – Waga tej oceny wynosi **0,30**.
75. Na Etapie II Juror może wymieniać się uwagami z innymi Jurorami używając w tym celu funkcji „**Komentarz**”.
76. Jurorzy, po uprzednim uzgodnieniu z Organizatorem, mają możliwość przenoszenia Kampanii pomiędzy Kategoriami, jeżeli uznają, że Praca została zgłoszona w niewłaściwej Kategorii.
77. Po upływie dnia wyznaczonego jako ostatni dzień Etapu II, dostęp do Platformy zostanie zablokowany.
78. Po zakończeniu Etapu II Audytor obliczy procentowy stosunek oddanych ważonych ocen. Prace proponowane do Short listy to te, które uzyskały co najmniej 60 punktów.
79. Komitet Organizacyjny może zmienić dla wybranych lub wszystkich Kategorii procentowy próg, którego osiągnięcie uprawnia do znalezienia się na liście Nominacji.
80. Organizator jest uprawniony do pozbawienia Jurora prawa uczestnictwa w kolejnych etapach oceny w następujących przypadkach:
 - a. Na Etapie II w przypadku, gdy Juror nie weźmie udziału w spotkaniu na Etapie I.
 - b. Na Etapie III w przypadku, gdy Juror na Etapie II nie odda głosów na wszystkie Kampanie zgłoszone do Konkursu w Kategoriach, do których został przypisany, w terminie wskazanym przez Organizatora.

OBRADY JURY ETAP III

81. Celem Etapu III (zwanego też „**Obradami Jury**”) jest wybór prac, które zostaną nagrodzone. Etap III odbędzie 07.09.2017 roku w miejscu wskazanym przez Organizatora.
82. Niestawienie się Jurora na Obradach Jury nie wstrzymuje Obrad Jury i nie stanowi przeszkody do przeprowadzenia głosowania podczas jego nieobecności.
83. W ramach Etapu III Jurorzy:
 - a. zapoznają się z protestami Jurorów z Etapu I i II oraz wyjaśnieniami przygotowanymi przez Uczestników, dotyczącymi Kampanii na Short liście;
 - b. dokonują przeglądu kampanii na Short liście, dyskutują nad każdą Kampanią, porównują ją z innymi z danej kategorii;
 - c. głosują nad przejściem każdej Kampanii z Short listy na listę Nominacji (dalej „**Lista Nominowanych**”) w głosowaniu jawnym zwykłą większością głosów poprzez podniesienie ręki;
 - d. dokonują oceny Kampanii z Listy Nominowanych poprzez samodzielne głosowanie na nagrody na kartach do głosowania. Karty opatrzone są imieniem i nazwiskiem oraz podpisem jurora w celu weryfikacji ilości głosów przez Audytora.
84. Na wniosek jurora istnieje możliwość wrócenia do dyskusji nad kampanią, która nie weszła na Short listę pod warunkiem, że większość jurorów w grupie poprze ten wniosek. Kampania ta może być poddana głosowaniu nad wciągnięciem jej na listę Nominacji.
85. 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.
86. Pozostawienie danej Kampanii bez oceny lub wpisanie oceny w innej niż przyjęta skali powoduje, iż dany głos nie będzie brany pod uwagę przy obliczaniu średniej dla danej Kampanii. Ponadto Juror obowiązany jest parafować każdą poprawkę na Karcie. Jakikolwiek poprawki bez parafowania ich przez Jurora powoduje, iż dany głos nie będzie brany pod uwagę.
87. Juror przekazuje wypełnioną Kartę przedstawicielowi Audytora po dokonaniu oceny wszystkich Kampanii z danej Kategorii.
88. Po zebraniu Kart w ramach wszystkich Kategorii Konkursu, Audytor w terminie nie dłuższym niż tydzień od dnia zakończenia Obrad Jury zsumuje punkty przyznane przez Jurorów poszczególnym Kampaniom. Następnie zostanie obliczona średnia ocen w zaokrągleniu do dwóch miejsc po przecinku (dalej „**Ocena**”).

- 89. Przy obliczaniu Oceny dla danej Kampanii nie bierze się pod uwagę Jurorów wyłączonych od głosowania nad tą Kampanią.
- 90. Po obliczeniu wyników głosowania Audytor bezzwłocznie przekaże je Organizatorowi. Treść Kart jest dostępna wyłącznie dla Organizatora, Audytora oraz ich przedstawicieli.
- 91. Oceny Jury są poufne, nie podlegają dyskusji i nie mogą być przedmiotem reklamacji. Jury nie ma obowiązku uzasadniania swoich wyborów i ocen.

NAGRODY

- 92. Kampanie z listy Nominowanych ocenione przez Jury zostają zakwalifikowane do następujących nagród („Nagrody”):
 - a. Kampania, która uzyskała powyżej 60, ale nie więcej niż 70 punktów zostaje zakwalifikowana do brązowego Effie („**Brązowe Effie**”);
 - b. Kampania, która uzyskała powyżej 70, ale nie więcej niż 80 punktów zostaje zakwalifikowana do srebrnego Effie („**Srebrne Effie**”);
 - c. Kampania, która uzyskała powyżej 80 punktów zostaje zakwalifikowana do złotego Effie („**Złote Effie**”).

