



BAŞVURU KILAVUZU

Kreatif Malzemeler

KATEGORİLER

SİSTEME YÜKLENMESİ ZORUNLU MALZEMELER

REKLAMCILAR DERNEĞİ'NE TESLİM EDİLMESİ ZORUNLU MALZEMELER

REKLAM FİLMİ

Yayınlanacağı şekliyle gönderilmelidir.

F FİLM TV & SİNEMA - Tüm Alt Kategoriler

O ONLINE FİLM - Tüm Kategoriler

YY YAPIM YÖNETİM - Tüm Alt Kategoriler

M MÜZİK - Tüm Alt Kategoriler (Tercihen, Ses Dosyasının Yanı Sıra)

Seçici Kurul Değerlendirmeleri: reklam filminin kendisi; HD 1920 x 1080, MP4 H.264, 8 Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.
Reklam filmini hatırlatıcı görsel; 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB.
Sektör Askı Süreci: reklam filminin kendisi; 552 x 310 piksel çözünürlük, MP4 H.264, 1Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.

Reklam
Film

Askı
Film

Reklam Filminin Tamamı: HD 1920 x 1080, MP4 H.264, 8 Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.
Ödül töreni için 20 sn cut (TRAILER): 1920 x 1080, Quicktime Apple Pro Res Codec 4:2:2 formatında, 48kHz 16bit Stereo ses.
DVD/Flash Diskte. Başvuru referans numarası ile dosya isimlendirme örnek: FOX-1234-MASTER, FOX-1234-TRAILER

HD
Film

Cut

KREATİF GÖRSEL

Yayınlanacağı şekliyle gönderilmelidir.

B BASIN - Tüm Alt Kategoriler

BYB BASIN - Tüm Alt Kategoriler

AA POSTER, BILLBOARD - Tüm Alt Kategoriler

BYA AÇIKHAVA - Tüm Alt Kategoriler

T TASARIM - Afiş, Tipografi, İllüstrasyon, Fotoğraf Rötüş

Seçici Kurul Değerlendirmeleri için
Kreatif görsel; 72 dpi, JPEG, RGB. Yatay konumlandırılmalar için maksimum 1920 piksel en, dikey konumlandırılmalar için maksimum 1080 piksel boy.
Sektör Askı Süreci için 72 dpi, JPEG, RGB. Yatay konumlandırılmalar için maksimum 552 piksel en, dikey konumlandırılmalar için maksimum 310 piksel boy.

Görsel

Askı
Film

Kreatif Görsel 72 dpi, JPEG, RGB. Yatay görseller en fazla 1920 px en, dikey görseller en fazla 1080 px boy.
Kreatif Görsel Çıktısı yayınlandığı boyutta (Açık hava/Tasarım için kategoriye bakınız), A3 siyah kartona 10 cm paspartulu yapılandırılmış.
DVD/Flash diskte. Dosya isimlendirme örnek: BOX-1234; Çıktılar başvuru ref. no. ile etiketlenirilmiş olarak iletilmelidir.

Görsel

Çıktı

PROJE FİLMİ

M MEDYA - Tüm Alt Kategorilerde Mecburidir

D DİJİTAL & SOSYAL MEDYA - Tüm Alt Kategoriler

O17 VİRAL FİLM - Reklam Filmine Ek Olarak Mecburi

PD PROMOSYON AKTİVASYON & D. PAZARLAMA - Tüm Alt Kategoriler

AB ETKİLEŞİMLİ & DİJİTAL AÇIKHAVA

AC KÜÇÜK & BÜYÜK ÖLÇEK AÇIKHAVA

T TASARIM - Tüm Alt Kategoriler (Tercihen)

Seçici Kurul Değerlendirmeleri için proje filmi, en fazla 120 sn süreli, HD 1920 x 1080, MP4 H.264, 8 Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.
Proje filmini hatırlatıcı görsel; 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB.
Sektör Askı Süreci için proje filminin 552 x 310 piksel çözünürlük, MP4 H.264, 1Mbps, MP3 192 kbps stereo ses formatlı kopyası.

Proje
Film

Askı
Film

Proje Filminin Tamamı HD 1920 x 1080, MP4 H.264, 8 Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.
Ödül töreni için 20 sn cut (TRAILER): 1920 x 1080, Quicktime Apple Pro Res Codec 4:2:2 formatında, 48kHz 16bit Stereo ses.
DVD/Flash Diskte. Başvuru referans numarası ile dosya isimlendirme örnek: MOX-1234-MASTER, FOX-1234-TRAILER

HD
Film

Cut

PROJE TABLOSU

M MEDYA - Tüm Alt Kategorilerde Mecburidir

O17 VİRAL FİLM - Proje Filmi Olmaması Durumunda

D04 KAMPANYA - Reklam Filmine (Varsa) Ek Olarak

PD PROMOSYON AKTİVASYON & D. PAZARLAMA - Tüm Alt Kategoriler (Proje Filmi Olmaması Durumunda)

AB ETKİLEŞİMLİ & DİJİTAL AÇIKHAVA

AC KÜÇÜK & BÜYÜK ÖLÇEK AÇIKHAVA

T TASARIM - Tüm Alt Kategoriler (Tercihen)

Seçici Kurul Değerlendirmeleri için proje tablosu. Medya: A2 boyutunda, 72 dpi, JPEG, RGB. Diğer kategoriler: 1920 x 1080, 72 dpi, JPEG, RGB.
Sektör Askı Süreci için proje tablosu 72 dpi, JPEG, RGB. Yatay konumlandırılmalar için maksimum 552 piksel en, dikey konumlandırılmalar için maksimum 310 piksel boy.

Proje
Tablosu

Askı
Görsel

Proje Tablosu A2 (yatay ya da dikey) boyutunda, 72 dpi, JPEG RGB.

Ödül töreni için: Proje tablosu yatay görsellerde en fazla 1920 px en, dikey görsellerde en fazla 1080 px boy, 72 dpi, JPEG RGB.

DVD/Flash Diskte. Başvuru ref. no. ile dosya isimlendirme örnek: MOX-1234-PROJE-A2, MOX-1234-PROJE-ODUL

Görsel

SES

R RADYO - Tüm Alt Kategoriler

BYR RADYO - Tüm Alt Kategoriler

M MÜZİK - Reklam Filmine (Varsa) Ek Olarak

Seçici Kurul Değerlendirmeleri için radyo spotunun, müzik eserinin 192 kbps, stereo MP3 formatında kopyası.
Sektör Askı Süreci için ses dosyasının siyah arka fon 552 x 310 piksel, MP4 H.264, 1Mbps, MP3 192 kbps stereo ses ile formatlanmış kopyası.

Ses

Radyo Spotunun/Müzik Eserinin Tamamı; 192 kbps, stereo MP3 formatında.

Ödül töreni için 20 sn cut (TRAILER); 192 kbps, stereo MP3 formatında.

DVD/Flash Diskte. Başvuru referans numarası ile dosya isimlendirme örnek: ROX-1234-MASTER, ROX-1234-TRAILER

Ses

Cut

NUMUNELER

T TASARIM

Seçici Kurul için: Tasarım kategorisinde başvuruya konu olan ambalaj, davetiye, takvim, finansal rapor, kitap, kitap kapağı vb. piyasaya sunulmuş ürünlerden birer örnek, başvuru referans numarası ile etiketlenilerek Reklamcılar Derneği'ne gönderilmelidir.

ENTEĞRE KAMPANYALAR

E ENTEĞRE KAMPANYALAR

BEK ENTEĞRE KAMPANYA

PD05 ÇOK MECRALI PROMOSYON KAMPANYASI

Proje
Film

Proje
Tablosu

Askı
Film

Askı
Görsel

Entegre kampanyalar kategorilerinde proje filmi, proje tablosu mecburidir. Ayrıca, kampanyayı taşıyan mecraların üçünden birer örnek kreatif çalışma da sisteme yüklenmelidir. Yüklenen malzemeye (film, görsel, ses) göre seçici kurul ve askı süreç malzeme teknik özellikleri ilgili diğer kategoriler ile aynıdır.

