

KULDMUNA 2011
Eesti Reklaamiagentuuride Liidu reklaamikonkurss

JUHEND TÖÖDE ESITAMISEKS

Reklaamikonkursi Kuldmuna 2011 eesmärk on välja selgitada Eesti reklaamitegijate poolt eelmisel kalendriaastal avaldatud parimad reklaamid ja nende tegijaid vastavalt auhinnata.

Tööde vastuvõtt konkursile algab 4. aprillil 2011 ning kestab kuni 29. aprillini 2011.

Konkursi korralduse eest vastutab Eesti Reklaamiagentuuride Liit (ERAL).

Korraldust puudutavatele ja tööde esitamise sisulistele küsimustele vastab Merike Smolski (info@eral.ee).

Juhend on kinnitatud ERALi juhatuse poolt.

Küsimused, mis ei ole antud juhendiga reguleeritud, lahendab ERALi juhatus.

Sisukord

Reklaami kategooriad ja tehniline info	4
Disaini kategooriad ja tehniline info	7
Tööde esitamine	9
Osalemine	10
Konkursil osalejate õigused ja kohustused	11
Žürii, hindamine ja eriauhinnad	13

Kategooriad ja tehniline info

REKLAAM

1. telereklaam, kinoreklaam;

1.1. Teenused

pangandus, mobiilside, telefoniside, auto teenindus, kaubandus, bensiinjaamad, transporditeenus (rong, buss, laev, lennuk), kullerteenus, kindlustus, toitlustus (restoranid jne), elekter jms

1.2. Toiduained

kõik söödav ja joodav, alkohol

1.3. Varia

tehnika, tööstus, kütus, autod, arvutid, mobiiltelefonid (toote reklaam), televiisorid, tööstuskaubad (näiteks valgustid), ehituskaup (värvid, ukсед, aknad, soojustus, klaas jne), erinevad tööstused (näiteks puidutööstus, trükikojad) ning kõik muu, mis ei mahu eelnevate valdkondade alla (ravimid, meediaväljaanded, riigiasutused, ministeeriumid jne)

Tehnilised tingimused tööde esitamiseks:

a) faili formaat: MPEG-4 (Quicktime 7); üks fail töö kohta.

- mõõt: 640 x 480 PAL
- video: 1200 kbits/sek
- heli: 96 kbits/sek; stereo

b) lisaks tuleb esitada ekraanipilt filmi kõige paremini iseloomustavast kaadrist.

Faili formaat: JPEG

Faili parameetrid:

- resolutsioon: 72 dpi
- *high compression quality, 8 in Photoshop, around 80%*
- mõõdud: min. 1024 x 768

2. välireklaam (s.h erilahendused nii sise- kui välisruumides), poster;

2.1. Teenused

pangandus, mobiilside, telefoniside, auto teenindus, kaubandus, bensiinjaamad, transporditeenus (rong, buss, laev, lennuk), kullerteenus, kindlustus, toitlustus (restoranid jne), elekter jms

2.2. Toiduained

kõik söödav ja joodav, alkohol

2.3. Varia

tehnika, tööstus, kütus, autod, arvutid, mobiiltelefonid (toote reklaam), televiisorid, tööstuskaubad (näiteks valgustid), ehituskaup (värvid, ukсед, aknad, soojustus, klaas jne), erinevad tööstused (näiteks puidutööstus, trükikojad) ning kõik muu, mis ei mahu eelnevate valdkondade alla (ravimid, meediaväljaanded, riigiasutused, ministeeriumid)

Tehnilised tingimused tööde esitamiseks:

Faili formaat: RGB JPEG; maksimaalselt kaks faili töö kohta.

Faili parameetrid:

- resolutsioon: 300 dpi
- *high compression quality, 8 in Photoshop, around 80%*
- formaat A4

3. trükireklaam;

3.1. Teenused

pangandus, mobiilside, telefoniside, auto teenindus, kaubandus, bensiinjaamad, transporditeenus (rong, buss, laev, lennuk), kullerteenus, kindlustus, toitlustus (restoranid jne), elekter jms

3.2. Toiduained

kõik söödav ja joodav, alkohol

3.3. Varia

tehnika, tööstus, kütus, autod, arvutid, mobiiltelefonid (toote reklaam), televiisorid, tööstuskaubad (näiteks valgustid), ehituskaup (värvid, ukсед, aknad, soojustus, klaas jne), erinevad tööstused (näiteks puidutööstus, trükikojad) ning kõik muu, mis ei mahu eelnevate valdkondade alla (ravimid, meediaväljaanded, riigiasutused, ministeeriumid)

Tehnilised tingimused tööde esitamiseks:

Faili formaat: RGB JPEG; üks fail töö kohta.