Kampania, która uzyskała od 50, ale nie więcej niż 60 punktów pozostaje na Liście Nominowanych („**Nominacja Effie**”).
- 93. Komitet Effie może podjąć decyzję o zmianie powyżej zdefiniowanych przedziałów punktów.
- 94. Liczba Nagród, o których mowa w punkcie 92 a-c, w danej Kategorii nie może przekroczyć 3.
- 95. W przypadku otrzymania przez Kampanie takiej samej liczby punktów, która stoi na przeszkodzie zastosowania pkt. 94 Regulaminu, Komitet Effie może podjąć decyzję o przyznaniu nagrody ex aequo.
- 96. Kampanie nagrodzone Złotym Effie z zastrzeżeniem pkt. 97 biorą udział w dyskusji nad przyznaniem nagrody Grand Prix (dalej „**Grand Prix**”).
- 97. Kampanie w kategoriach: Pro Bono oraz Edukacja społeczna i kampanie CRS nie biorą udziału w dyskusji nad przyznaniem nagrody Grand Prix.
- 98. O przyznaniu Grand Prix decyduje Przewodniczący Jury wraz z Przewodniczącymi Grup Jurorskich.
- 99. Organizator zastrzega sobie prawo do nieprzyznania Grand Prix bez podania przyczyny.
- 100. **Lider 1, którego Kampania znalazła się na Liście Nominowanych otrzymuje 2 jednoosobowe zaproszenia na Galę Effie, bez względu na ilość Uczestników w Zgłoszeniu.**
- 101. **Lider 1, którego Kampania nie znalazła się na Liście Nominowanych otrzymuje 1 jednoosobowe zaproszenie na Galę Effie, bez względu na ilość Uczestników w Zgłoszeniu.**
- 102. Dodatkowe zaproszenia można dokupić w biurze Organizatora po wypełnieniu stosownego formularza zamówienia dostępnego na stronie internetowej Organizatora. Koszt zaproszenia wynosi 450 zł netto + 23% VAT (553,50 zł brutto) dla członków Organizatora oraz 550 zł netto + 23% VAT (676,50 zł brutto) dla innych podmiotów.
- 103. **Lider 1, którego Kampania została nagrodzona Brązowym, lub Srebrnym lub Złotym Effie otrzymuje 2 statuetki (dla Lidera 1 i dla Klienta), bez względu na ilość Uczestników.**
- 104. Dodatkowe statuetki można zamówić w biurze Organizatora po wypełnieniu stosownego formularza zamówienia do dnia 28.09.2017. Koszt statuetki wynosi 1500 zł netto + 23% VAT (1845,00 zł brutto). Uczestnicy, których Kampania została nagrodzona Grand Prix Effie otrzymują statuetki bezpłatnie.

RANKINGI

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

	Kategorie konkursowe poza Long term marketing excellence	Kategoria Long term marketing excellence
Nominacja	2 punkty	3 punkty
Brązowe Effie	4 punkty	5 punktów
Srebrne Effie	6 punktów	7 punktów
Złote Effie	8 punktów	10 punktów
Grand Prix	12 punktów	12 punktów

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

REKLAMACJE

- 108.** Wszelkie reklamacje dotyczące sposobu przeprowadzenia Konkursu mogą być zgłaszane za pośrednictwem e-maila na adres julia.lubanska@sar.org.pl w nieprzekraczalnym terminie 7 dni od dnia zaistnienia podstawy reklamacji, z tym, że reklamacje zgłoszone po dniu 03.11.2017 nie będą rozpatrywane.
- 109.** Reklamacja powinna zawierać: imię, nazwisko oraz adres e-mail Uczestnika, jak również wskazywać powód/powody reklamacji oraz ich dokładny opis.
- 110.** 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.
- 111.** Reklamacje rozpatrywane będą w ciągu 14 dni od dnia ich otrzymania. O rozpatrzeniu i wyniku rozpatrzenia reklamacji Uczestnik zostanie powiadomiony poprzez wiadomość e-mail.
- 112.** 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.
- 113.** Werdykt Jury w zakresie wyboru Nominacji, Nagród oraz Grand Prix nie podlega reklamacji. Reklamacje w tym zakresie Organizator pozostawia bez rozpoznania.

DANE OSOBOWE

- 114.** Administratorem danych osobowych podanych w ramach Konkursu jest Organizator.
- 115.** Dane osobowe przetwarzane będą w celu przeprowadzenia Konkursu. Za zgodą Uczestnika Dane osobowe przetwarzane będą również w innych celach, w tym w celach marketingowych.
- 116.** Uczestnik ma prawo dostępu do treści swoich Danych osobowych oraz do ich poprawiania. Ponadto Uczestnik jest zobowiązany do poinformowania Organizatora o jakiegokolwiek ich zmianie.
- 117.** Dane osobowe podawane są dobrowolnie, jednak ich niepodanie przez Uczestnika lub niewyrażenie przez niego zgody na ich przetworzenie w celu przeprowadzenia Konkursu uniemożliwia wzięcie udziału w Konkursie.

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

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