Entegre kampanyalar kategorilerinde proje filmi, proje tablosu zorunludur. Ayrıca, kampanyayı taşıyan mecraların üçünden birer örnek kreatif çalışma **sisteme yüklenmelidir şekilde DVD/Flash diskte gönderilmelidir.** Yüklenen malzemeye (film, görsel, ses) göre seçici kurul ve askı süreç malzeme teknik özellikleri diğer kategoriler ile aynıdır. Ödül töreni için film malzemelerinin 20 sn TRAILER versiyonları gönderilmelidir.

HD
Film

Cut

Görsel



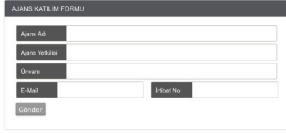
BAŞVURU SİSTEMİ

Başvuru Sistemi

A GİRİŞ

Kristal Elma yarışması başvuru sistemi için www.kristalelmafestivali.com web sitesini ziyaret etmeniz gerekmektedir.

Web sitesi ana sayfasında "İş Gönder" sekmesine tıklayınız.



AJANS KATILIM FORMU

Adı Soyadı: _____

Ajans Adı: _____

Ünvanı: _____

E-Posta: _____ İş No: _____

İletişim: _____


2017 için sisteme kayıt yaptırmadıysanız:

- "Ajans Katılım Formu" butonuna tıklayın;
- "Ajans Katılım Formu"nu eksiksiz doldurun;
- "Gönder" butonuna tıklayın

Kullanıcı adınız ve şifreniz başvuru formunda belirttiğiniz e-posta adresine gönderilecektir.

Her kurum için bir adet kullanıcı adı tahsis edilmektedir.

2017 için sisteme kayıt yaptırdıysanız



Yeni Giriş

Kullanıcı Adı: abcd123

Şifre: *****

Giriş

Şifrenizi Unuttunuz

Ajans Katılım Formu

Başvuru sistemine giriş için size e-postada belirtilen kullanıcı adı ve şifre ile giriş yapın

Sisteme İlk Girişiniz

İlk giriş yaptığınız zaman, okuyup onaylamanız için size "Kristal Elma Yarışma Yönetmeliği" gösterilecektir.

Yönetmelik onaylandıktan sonra başvuru ekranına geçiş yapacaksınız. Bu ekranda bulunan linkler:

Yeni katılım ve başvuru; yönetmelik onayından sonra açılan ilk ekrandır.

Başvurularım; başvuru listenizi görüntülemek için kullandığınız ekrandır. Yarışmaya gerçekleştirdiğiniz başvuruları listeden seçerek düzenleyebilir ya da silebilirsiniz.

Kategoriler; yarışma kategorileri hakkında bilgi almak için kullanabilirsiniz.

Yönetmelik; Kristal Elma yarışma yönetmeliğini görüntülemek için kullanabilirsiniz.

B NASIL BAŞVURULUR?

Sisteme giriş yaptıktan sonra, "Yeni Katılım ve Başvuru" sayfasına yönleneceksiniz.

1. Başvuru yapmak istediğiniz kategoriyi seçin.



BAŞVURU

Yeni Katılım ve Başvuru

KATILIM & PRİJZE EKLEME

KRİSTAL ELMA YARIŞMA KATEGORİSİ

Kategori: [Seçiniz]

Özetim

Ara değerlendirilmede tüm başvurular, başvuru süresinin yakılaşmasıyla birlikte değerlendirilmeyecektir. Önemli başvuru bilgileri için web sitesindeki duyurulara göz atınız. Ücretsiz başvuru bilgileri için iletişime geçiniz.

2. Başvuru yapmak istediğiniz alt kategoriyi seçin. **Önemli not:** bazı kategorilerde birden fazla alt kategori seçim

aşaması bulunmaktadır.

3. Kategorinizi seçtikten sonra "gönder" butonuna basın.
4. Başvuru formunu eksiksiz doldurun.
5. Başvuru formunun genel bölümleri:

Proje Bilgileri

Proje Çalışanları Künyesi: bu bölümde başvuruda bulunan ajansın bilgileri girilmelidir. Yarışmaya sadece tek bir ajans başvuruda bulunabilir. Ortak çalışmalarda, diğer ajanslar "Katkıda Bulunan Diğer Ajanslar" bölümünde listelenmelidir.

Katkıda Bulunan Diğer Ajanslar: bu bölümde başvuruda bulunan diğer ajansların bilgileri girilmelidir. Yarışmaya sadece tek bir ajans başvuruda bulunabilir. Ortak çalışmalarda, diğer ajanslar "Katkıda Bulunan Diğer Ajanslar" bölümünde listelenmelidir.

Reklamveren Temsilcisi Bilgileri

6. Başvuru formunu doldurduktan sonra ileri butonuna tıklayın.

7. Bir sonraki sayfa sisteme malzeme yükleme sayfasıdır. Formunuz kaydedildiği için dilerseniz kategori ile ilgili malzemeleri daha sonra da yükleyebilirsiniz.

8. Malzeme yükledikten sonra çalışmanız için yarışmaya başvuruda bulunmuş olursunuz.

AYNI İŞLE FARKLI KATEGORİLERE BAŞVURU Tek bir çalışma ile birden fazla kategoriye başvurmak mümkündür.

Bu işlem için listeleme sayfasında "büyüteç" butonunun altındaki "kolonlama" düğmesine tıklamanız gerekir.

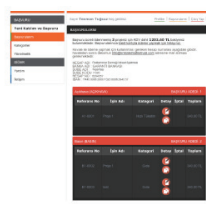
Farklı kategoriler, farklı forma sahip olduğu için aynı çalışma ile başvuracağınız yeni kategori formundaki eksik bölümleri doldurun ve "ileri" butonuna basın.

Tekrardan malzeme yüklemeniz gerekmektedir.

Ancak, kategori kriterleri ek malzeme gerektiriyorsa bu işlemi mevcut yüklediğiniz dosyaya zarar vermeden gerçekleştirebilirsiniz.

Önemli Not: Klonlama işlemi gerçekleştirme için kopyalamak istediğiniz başvurunun gerekli malzemeleri yüklenmiş olarak tamamlanmış olması gerekmektedir.

Önemli Uyarı: Kopyalama işleminden sonra malzemede ya da formda yapacağınız değişiklikler kopyalanan başvurulara yansımaz. Bir başvuruyu kopyalamadan önce tüm bilgilerin ve malzemenin yüklenmeye hazır olduğundan emin olun.



Başvuru Listeleme

Kategori: [Seçiniz]

Özetim

C BAŞVURULARIN LİSTELENMESİ

Kristal Elma Yarışması'na gerçekleştirilen tüm başvurular "Başvurularım" sekmesinden listelenebilir.

"Referans Numarası" başvurunun kimliğidir. Her başvuru için kategoriyi de gösteren ayrı bir referans numarası sistem tarafından atanır. **Reklamcılar Derneği'ne gönderilmesi gereken malzemelerde bu referans numarası kullanılmalıdır.**

Başvuru listeleme sayfasına, gerçekleştirdiğiniz başvurular karşılığında ödemesi gereken ücret ve Reklamcılar Derneği hesap numarası da gösterilmektedir.

D YÜKLENMESİ GEREKEN MALZEMELER

Filmler iki farklı formatta yüklenmelidir:

1. **Seçici kurula toplantıları için:** HD 1920 x 1080 piksel ya da PAL (4/3) 16:9 çözünürlük; MP4 H.264; Standart 8

Mbps; 192 kbps, stereo ses.

2. **Yarışma askı süreci için:** HD 552 x 310 piksel çözünürlük, MP4 H.264, 1Mbps, 192 kbps MP3 ses.