Faili parameetrid:

- resolutsioon: 300 dpi
- *high compression quality, 8 in Photoshop, around 80%*
- formaat A4

4. raadioreklaam;

4.1. Teenused

pangandus, mobiilside, telefoniside, auto teenindus, kaubandus, bensiinjaamad, transporditeenus (rong, buss, laev, lennuk), kullerteenus, kindlustus, toitlustus (restoranid jne), elekter jms

4.2. Toiduained

kõik söödav ja joodav, alkohol

4.3. Varia

tehnika, tööstus, kütus, autod, arvutid, mobiiltelefonid (toote reklaam), televiisorid, tööstuskaubad (näiteks valgustid), ehituskaup (värvid, ukсед, aknad, soojustus, klaas jne), erinevad tööstused (näiteks puidutööstus, trükikojad) ning kõik muu, mis ei mahu eelnevate valdkondade alla (ravimid, meediaväljaanded, riigiasutused, ministeeriumid)

Tehnilised tingimused tööde esitamiseks:

Faili formaat: mp3; üks fail töö kohta.

Faili parameetrid:

- sagedus: 44,1 Khz
- bit rate: 16 bit
- stereo

5. postitatud reklaam;

hinnatakse postitatud (minimaalne kogus 20 tk) nii B2B kui ka B2C suunitlusega töid, mida on levitatud traditsioonilise postiteenistuse vahendusel; firkakingitused postitatud reklaamina ei kvalifitseeru.

Tehnilised tingimused tööde esitamiseks:

Faili formaat: RGB JPEG; maksimaalselt neli faili töö kohta.

Faili parameetrid:

- resolutsioon: 300 dpi
- *high compression quality, 8 in Photoshop, around 80%*
- formaat A4

6. kampaania;

hinnatakse ühe kampaania sõnumi edastamise originaalsust erinevates kanalites. Konkursile esitatavate kanalite ja kampaania sõnumite kandjate arv ei ole piiratud (sh näiteks massimeedia, POS materjalid, internet, otsepost, reklaamkingitused jms). Minimaalselt peab olema esitatud 3 eri kandjat kampaania kohta.

Kampaania kategoorias antakse välja kolm komplekti auhindu:

6.1. kampaania eelarvega kuni 500 000 krooni

6.2. kampaania eelarvega üle 500 000 krooni

6.3. sotsiaalkampaania

Kampaania eelarve sisaldab kogu kampaania maksumust – meedia, ettevalmistus, tootmine, postitus jne

Tehnilised tingimused tööde esitamiseks:

Kampaania kandjate tehnilised tingimused peavad vastama kategooriate (TV/kino, raadio, trükireklaam, välireklaam, postitatud reklaam) tehnilistele tingimustele.

Kampaania interneti-bänneri faili formaadid:

a) JPEG; maksimaalselt neli faili töö kohta.

Faili parameetrid:

- resolutsioon: 72 dpi
- b) .swf (flash); ilma igasuguste väliste või sidusfailideta, maksimaalne suurus 2 Mb.
- NB! Flashi ajal ei tohi olla aktiivseid linke või brauseri aktiveerimist.

1. Digitaalne reklaam;

Kategooriad ja tehniline info:

1.1 Ettevõtete ja organisatsioonide kodulehed (klassikalises mõistes kodulehed)

- Veeb peab olema hinnatavas olekus avalik.
- Esitada lehekülje aadress (link)
- Esitada kuni 3 vaadet jpg/png formaadis
- Juhul kui töö on avaldatud enne 2009 aastat, siis peab olema toimunud oluline muudatus, kasutajate poolel 2010 aastal, mis on vaja esitamisel välja tuua.
- Miks esitatakse
- Tulemused