Proje filmi istenmesi durumunda, süre **2 dakikayı aşmamalıdır.**

Statik görseller iki formatta yüklenmelidir:

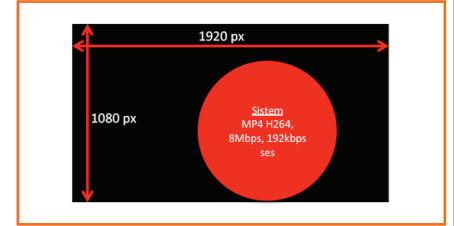
1. **Seçici kurula toplantıları için:** Kreatif görsel **72 dpi JPG RGB** formatında yüklenmelidir. Yatay görselin eni maksimum 1920 piksel, dikey görsellerin boyu maksimum 1920 piksel olarak ölçüklendirilmelidir.
2. **Yarışma askı süreci için:** Kreatif görsel 72 dpi JPG RGB formatında yüklenmelidir. Yatay görselin eni maksimum 552 piksel, dikey görsellerin boyu maksimum 310 piksel olarak ölçüklendirilmelidir.

Ses dosyaları iki formatta yüklenmelidir:

1. **Seçici kurula toplantıları için:** MP3, 192 kbps, stereo ses.
2. **Yarışma askı süreci için:** Siyah fon, HD 552 x 310 piksel çözünürlük, MP4 H.264, 1Mbps, 192 kbps MP3 ses.

Proje tabloları iki formatta yüklenmelidir:

1. **Seçici kurula toplantıları için:** A2 boyutunda **72 dpi**



JPG RGB formatında yüklenmelidir.

2. **Yarışma askı süreci için:** 72 dpi JPG RGB formatında yüklenmelidir. Yatay görselin eni maksimum 552 piksel, dikey görsellerin boyu maksimum 310 piksel olarak ölçüklendirilmelidir.

Yayın Tarih Aralığı

16 Ağustos 2016 - 01 Ağustos 2017

Online Başvurular

kristalelmafestivali.com

Yarışma Son Başvuru Tarihi

07 Ağustos 2017

Kristal Elma Festivali

05-06 Ekim 2017



KATEGORİLER

Film - TV, Sinema

Bu kategoriye belli bir medya planı doğrultusunda TV/Sinema mecralarında yayınlanmış reklam filmleri başvurulabilir. **Yarışmaya her bir film için tekil başvuru yapılır.** Seçici kurul, kampanya bütünlüğü taşıdığı kanaatine vardığı filmleri bütünleştirerek, kampanya ödülü verebilir. Dijital TV platformları üzerinden yayınlanan reklam filmleri de bu kategori altında değerlendirilir. Bu kategoride "director's cut" ya da **yönetmen kopyası olarak bilinen kopyalar yarışmaya kabul edilmez.** Yarışmaya katılan bir reklam filminin yayınlanmış kopyasından farklı şekilde gönderilmesi elenme sebebidir.

F01 YİYECEKLER

Yetişkin, çocuk ve bebekler için üretilen her türlü paketlenmiş yiyecek. Tuzlu yiyecekler & atıştırmalıklar, margarin, tereyağı, sıvıyağlar, sade/meyveli yoğurtlar, peynir, makarna, her türlü işlenmiş et/balık ürünleri, şarküteri, tavuk, balık, et, salça, sos, çorba, konserve, reçel, kahvaltılık. Bisküvi, çikolata, gofret, işlenmiş kuruyemiş & çerezler, fındık-fıstık ezmesi, dondurma, şekerleme, sakız, pasta & pastane ürünleri. Probiyotik yoğurtlar, diyet yiyecekler, gıda destek ürünleri ve diyabet ürünleri bu kategoriye başvurulabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurulabilir.

F02 İÇECEKLER

Her türlü alkolüzsüz içecek. Meyve suları, gazlı içecekler, kahve, çay, kanşım tozları, süt, ayran, su vd. Diyet çayları bu kategoriye başvurulabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurulabilir.

F03 KOZMETİK, KİŞİSEL BAKIM/GÜZELLİK

Her türlü kozmetik ve güzellik ürünleri. Sabun, şampuan, tıraş bıçağı, diş macunu, parfüm, kozmetikler, kolonya, deodorantlar, yüz/cilt bakım kremleri, güneş yağları, elektrikli kişisel bakım aletleri. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurulabilir. **Önemli Not:** Bu kategoride yer almayan ürünler için "F14 - Diğer" kategorisini tercih ediniz.

F04 EV, KONUT, MOBİLYA, DEKORASYON

Beyaz eşya ile elektronik cihazlar hariç ev ve mutfak araç ve gereçleri, pişiriciler, dikiş makinesi, sofa setleri, cam ve porselen eşya, çatal-bıçak takımları. Yapı ve yapı malzemeleri, konut yapımı, emlak pazarlama, sıhhi tesisat, yalıtım malzemeleri, ısıtma/soğutma/iklimlendirme cihazları, klimalar, kombi, hidrofor, kazan, jeneratör, armatür, seramik, hazır mutfak. Mobilya ve dekorasyon ürünleri, her türlü mobilya ve aksesuar, ev tekstili, mobilya, uyku setleri, yataklar, bazalar, duvar/cephce boyaları, halı. Bu kategoride bulunan başlıklar ile ilgili içerik ve satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet bu kategoriye başvurulabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurulabilir. **Önemli Not:** Beyaz eşya, elektrikli mutfak aletleri için "F07 Elektronik & Beyaz Eşya" kategorisini tercih ediniz.

F05 EV TEMİZLİK ÜRÜNLERİ

Her türlü ev temizlik ve bakım ürünü. Çamaşır, bulaşık, banyo, ev temizlik ürünleri, deterjanlar, haşere ilaçları, mutfak kağıt havluları. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurulabilir.

F06 OTOMOTİV & OTOMOTİV ÜRÜNLERİ/HİZMETLERİ

Her tür binek otomobil, moped, motosiklet, kamyon, pikap, minibüs, otobüs. Otomotiv yan sanayi ürünleri, lastik, motor yağı, akaryakıt, akü, aksesuarlar, otomotiv servis hizmeti, otomotiv bayii, navigasyon sistemleri/hizmetleri. Otomotiv sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye

başvurulabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurulabilir.

F07 ELEKTRONİK VE BEYAZ EŞYA

Her türlü elektronik cihaz ve bu cihazlarla kullanılan ürünler. Cep telefonu, bilgisayar, tablet, TV, ev sinema sistemleri, video, radyo, müzik seti, fotoğraf makinesi, fotoğraf-film malzemeleri, müzik aletleri, video ve ses ortamları, bellek diskleri, pil, fotokopi makinesi, bilgisayar oyunları, bilgisayar yazılım ve aksesuarları, modem, yazıcılar, faks, santral, hesap makinesi, yazar kasa ve diğer elektronik cihazlar. Beyaz eşya ürünleri, buzdolabı, dondurucu, elektrikli mutfak aletleri, elektrikli süpürge, çamaşır/kurutucu makineler, bulaşık makinesi, beyaz eşya bayileri. Elektronik ve beyaz eşya sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurulabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurulabilir.

F08 MODA VE AKSESUAR

Kumaş, jean, deri, hazır ve spor giyim, iplik, düğme, fermuar, her tür ayakkabı, kravat, kemer, çanta, saat, gözlük, takı vd. Moda ve aksesuar sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurulabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurulabilir.

F09 BANKA, SİGORTA VE FİNANSAL HİZMETLER

Kurumsal bankacılık, bireysel bankacılık (tüm tüketici kredileri, kredi kartları ve banka kartları) ve diğer bankacılık hizmetleri, bilanço, her tür sigorta hizmetleri, devlet, özel aracı kurum ve bankaların menkul değerler, yatırım, danışmanlık hizmetleri, halka arz, özelleştirme, leasing ve faktoring hizmetleri. Geleneksel bankacılık kanallarını kullanmadan fon transferi, kişisel mali yeterlilik ve benzeri finansal hizmetler sunanlar da bu kategoriye başvurulabilir. Ayrıca, bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler sektörü içerikli ve bu sektörlerde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurulabilir. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurulabilir.

F10 TEKNOLOJİ HİZMETLERİ

Sabit – dijital – mobil – dijital yayıncılık / servis sağlayıcıları. Cep telefonu operatörleri ve internet servis sağlayıcılar tarafından sunulan her türlü hizmet. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurulabilir.

F11 KÜLTÜR , SANAT, SPOR, MEDYA, YAYIN, EĞLENCE

Her türlü kültür sanat, konser, film, müzik, kitap, yayınevi kuruluşları ve vakıfların yapmış olduğu ticari iletişimler ve sponsorluk iletişimleri, konser salonu, müze, sergi açılışları, film festivalleri, spor salonları ve araçları, bisiklet vb. Kültür ve sanat, spor ve hobi içerikli ve bu alanlarda satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurulabilir. Meca olarak basın, televizyon, radyo, sinema, gazete, dergi, kitap, ansiklopedi, katalog, televizyon ve radyo program ve istasyonları, sinema salonları, dijital yayıncılık, internet portallarının tanıtımı. Her türlü eğlence faaliyetinin tanıtımı. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurulabilir.

F12 TURİZM VE TAŞIMACILIK

Tatil köyü, otel, tur, devre mülk, tematik parklar, ulaşım (deniz, hava, kara) şirketleri, kargo şirketleri, araba kiralama, ülke reklamları. Turizm/taşımacılık sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurulabilir. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurulabilir.

F13 PERAKENDE, SATIŞ, E-TİCARET

Farklı marka ve ürünlerin perakende olarak birlikte satıldığı noktalar, alışveriş merkezleri, zincir mağazalar, süpermarket, hipermarket ve restoranlar, kafe ve barlar, fast-food zincirleri, kahve zincirleri, teknomarketler, yapı marketleri, outletler. İnternette var olan, satış ya da hizmet sunan marka ve kuruluşlar. Mobil telefon ya da bilgisayar tabanlı e-ticaret, yemek siteleri, online açık artırma, internet televizyonları, bahis siteleri. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurulabilir.

F14 DİĞER

Oyuncak, evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler, kırtasiye malzemeleri, prezervatif ve başka herhangi kategori tanımına girmeyen iletişim çalışmalarını. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurulabilir.

F15 KURUMSAL İMAJ

Belli bir ürün ya da sunulan bir hizmete vurgu yapmayan, markaya ya da kurum imajına katkıda bulunmayı hedefleyen iletişim çalışmalarını. Kurum için, kuruma ilişkin, dolaylı ya da dolaysız olarak kurumu dahili/harici paydaşlara ya da topluma tanıtıcı çalışmalar, iyi niyet gösterme, hayır işlerini ve kamusal duyarlılıkları destekleme amacını güden, finansal çevreleri etkilemeye, kuruma insan kaynakları çekmeye yönelik, farkındalık yaratıcı imaj kaynaklı hedeflere göre hazırlanan ya da kurumun belli bir konudaki görüşünü/konumunu ortaya koyan belli bir görüşe karşı çıkan, savunuyu yapmak için hazırlanan iletişim çalışmalarını. Özel günlere yönelik yayımlanan çalışmalar, kutlamalar, sponsorluk, ödülleri, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman/relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

F16 TOPLUMSAL SORUMLULUK

Ticari veya ticari olmayan kuruluşların kamu hizmeti işlevi taşıyan, sosyal bir soruna çözüm arayan kampanyaları başvurulabilir. Sağlık, eğitim, sanat ve kültürel hizmetler, çevre ve yerel hizmetler vb.

Önemli Not: Tüm sosyal içerikli film çalışmalarını bu kategoride değerlendirilir. Bu kategoriye başvuran çalışmalar başka herhangi bir kategoriye başvuramaz.

Yayın Tarih Aralığı

16 Ağustos 2016 - 01 Ağustos 2017

Online Başvurular

kristalelmfestivali.com

Yarışma Son Başvuru Tarihi

07 Ağustos 2017

Kristal Elma Festivali

05-06 Ekim 2017

Online Film

Bu kategoriye sadece online mecralarında yayınlanmış reklam filmleri başvurabilir. **Yarışmaya her bir online film için tekil başvuru yapılır.** Seçici kurul, kampanya bütünlüğü taşıdığı kanaatine vardığı filmleri bütünleştirerek, kampanya ödülü verebilir. **TV ya da sinema mecraları için üretilmiş filmlerin birebir olarak online platformlara yüklenmiş versiyonları bu kategoriye başvuramaz.** Sanal gerçeklik ve etkileşimli filmler de bu kategoride yarışabilir. Kampanya bütünlüğü taşıyan online reklam filmleri de bu kategoride değerlendirilecek olup, yarışmaya tekil olarak dahil edilmelidir. Seçici kurul, kampanya bütünlüğü taşıyan filmleri birleştirerek ödüllendirilebilir.

Önemli notlar.

- Bu kategoride yarışan filmlerin her halükarda video platformlarından herhangi birinde yayınlanmış örneğinin url'i başvuru formunda belirtilmelidir.
- Viral kategorisinde yarışan çalışmalar diğer kategorilere başvuramaz.
- Viral film kategorisi dışındaki kategorilerde proje filmi kabul edilmez. Proje filminin süresi maksimum 120 sn olmalıdır.

001 YİYECEKLER

Yetişkin, çocuk ve bebekler için üretilen her türlü paketlenmiş yiyecek. Tuzlu yiyecekler & atıştırmalıklar, margarin, tereyağı, sıvıyağlar, sade/meyveli yoğurtlar, peynir, makarna, her türlü işlenmiş et/balık ürünleri, şarküteri, tavuk, balık, et, salça, sos, çorba, konserve, reçel, kahvaltılık. Bisküvi, çikolata, gofret, işlenmiş kuruyemiş & çerezler, fındık-fıstık ezmesi, dondurma, şekerleme, sakız, pasta & pastane ürünleri. Probiyotik yoğurtlar, diyet yiyecekler, gıda destek ürünleri ve diyabet ürünleri bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir.

002 İÇECEKLER

Her türlü alkolüzsüz içecek. Meyve suları, gazlı içecekler, kahve, çay, karışım tozları, süt, ayran, su vd. Diyet çayları bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir.

003 KOZMETİK, KİŞİSEL BAKIM/GÜZELLİK

Her türlü kozmetik ve güzellik ürünleri. Sabun, şampuan, tıraş bıçağı, diş macunu, parfüm, kozmetikler, kolonya, deodorantlar, yüz/cilt bakım kremleri, güneş yağları, elektrikli kişisel bakım aletleri. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir. Önemli Not: Bu kategoride yer almayan ürünler için "F14 - Diğer" kategorisine bakınız.

004 EV, KONUT, MOBİLYA, DEKORASYON

Beyaz eşya ile elektronik cihazlar hariç ev ve mutfak araç ve gereçleri, pişiriciler, dikiş makinesi, sofa setleri, cam ve porselen eşya, çatal-bıçak takımları. Yapı ve yapı malzemeleri, konut yapımı, emlak pazarlama, sıhhi tesisat, ısıtım malzemeleri, ısıtma/soğutma/iklimlendirme cihazları, klimalar, kombi, hidrofor, kazan, jeneratör, armatür, seramik, hazır mutfak. Mobilya ve dekorasyon ürünleri, her türlü mobilya ve aksesuar, ev tekstili, mobilya, uyku setleri, yataklar, bazalar, duvar/cephe boyaları, halı. Bu kategoride bulunan başlıklar ile ilgili içerik ve satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir. **Önemli Not:** Beyaz eşya, elektrikli mutfak aletleri için "F07 Elektronik & Beyaz Eşya" kategorisine bakınız.

005 EV TEMİZLİK ÜRÜNLERİ

Her türlü ev temizlik ve bakım ürünü. Çamaşır, bulaşık, banyo, ev temizlik ürünleri, deterjanlar, haşere ilaçları, mutfak kağıt havluları. Bu başlık altında yer alan ürünlerin

promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir.

006 OTOMOTİV & OTOMOTİV ÜRÜNLERİ/ HİZMETLERİ

Her tür binek otomobil, moped, motosiklet, kamyon, pikap, minibüs, otobüs. Otomotiv yan sanayi ürünleri, lastik, motor yağı, akaryakıt, akü, aksesuarlar, otomotiv servis hizmeti, otomotiv bayii, navigasyon sistemleri/hizmetleri. Otomotiv sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir.