1.2 Rakendus -(startup, e-maksekesus, internetipank, e-pood jne)

- Rakendus peab olema hinnatavas olekus avalik.
- Esitada lehekülje aadress (link)
- Esitada kuni 3 vaadet jpg/png formaadis
- Juhul kui töö on avaldatud enne 2009 aastat, siis peab olema toimunud oluline muudatus, kasutajate poolel 2010 aastal, mis on vaja esitamisel välja tuua.
- Miks esitatakse
- Tulemused

1.3 Kampania (saata võib ka bänner, kampanialeht, sotsiaalne media)

- Kampania komponendid peavad olema esitatud toimival kujul linkidena.
- Esitada aadressid (link)
- Esitada kuni 3 vaadet jpg/png formaadis
- Juhul kui töö on avaldatud enne 2009 aastat, siis peab olema toimunud oluline muudatus, kasutajate poolel 2010 aastal, mis on vaja esitamisel välja tuua.
- Miks esitatakse
- Tulemused

2. DISAIN

2.1 graafiline disain – aastaaruanded, brošüürid, muud trükised;

Tehnilised tingimused tööde esitamiseks:

Faili formaat: JPEG, JPG, RGB; maksimaalselt neli faili töö kohta.

Faili parameetrid:

- resolutsioon: 300 dpi
- formaat A4

- füüsiline näidis

2.2 firmastiilid ja brändid;

Tehnilised tingimused tööde esitamiseks:

Faili formaat: JPEG, JPG, RGB; maksimaalselt neli faili töö kohta.

Faili parameetrid:

- resolutsioon: 300 dpi
- formaat A4
- väljatrükk maksimaalselt A3

2.3 illustratsioon;

Tehnilised tingimused tööde esitamiseks:

Faili formaat: JPEG, JPG, RGB; maksimaalselt neli faili töö kohta.

Faili parameetrid:

- resolutsioon: 300 dpi
- formaat A4
- väljatrükk maksimaalselt A3

2.4 reklaamfoto;

Tehnilised tingimused tööde esitamiseks:

Faili formaat: JPEG, JPG, RGB; maksimaalselt neli faili töö kohta.

Faili parameetrid:

- resolutsioon: 300 dpi
- formaat A4
- väljatrükk maksimaalselt A3

2.5 pakend;

Tehnilised tingimused tööde esitamiseks:

Faili formaat: JPEG, JPG, RGB; maksimaalselt neli faili töö kohta.

Faili parameetrid:

- resolutsioon: 300 dpi
- formaat A4
- füüsiline näidis

Tööde esitamine

1. Kõik tööd tuleb esitada pidades kinni juhendis toodud tähtaegadest ning juhendis toodud tehnilistest ja muudest nõuetest. Hilinenud ja / või mittenõuetekohaselt esitatud töid konkursile ei lubata.
2. Kõik konkursile esitatavad tööd tuleb registreerida. Töid saab registreerida ainult internetikeskkonnas www.eral.ee vastavalt seal esitatud juhistele.
3. Iga konkursile esitatud üksiku töö eest (ka seeria) tasub selle esitanud agentuur osalemistasu 50 EUR + käibemaks (20%) Eesti Reklaamiagentuuride Liidu arveldusarvele 221011309249 Swedpangas vastavalt osalemise kinnitusel olevatele tingimustele.
4. Iga konkursile esitatud töö kategoorias Kampaania eest tasub selle esitanud isik osalemistasu 95 EUR + käibemaks (20%) Eesti Reklaamiagentuuride Liidu arveldusarvele 221011309249 Swedpangas vastavalt osalemise kinnitusel olevatele tingimustele. Osalemistasu ei kuulu tagastamisele.
5. Postitatud reklaami kategooria tööde puhul on soovituslik lisaks töö digitaalsele esitamisele esitada ka töö originaal. Nimetatud tööde originaaleksplarile tuleb lisada täpne viide töö digitaalse versiooni esitamisel esitatud andmetele, et garanteerida seos failide ja füüsilise näidise vahel. Näidis tuleb saata või tuua kohale aadressile: Kuldmuna 2011, Euroopa Hotell, Paadi 5, 10151 Tallinn. Töid hoitakse alles kuni 15. mai 2011
6. Konkursile esitatud tööd, mis moodustavad seeria, esitatakse eraldi, kuid kohustuslik on märkida töö esitamisel ankeeti "Seeria: 1 töö 3st"
7. Kampaania kategooria tööde puhul on kohustuslik töö esitamisel:
 - a) Esitada kampaania ülesande püstitus, turundusega seotud eesmärgid, kommunikatsiooni eesmärgid. Maks. 150 sõna.
 - b) Kampaania elluviimise kirjeldus, visuaalid jm kampaania juurde käiv kirjeldav materjal. Maks. 150 sõna.
 - c) Mis juhtus kampaania tagajärjel? Kas püstitatud eesmärgid said täidetud? Kirjeldada kampaania mootorikat, mida uut suudeti ellu viia? Maks. 150 sõna.
8. Disainitööde puhul peab lisaks töö digitaalsele esitamisele esitama ka töö originaali (füüsiline näidis). Originaaleksplar tuleb märgistada samade andmetega, mis töö digitaalsel esitamisel, et garanteerida seos failide ja füüsilise näidise vahel. Näidis tuleb saata või tuua kohale aadressile: Kuldmuna 2011, Euroopa Hotell, Paadi 5, 10151 Tallinn Töid hoitakse alles kuni 15. mai 2011