007 ELEKTRONİK VE BEYAZ EŞYA

Her türlü elektronik cihaz ve bu cihazlarla kullanılan ürünler. Cep telefonu, bilgisayar, tablet, TV, ev sinema sistemleri, video, radyo, müzik seti, fotoğraf makinesi, fotoğraf-film malzemeleri, müzik aletleri, video ve ses ortamları, bellek diskleri, pil, fotokopi makinesi, bilgisayar oyunları, bilgisayar yazılım ve aksesuarları, modem, yazıcılar, faks, santral, hesap makinesi, yazar kasa ve diğer elektronik cihazlar. Beyaz eşya ürünleri, buzdolabı, dondurucu, elektrikli mutfak aletleri, elektrikli süpürge, çamaşır/kurutucu makineler, bulaşık makinesi, beyaz eşya bayileri. Elektronik ve beyaz eşya sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünler ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir.

008 MODA VE AKSESUAR

Kumaş, jean, deri, hazır ve spor giyim, iplik, düğme, fermuar, her tür ayakkabı, kravat, kemer, çanta, saat, gözlük, takı vd. Moda ve aksesuar sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir.

009 BANKA, SİGORTA VE FİNANSAL HİZMETLER

Kurumsal bankacılık, bireysel bankacılık (tüm tüketici kredileri, kredi kartları ve banka kartları) ve diğer bankacılık hizmetleri, bilanço, her tür sigorta hizmetleri, devlet, özel aracı kurum ve bankaların menkul değerler, yatırım, danışmanlık hizmetleri, halka arz, özelleştirme, leasing ve faktoring hizmetleri. Geleneksel bankacılık kanallarını kullanmadan fon transferi, kişisel mali yeterlilik ve benzeri finansal hizmetler sunanlar da bu kategoriye başvurabilirler. Ayrıca, bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler sektörü içerikli ve bu sektörlerde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir.

010 TEKNOLOJİ HİZMETLERİ

Sabit – dijital – mobil – dijital yayıncılık / servis sağlayıcılar. Cep telefonu operatörleri ve internet servis sağlayıcılar tarafından sunulan her türlü hizmet. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir.

011 KÜLTÜR, SANAT, SPOR, MEDYA, YAYIN, EĞLENCE

Her türlü kültür sanat, konser, film, müzik, kitap, yayınevi kuruluşları ve vakıfların yapmış olduğu ticari iletişimler ve sponsorluk iletişimleri, konser salonu, müze, sergi açılışları, film festivalleri, spor salonları ve araçları, bisiklet vb. Kültür ve sanat, spor ve hobi içerikli ve bu alanlarda satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Mecra olarak basın, televizyon, radyo, sinema, gazete, dergi, kitap, ansiklopedi, katalog, televizyon ve radyo program ve istasyonları, sinema salonları, dijital yayıncılık, internet portallarının tanıtımı. Her türlü eğlence faaliyetinin tanıtımı. Bu başlık altında yer alan ürünler ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir.

012 TURİZM VE TAŞIMACILIK

Tatil köyü, otel, tur, devre mülk, tematik parklar, ulaşım (deniz, hava, kara) şirketleri, kargo şirketleri, araba kiralama, ülke reklamları. Turizm/taşımacılık sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir.

013 PERAKENDE, SATIŞ, E-TİCARET

Farklı marka ve ürünlerin perakende olarak birlikte satıldığı noktalar, alışveriş merkezleri, zincir mağazalar, süpermarket, hipermarket ve restoranlar, kafe ve barlar, fast-food zincirleri, kahve zincirleri, teknomarketler, yapı marketleri, outletler. İnternette var olan, satış ya da hizmet sunan marka ve kuruluşlar. Mobil telefon ya da bilgisayar tabanlı e-ticaret, yemek siteleri, online açık artırma, internet televizyonları, bahis siteleri. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir.

014 DİĞER

Oyuncak, evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler, kartasiye malzemeleri, prezervatif ve başka herhangi kategori tanımına girmeyen iletişim çalışmalarını. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir.

015 KURUMSAL İMAJ

Belli bir ürün ya da sunulan bir hizmete vurgu yapmayan, markaya ya da kurum imajına katkıda bulunmayı hedefleyen iletişim çalışmalarını. Kurum için, kuruma ilişkin, dolaylı ya da dolaysız olarak kurumu dahilii/ harici paydaşlara ya da topluma tanıtıcı çalışmalar, iyi niyet gösterme, hayır işlerini ve kamusal duyarlılıkları destekleme amacını güden, finansal çevreleri etkilemeye, kuruma insan kaynakları çekmeye yönelik, farkındalık yaratıcı imaj kaynaklı hedeflere göre hazırlanan ya da kurumun belli bir konudaki görüşünü/konumunu ortaya koyan belli bir görüşe karşı çıkan, savunuyu yapmak için hazırlanan iletişim çalışmalarını. Özel günlere yönelik yayımlanan çalışmalar, kutlamalar, sponsorluk, ödüller, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman/rekansman kampanyaları kategoriye dahildir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir.

016 TOPLUMSAL SORUMLULUK

Ticari veya ticari olmayan kuruluşların kamu hizmeti işlevi taşıyan, sosyal bir soruna çözüm arayan kampanyaları başvurabilir. Sağlık, eğitim, sanat ve kültürel hizmetler, çevre ve yerel hizmetler vb. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmalarını da başvurabilir. Önemli Not: Tüm sosyal içerikli film çalışmalarını bu kategoride değerlendirilir. Bu kategoriye başvuran çalışmalar başka herhangi bir kategoriye başvuramaz.

017 VİRAL FİLM

Viral film alt kategorisinde belirli bir dijital medya yatırım desteği olsa dahi, kişilerin beğeni, konuşma ve paylaşımları ile büyük kitlelere ulaşmayı başarmış, "viral" olarak adlandırılabilir filmler yarışacaktır. Önemli Not: **Online film kategorilerine başvuran işler, bu kategoride değerlendirmeye alınmaz.** Projeler sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilir. Başvurularda orijinal filme ek olarak proje filminin eklenmesi tavsiye edilir.

Yayın Tarihi Aralığı

16 Ağustos 2016 - 01 Ağustos 2017

Online Başvurular

kristalelmfestivali.com

Yarışma Son Başvuru Tarihi

07 Ağustos 2017

Kristal Elma Festivali

05-06 Ekim 2017

Basın

Bu kategoriye belli bir medya planı ve bütçesi doğrultusunda **ulusal dağıtımına sahip gazete ve dergi** gibi basılı mecralarda yayınlanmış çalışmalar başvurabilir. Başvurular tekildir. Kampanya bütünlüğü taşıyan ilanlar da bu kategoride değerlendirilecek olup, yarışmaya tekil olarak dahil edilmelidir. Seçici kurul, kampanya bütünlüğü taşıyan ilanları birleştirerek ödüllendirecektir.

B01 YIYECEKLER

Yetişkin, çocuk ve bebekler için üretilen her türlü paketlenmiş yiyecek. Tuzlu yiyecekler & atıştırmalıklar, margarin, tereyağı, sıvıyağlar, sade/meyveli yoğurtlar, peynir, makarna, her türlü işlenmiş et/balık ürünleri, şarküteri, tavuk, balık, et, salça, sos, çorba, konserve, reçel, kahvaltılık. Bisküvi, çikolata, gofret, işlenmiş kuruyemiş & çerezler, fındık-fıstık ezmesi, dondurma, şekerleme, sakız, pasta & pastane ürünleri. Probiyotik yoğurtlar, diyet yiyecekler, gıda destek ürünleri ve diyabet ürünleri bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B02 İÇECEKLER

Her türlü alkolsüz içecek. Meyve suları, gazlı içecekler, kahve, çay, karışım tozları, süt, ayran, su vd. Diyet çayları bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B03 KOZMETİK, KİŞİSEL BAKIM/GÜZELLİK

Her türlü kozmetik ve güzellik ürünleri. Sabun, şampuan, tıraş bıçağı, diş macunu, parfüm, kozmetikler, kolonya, deodorantlar, yüz/cilt bakım kremleri, güneş yağları, elektrikli kişisel bakım aletleri. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir. **Önemli Not:** Bu kategoride yer almayan ürünler için "F14 - Diğer" kategorisine bakınız.