LOE JÄRGMIST PUNKTI! TÄHTIS!

9. Disainitööde numbrite süsteem

- 9.1. Registreerimismootor genereerib igale tööle unikaalse numברי. Nende numbrite järgi sorteeritakse tööd žüriitöö tarvis. Ilma numbrita tööd EI HINNATA. Näidistele tuleb numbrid

kinnitada/kirjutada kohale, mis ei takista töö sisulist mõistmist ja hindamist.

9.2. Ümbrik/pakend, millega töö saadetakse tuleb nähtavalt numbriga ära märkida. Iga töö füüsiline

näidis tuleb eraldi pakendada nii, et oleks võimalik tööd eraldi kategooriatesse jagada.

Numbrite

alusel kontrollitakse läbi registreerimismootori tööde vastavust kategooriale.

Osalemine

1. Konkursil osalevad ainult Eesti Vabariigis registreeritud firmade ja/või Eesti Vabariigis alalist elukohta ning elamis- ja töölooma omavate autorite poolt loodud reklaamid/tööd.
1. Konkursil osalevad ainult need tööd, mis on esmakordselt avaldatud mitte varem kui 01.01.2010 ja mitte hiljem kui 31.12.2010.

Tööde avaldamiseks loetakse:

- o telereklaami puhul esitamist litsentsi omava telejaama programmis; kinos linastunud reklaamklipid; internetis avaldatud reklaamklipid;
- o välireklaami puhul avalikku eksponeerimist avalikus ruumis või avalikes kohtades asuvatel reklaamipindadel (sh kaubandusasutuste ja muude aktiivsete ühiskondlike asutuste avalik siseruum);
- o trükireklaami puhul avaldamist trükituna levitatava ajakirjandusväljaandes;
- o raadioreklaami puhul esitamist litsentsi omava raadiojaama programmis või kaubanduskeskuse siseraadios;
- o postitatud reklaami puhul postitatud (minimaalne kogus 20 tk) reklaami üleandmist selle tarbijale.

Muud tingimused:

- a. Konkursil ei osale tööd, mis ei ole valmistatud tasu eest kliendi tellimusel, va sotsiaalse sisuga tööd. Erinevates kategooriates esitatud enesereklaamid kandideerivad vaid eriauhinnale Parim Enesereklaam.
- b. Konkursil osalevad tööd peavad vastama avaldatud asukohamaa kehtivale seadusandlusele
- c. Žürii esimehed esitavad ERALI juhatusele kinnitamiseks lõpliku nimekirja töödest, mis konkursile kvalifitseeruvad 2.05.2011.
- d. Žürii esimehel on õigus töid, mis ei vasta osalemise tingimustele, mitte kvalifitseerida (sh plagiaadid).
- e. Žürii esimehel ja ERALI juhatuse liikmetel on õigus nõuda esitatud tööde kohta tõendusmaterjale, mis kinnitavad töö vastavust käesoleva juhendi nõuetele.
- f. Konkursil osalevad ainult need tööd, mille eest on osalemise tasu makstud hiljemalt 2.05.2011.