B04 EV, KONUT, MOBİLYA, DEKORASYON

Beyaz eşya ile elektronik cihazlar hariç ev ve mutfak araç ve gereçleri, pişiriciler, dikiş makinesi, sofa setleri, cam ve porselen eşya, çatal-bıçak takımları. Yapı ve yapı malzemeleri, konut yapımı, emlak pazarlama, sıhhi tesisat, yalıtım malzemeleri, ısıtma/soğutma/klimlendirme cihazları, klimalar, kombi, hidrofor, kazan, jeneratör, armatür, seramik, hazır mutfak. Mobilya ve dekorasyon ürünleri, her türlü mobilya ve aksesuar, ev tekstili, mobilya, uyku setleri, yataklar, bazalar, duvar/cephe boyaları, halı. Bu kategoride bulunan başlıklar ile ilgili içerik ve satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir. **Önemli Not:** Beyaz eşya, elektrikli mutfak aletleri için "F07 Elektronik & Beyaz Eşya" kategorisine bakınız.

B05 EV TEMİZLİK ÜRÜNLERİ

Her türlü ev temizlik ve bakım ürünü. Çamaşır, bulaşık, banyo, ev temizlik ürünleri, deterjanlar, haşere ilaçları, mutfak kağıt havluları. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B06 OTOMOTİV & OTOMOTİV ÜRÜNLERİ/ HİZMETLERİ

Her tür binek otomobil, moped, motosiklet, kamyon, pikap, minibüs, otobüs. Otomotiv yan sanayi ürünleri, lastik, motor yağı, akaryakıt, akü, aksesuarlar, otomotiv servis hizmeti, otomotiv bayii, navigasyon sistemleri/hizmetleri. Otomotiv sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B07 ELEKTRONİK VE BEYAZ EŞYA

Her türlü elektronik cihaz ve bu cihazlarla kullanılan ürünler. Cep telefonu, bilgisayar, tablet, TV, ev sinema sistemleri, video, radyo, müzik seti, fotoğraf makinesi, fotoğraf-film malzemeleri, müzik aletleri, video ve ses ortamları, bellek diskleri, pil, fotokopi makinesi, bilgisayar oyunları, bilgisayar yazılım ve aksesuarları, modem, yazıcılar, faks, santral, hesap makinesi, yazar kasa ve diğer elektronik cihazlar. Beyaz eşya ürünleri, buzdolabı, dondurucu, elektrikli mutfak aletleri, elektrikli süpürge, çamaşır/kurutucu makineler, bulaşık makinesi, beyaz eşya bayileri. Elektronik ve beyaz eşya sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B08 MODA VE AKSESUAR

Kumaş, jean, deri, hazır ve spor giyim, iplik, düğme, fermuar, her tür ayakkabı, kravat, kemer, çanta, saat, gözlük, takı vd. Moda ve aksesuar sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B09 BANKA, SİGORTA VE FİNANSAL HİZMETLER

Kurumsal bankacılık, bireysel bankacılık (tüm tüketici kredileri, kredi kartları ve banka kartları) ve diğer bankacılık hizmetleri, bilanço, her tür sigorta hizmetleri, devlet, özel aracı kurum ve bankaların menkul değerler, yatırım, danışmanlık hizmetleri, halka arz, özelleştirme, leasing ve faktoring hizmetleri. Geleneksel bankacılık kanallarını kullanmadan fon transferi, kişisel mali yeterlilik ve benzeri finansal hizmetler sunanlar da bu kategoriye başvurabilirler. Ayrıca, bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler sektörü içerikli ve bu sektörlerde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B10 TEKNOLOJİ HİZMETLERİ

Sabit – dijital – mobil – dijital yayıncılık / servis sağlayıcıları. Cep telefonu operatörleri ve internet servis sağlayıcıları tarafından sunulan her türlü hizmet. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B11 KÜLTÜR , SANAT, SPOR, MEDYA, YAYIN, EĞLENCE

Her türlü kültür sanat, konser, film, müzik, kitap, yayınevi kuruluşları ve vakıfların yapmış olduğu ticari iletişimler ve sponsorluk iletişimleri, konser salonu, müze, sergi açılışları, film festivalleri, spor salonları ve araçları, bisiklet vb. Kültür ve sanat, spor ve hobi içerikli ve bu alanlarda satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Mecra olarak basın, televizyon, radyo, sinema, gazete, dergi, kitap, ansiklopedi, katalog, televizyon ve radyo program ve istasyonları, sinema salonları, dijital yayıncılık, internet portallarının tanıtımı. Her türlü eğlence faaliyetinin tanıtımı. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B12 TURİZM VE TAŞIMACILIK

Tatil köyü, otel, tur, devre mülk, tematik parklar, ulaşım (deniz, hava, kara) şirketleri, kargo şirketleri, araba kiralama, ülke reklamları. Turizm/taşımacılık sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B13 PERAKENDE, SATIŞ, E-TİCARET

Farklı marka ve ürünlerin perakende olarak birlikte satıldığı noktalar, alışveriş merkezleri, zincir mağazalar,

süpermarket, hipermarket ve restoranlar, kafe ve barlar, fast-food zincirleri, kahve zincirleri, teknomarketler, yapı marketleri, outletler. İnternette var olan, satış ya da hizmet sunan marka ve kuruluşlar. Mobil telefon ya da bilgisayar tabanlı e-ticaret, yemek siteleri, online açık artırma, internet televizyonları, bahis siteleri. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B14 DİĞER

Oyuncak, evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler, kırtasiye malzemeleri, prezervatif ve başka herhangi kategori tanımına girmeyen iletişim çalışmaları. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B15 KURUMSAL İMAJ

Belli bir ürün ya da sunulan bir hizmete vurgu yapmayan, markaya ya da kurum imajına katkıda bulunmayı hedefleyen iletişim çalışmaları. Kurum için, kuruma ilişkin, dolaylı ya da dolaysız olarak kurumu dahilii/ harici paydaşlara ya da topluma tanıtıcı çalışmalar, iyi niyet gösterme, hayır işlerini ve kamusal duyarlılıkları destekleme amacını güden, finansal çevreleri etkilemeye, kuruma insan kaynakları çekmeye yönelik, farkındalık yaratıcı imaj kaynaklı hedeflere göre hazırlanan ya da kurumun belli bir konudaki görüşünü/konumunu ortaya koyan belli bir görüşe karşı çıkan, savunuyu yapmak için hazırlanan iletişim çalışmaları. Özel günlere yönelik yayımlanan çalışmalar, kutlamalar, sponsorluk, ödüller, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman/relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

B16 TOPLUMSAL SORUMLULUK

Ticari veya ticari olmayan kuruluşların kamu hizmeti işlevi taşıyan, sosyal bir soruna çözüm arayan kampanyaları başvurabilir. Sağlık, eğitim, sanat ve kültürel hizmetler, çevre ve yerel hizmetler vb. **Önemli Not:** Tüm sosyal içerikli basın çalışmaları bu kategoride değerlendirilir. **Bu kategoriye başvuran çalışmalar başka herhangi bir kategoriye başvuramaz.**

Yayın Tarih Aralığı

16 Ağustos 2016 - 01 Ağustos 2017

Online Başvurular

kristalelmfestivali.com

Yarışma Son Başvuru Tarihi

07 Ağustos 2017

Kristal Elma Festivali

05-06 Ekim 2017

Açık hava

Açık hava kategorisi ev dışı pazarlama iletişimi çalışmalarındaki yaratıcılığı ödüllendirir. Kamuya açık alanlarda/mekânlarda tüketiciye dokunarak marka deneyimine katkı sağlayan fikirler değerlendirilecektir. Bu kategoride yarışan çalışmaların açık hava mecrası için yaratılmış olması gerekmektedir. Poster, Billboard alt kategorisinde basın ilanlarının birebir açık hava uygulamaları kabul edilmeyecektir. **Önemli Not:** Kategori detayları için "Film ya da Basın" kategorilerindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

AA - POSTER, BILLBOARD

AA01 Hızlı Tüketim

Gıda; Çikolata, şekerleme, çerez; İçecekler; Kozmetik, kişisel bakım/güzellik; Ev temizlik ürünleri. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurulabilir.