Konkursil osalejate õigused ja kohustused

1. Töö konkursile esitanud isik annab konkursi korraldajatele õiguse demonstreerida esitatud tööd või töö osa konkursil ja konkursiga seotud materjalides nii konkursi ajal kui enne ja pärast konkursi ilma selle eest tasu ja/või kompensatsiooni nõudmata.
2. Konkursi korraldajal on õigus punktis 1. nimetatud õigusi edasi anda isikutele, kes on seotud konkursi materjalide valmistamise ja/või avaldamisega.
3. Töö konkursile esitanud isik peab tagama töö autoriõiguste kasutamiseõiguse omaniku nõusoleku töö osalemiseks konkursil ning töö demonstreerimiseks punktis 1 toodud alustel.

4. Konkursil auhinnatud tööde autoritel on õigus kasutada vastavat auhinda enda reklaamimisel tingimusel, et konkursi ja auhinna nimetus on selgesti esile toodud ega võimalda väärtõlgendamist.

Žürii, hindamine ja eriauhinnad

Žürii moodustamine

1. Konkursi tööde hindamiseks moodustatakse žürii.
2. Žürii koosneb paaritust arvust liikmetest (7) + zhürii esimees, kes on oma ala professionaalid.
3. ERAli juhatus kinnitab žürii nimekirja.

Žürii esimees

1. Reklaami kategooriad jagunevad 3 žüriiks
 - Tele- ja raadio žürii
 - Print/outdoor/kampaania žürii
 - Disain ja Postitatud žürii
2. Igal žüriil on oma esimees
3. Žürii esimees leitakse ERAli juhatuse poolt.
4. Žürii esimees juhib žürii tööd.
5. Žürii esimehel ei ole hääleõigust.
6. Žürii esimees informeerib žüriiliikmeid hindamiskriteeriumite ja reeglite osas.
7. Žürii esimees juhib žüriid hindamisprotsessis ning jälgib, et täidetakse kokkulepitud reegleid.
8. Žürii esimees teavitab ERAli juhatust hindamisprotsessi takistavatest probleemidest.

Hindamiskriteeriumid

Reklaamikonkursil Kuldmuna 2011 esitatud tööde hindamise aluseks on kõrge loominguline ja teostuslik tase ning originaalsus.

Hindamisprotsess

Reklaami kategooriad

Hääletamine toimub kolmes etapis digitaalselt registreerimise käigus loodud andmebaasi vahendusel, kus on informatsioon hinnatavate tööde kohta. Hindamine toimub kategooriate kaupa. Juhul, kui žüriiliige on seotud hinnatava töö esitajaga (on töö tellija, kuulub töö esitanud firma juhatusse, on juhtkonna liige või palgaline töötaja), ei ole tal vastava töö suhtes hääletamisõigust.

Disaini kategooriad

Žürii otsused on lõplikud. Žürii hindab tööde puhul idee värskest/originaalsust ning teostuse kvaliteeti.

Žürii ei ole kohustatud auhinna jagama juhul kui žürii otsustab, et auhinna väärilisi töid ei ole.

Hindamine toimub kahes etapis. Esimese etapi käigus valitakse lihtenamuse hääletusel välja shortlist.

Shortlisti saavad tööd mida vähemalt pool žüriist hindab olema piisavalt heaks, et väärida äramärkimist.

Eriauhinnad

1. **Aasta Agentuur** – auhinna saab enim punkte kogunud reklaamiagentuur, punktiarvestusse lähevad nii reklaami- kui disainikategooria tööd. Punktid arvutatakse järgmiselt: kuld 10 p, hõbe 7 p, pronks 5 p, Grand Prix 10 p, Parim Meedialahendus 4 p, teised finalistid 1 p. Lisaks peab Aasta Agentuuri auhinna saajal olema vähemalt üks Kuldmuna reklaamikategoorias.
2. **Grand Prix** – auhinna saaja valitakse žürii poolt reklaami kategooriate Kuldmunade võitjate vahel.
3. Žüriil on õigus lisaks eeltoodud auhindadele jagada täiendavaid eriauhindu silmatorkavatele töödele ühes või teises vallas (näiteks: Parim Klient, Parim Eesti Päritolu Muusika Kasutamine Reklaamis, Parim Reklaamtekst, Parim Enesereklaam vms). Eriauhinnad punkte ei anna.