AA02 Dayanıklı Tüketim

Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri; Ev, konut, mobilya, dekorasyon; Elektronik ve beyaz eşya. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurulabilir.

AA03 Hizmet

Bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler; Teknoloji

hizmetleri; Medya, yayın, eğlence; Turizm ve taşımacılık. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurulabilir.

AA04 Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen reklamlar; Perakende satış, e-ticaret; Sağlık ve sağlık ürünleri; Kültür ve sanat, spor, hobi; Moda ve aksesuar; Oyuncak; Hobi, kırtasiye malzemeleri; Diğer; Evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; Prezervatif; eğitim, yarışma, vd. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurulabilir.

AA05 Kurumsal İmaj ve Toplumsal Sorumluluk

Belli bir ürün ya da sunulan bir hizmete vurgu yapmayan, markaya ya da kurum imajına katkıda bulunmayı hedefleyen iletişim çalışmaları. Ticari veya ticari olmayan kuruluşların sosyal sorumluluk kampanyaları.

AB ETKİLEŞİMLİ & DİJİTAL AÇIKHAVA

AB01 Etkileşimli & Dijital Açık hava

Bu alt kategoride başvurular sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilecektir. Burada statik dijital billboard uygulamaları olabileceği gibi hedef kitleleri ile etkileşime geçerek farklı kullanıcı deneyimi yaşatmayı amaçlayan çalışmalar veya online etkileşimi amaçlayan çalışmalar da yarışabilir. Teknolojinin kullanıldığı çalışmalarda iletişim stratejisinin çıkış noktasının açık hava mecrası olması değerlendirme kriterleri arasında yer alacaktır. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon

amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurulabilir.

AC BÜYÜK VE KÜÇÜK ÖLÇEK AMBIENT

Alt kategori tanımları için "A Poster Billboard" alt kategorisine bakınız.

AC01 Hızlı Tüketim

AC02 Dayanıklı Tüketim

AC03 Hizmet

AC04 Diğer

AC05 Kurumsal İmaj ve Toplumsal Sorumluluk

Yayın Tarih Aralığı

16 Ağustos 2016 - 01 Ağustos 2017

Online Başvular

kristalelmfestivali.com

Yarışma Son Başvuru Tarihi

07 Ağustos 2017

Kristal Elma Festivali

05-06 Ekim 2017

Radyo

Özellikle radyoda yayınlanmak üzere üretilmiş ya da bu mecraya özgü unsurlar içeren çalışmalar yarışabilir. Radyo kategorisi sadece tekil başvurulara açıktır. Bu kategoride çalışmanın ses dosyasının yanı sıra dilediği takdirde 2dk süreyi aşmayacak proje videosu yüklenebilir. **Önemli Not:** Kategori detayları için "Film ya da Basın" kategorilerindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

R01 HIZLI TÜKETİM

Gıda; Çikolata, şekerleme, çerez; İçecekler; Kozmetik ve kişisel bakım; Ev bakım ve temizlik ürünleri. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurulabilir.

R02 DAYANIKLI TÜKETİM

Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri; Ev araç ve gereçleri; Yapı ve yapı malzemeleri; Dekorasyon; Elektronik. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurulabilir.

R03 HİZMET

Bankacılık; Sigortacılık ve diğer finansal hizmetler; Bilişim teknolojileri; Medya ve yayın; Turizm, eğlence, taşımacılık.

Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurulabilir.

R04 DİĞER

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen reklamlar; Perakende satış, fast food, internet markaları; Sağlık; Spor; Kültür ve Sanat; Oyuncak; Hobi, kırtasiye malzemeleri; Moda ve aksesuar; Evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; Prezervatif; Kargo; Eğitim, yarışma, sosyal sorumluluk vd. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurulabilir.

Promosyon Aktivasyon & Doğrudan Pazarlama

Promosyon Aktivasyon & Doğrudan Pazarlama kategorisi hedef kitle ile alternatif, deneysel, yenilikçi dokunma noktalarında yaratıcılık kullanarak bağ kurmayı sağlayan çalışmaları değerlendirir.

PD01 MÜŞTERİ EDİNME & MÜŞTERİ SADAKATI

Potansiyel müşterilerin alışverişçi olmalarını sağlamak için gerçekleştirilen promo aktivasyon/doğrudan pazarlama çalışmaları. Mevcut müşterilerin sürdürülebilirliğini veya reklam verenin sunduğu farklı ürünleri satın almasını teşvik

eden çalışmalar (up-sell).

PD02 ETKİNLİK TABANLI PAZARLAMA

Doğrudan satış veya müşteri aktivasyonuna odaklanan canlı gösteriler, konserler, festivaller, akrobasi etkinlikleri, fuarlar vb.

PD03 ALIŞVERİŞÇİ PAZARLAMASI & MAĞAZA İÇİ DENEYİMİ

Alışverişçileri ürün, fiyat, yer veya tanıtım unsurlarını kullanarak mevcut tüm satış kanalı alternatiflerine yönlendiren marka aktivasyon çalışmaları. Numune, özel indirimler, müşteri pazarlama, promosyonel teşvik, ürün tanıtımı, mağaza içi mağaza, banner, poster gibi yöntemler kullanarak gerçekleştirilen mağaza içi ve satış noktası etkinlikleri.

PD04 TEKNOLOJİ, DİJİTAL, SOSYAL MEDYA & DATA KULLANIMI

Doğrudan pazarlama ve promosyon amaçlı lokasyon, profil hedefleme bazlı iletişim çalışmaları.

PD05 GELENEKSEL DOĞRUDAN PAZARLAMA

Düz ve boyutlu gönderiler, geleneksel mecraların doğrudan pazarlama amaçlı kullanımı, kreatif gerilla pazarlama aktiviteleri.

PD06 ÇOK MECRALI PROMOSYON KAMPANYASI

Bir markanın, ürün ya da hizmetin "fırsat" iletişimini belli bir medya planı doğrultusunda hedef kitleye en az iki farklı mecraayı kullanarak bütünsel mükemmellekleştiren sunan çalışmalar.

Entegre Kampanyalar

Entegre kampanyalar kategorisinde yarışan başvurular bir fikri, belli bir medya planı ve bütçesi doğrultusunda hedef kitleye en az üç farklı mecraayı kullanarak bütünsel bir mükemmel içerisinde hedef kitesine sunar.

E01 HIZLI TÜKETİM

Gıda; Çikolata, şekerleme, çerez; İçecekler; Kozmetik,

kişisel bakım/güzellik; Ev temizlik ürünleri.

E02 DAYANIKLI TÜKETİM

Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri; Ev, konut, mobilya, dekorasyon; Elektronik ve beyaz eşya.

E02 HİZMET

Bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler; Teknoloji hizmetleri; Medya, yayın, eğlence; Turizm ve taşımacılık.

E04 DİĞER

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen çalışmalar; Perakende satış, e-ticaret; Sağlık ve sağlık ürünleri; Kültür

ve sanat, spor, hobi; Moda ve aksesuar; Oyuncak; Hobi, kırtasiye malzemeleri; Diğer; Evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; Prezervatif; eğitim, yarışma, vd.; Promosyon; Kurumsal İmaj; Toplumsal sorumluluk.

Dijital & Sosyal Medya

D01 WEB SİTESİ & MİKROSİTELER

D01A Web Sitesi & Mobil Siteler

Marka, ürün ya da hizmet için uzun dönem kullanım amaçlı yaratılan, amacı daha çok tanıtım, bilgilendirme ve/veya satış olan web siteleri. Tasarım, kullanıcı deneyimi, metin yazımı gibi kriterler göz önüne alınarak bütünsel değerlendirme yapılacaktır.

D01A01 Web Sitesi/Ürün

D01A02 Web Sitesi/Hizmet

D01B Mikro Siteler

Marka, ürün ya da hizmet için kısa veya belirli bir dönem kullanım amaçlı yaratılan, amacı tüketici ile etkileşim olan ve/veya bir fikri olan web siteleri. Tasarım, kullanıcı deneyimi, metin yazımı gibi kriterlerin yanında, ana fikir ve etkileşim metodu göz önüne alınarak bütünsel değerlendirme yapılacaktır.

D01B01 Mikro Siteler/Ürün

D01B02 Mikro Siteler/Hizmet

D02 - DİJİTAL REKLAM

D02A Banner & Rich Medya

Bannerlar veya siteye özel uygulamalar, fikir, tasarım, animasyon anlamında yarattıkları farklılık ve yaratıcılık üzerinden değerlendirilecektir.

D02B Yaratıcı Mecra Kullanımı

Bu alt kategoride, bir mecranın, fikir, tasarım ve/veya animasyon anlamında farklı bir yaklaşım ile kullanılması değerlendirilecektir.

D03 MARKALI İÇERİK

Dijital platformlarda yer alan ya da marka için üretilmiş olsa dahi içeriğin odak noktasında marka/ürün/hizmetin bulunmadığı, marka entegrasyonunun bu içeriğe yaratıcı bir şekilde gerçekleştirildiği; görsel, metin, müzik, film ve/veya farklı dijital formatlardaki tüm çalışmalar değerlendirilecektir.

D03A Ürün

Hızlı tüketim, dayanıklı tüketim ve diğer. **Önemli Not:** "Diğer" tanımı için D04 Kampanya kategorisindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

D03B Hizmet

Bankacılık, sigortacılık ve diğer finansal hizmetler, bilişim teknolojileri, medya ve yayın, turizm, eğlence, taşımacılık. **Önemli Not:** Kategori ayrıntıları için Film - TV, Sinema kategorisindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

D04 KAMPANYA

Bu kategoride dijitali merkezine alan kampanyalar yarışacaktır. Fikri ve uygulamasıyla kampanya bütünlüğü taşıyan web siteleri, sosyal medya uygulamaları, seri filmler veya bunların iç içe geçtiği farklı kampanya kurguları bu kategoride yarışabilir. Kampanyada, konvansiyonel mecra kullanımı varsa, bu kullanım, dijital kampanyanın etkisini artırmak amacıyla taşınmalıdır. Önemli not: Bu kategoriye proje filmi ile başvurmak zorunludur. Farklı sosyal medya

platformlarının kullanımı bu kategoride tek mecra olarak sayılacaktır.

D04A Hızlı Tüketim

Gıda, çikolata, şekerleme, çerez, içecekler, kozmetik ve kişisel bakım, ev bakım ve temizlik ürünleri. **Önemli Not:** Kategori ayrıntıları için Film - TV, Sinema kategorisindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

D04B Dayanıklı Tüketim

Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri, ev araç ve gereçleri, yapı ve yapı malzemeleri, dekorasyon, elektronik. **Önemli Not:** Kategori ayrıntıları için Film - TV, Sinema kategorisindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

D04C Hizmet

Bankacılık, sigortacılık ve diğer finansal hizmetler, bilişim teknolojileri, medya ve yayın, turizm, eğlence, taşımacılık. **Önemli Not:** Kategori ayrıntıları için Film - TV, Sinema kategorisindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

D04D Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen kampanyalar. Perakende satış, fast food, internet markaları, sağlık, spor, kültür ve sanat, oyuncak, hobi, kırtasiye malzemeleri, moda ve aksesuar, evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler, prezervatif, kargo, eğitim, yarışma vd. **Önemli Not:** Kategori ayrıntıları için Film - TV, Sinema kategorisindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

D04E Viral Etki

Bu alt kategoride, marka, ürün veya hizmet deneyimini öncelikle daha küçük bir kitleye yaşatan, ve yaşanan bu deneyimi dijital mecraları (ör: website ve/veya online film) kullanarak deneyim sonrasında bir hikaye formatında özet halinde tüketiciye aktararak viral etki yakalayan kampanyalar başvuruda bulunabilir.

D05 MOBİL

D05A Mobil Reklam

Mobil platformlarda (mobil web, iPhone, iPad..) yapılan yaratıcı reklam çalışmaları bu kategoride değerlendirilecektir. Mecranın özelliklerinin yaratıcı şekilde kullanılıyor olması ve kullanıcı etkileşimi öncelikli değerlendirme kriterleri arasındadır.

D05B Mobil Uygulama (App)

Bu kategoride yarışacak olan uygulamaların, marka, ürün veya hizmetlerin tanıtımı için özel olarak geliştirilmiş olması gerekmektedir. Bu tür uygulamalara oyunlar da dahildir. Başvurular, fikir, kullanıcı deneyimi, uygulama, tasarım gibi kriterler göz önüne alınarak bütünsel değerlendirilecektir. Bu kategoride sadece indirilecek çalışan mobil uygulamalar yarışabilir.

D06 İNTERAKTİF ETKİNLİK/OUTDOOR PAZARLAMASI

Herhangi bir etkinlik sırasında ve/veya outdoor'da, marka, ürün veya hizmet mesajını tüketiciye / katılımcıya dijital bir deneyim ile aktaran uygulamalar.

D07 EN YARATICI SOSYAL SORUMLULUK KAMPANYASI

Kar amacı gütmeyen, toplumsal, kültürel, ekonomik ve/veya çevresel farkındalık ve duyarlılık yaratmaya çalışan;

dijital, mobil ve/veya sosyal mecrayı yaratıcı şekilde kullanan sosyal sorumluluk kampanyaları. Online/Viral film, ve/veya mikrositeler veya çoklu mecra kullanımı ile başvuru yapılabilir. Sosyal sorumluluk kampanyaları sadece bu kategoride değerlendirilir, başka kategoride yarışamaz.

D08 SOSYAL MEDYA

D08A En Yaratıcı Gerçek Zamanlı Aksiyon

Sosyal mecralarda yer alan popüler bir gündemi ve/veya markanın takipçilerinin marka ile anlık iletişimini baz alan, markanın sahip olduğu hesaplar tarafından hızlı bir şekilde aksiyon alınarak yaratıcı bir şekilde gündeme veya konuya dahil olmasını ve belirli bir etki yaratmasını sağlayan çalışmalar.

D08B Sosyal Medya Platformunun Yaratıcı/Yenilikçi Kullanımı

Sosyal medya platformlarının sunduğu olanakları geleneksel alışkanlıkların dışında, farklı bir şekilde kullanarak marka mesajını yaratıcı bir şekilde ileten çalışmalar. Instagram, snapchat, bumerang, swarm gibi platformlarda belli bir markaya özel yaratılan hikayeler.

D08C Yaratıcı Uygulama

Bu kategoride, markaların yer aldıkları sosyal platformlar üzerinde hayata geçirdikleri ve/veya kullanıcıların sosyal medya hesapları ile bağlanarak kişisel bilgilerini aktardığı ve bu bilgilerin yaratıcı fikirde önemli rol oynadığı uygulamalar yarışacaktır.

D08D Ortak Yaratım & Kullanıcı Tarafından Oluşturulan İçerik

Markaların, kişi ve/veya takipçilerinin, ana fikre/mesaja dayanan anlamlı bir içerik üretmelerini tetikleyen ve üretilen bu içerikler sayesinde daha fazla kişiye organik olarak ulaşmalarını sağlayan işler.

D08E En Yaratıcı İçerik Stratejisi

Markaların sosyal platformlarda geliştirdikleri içerik stratejileri; yaratıcılık, mecraya uygunluk, devamlılık ve hedef kitle ile kurduğu bağ üzerinden değerlendirilir. Kategoriye proje filmi ile başvurmak zorunludur.

D08F Sosyal Medya Kampanya

Sadece sosyal medya platformlarını kullanarak geliştirilmiş kısa dönemli kampanyalar.

Yayın Tarih Aralığı

16 Ağustos 2016 - 01 Ağustos 2017

Online Başvurular

kristalelmfestivali.com

Yarışma Son Başvuru Tarihi

07 Ağustos 2017

Kristal Elma Festivali

05-06 Ekim 2017

Bölge Yarışması

Böge Yarışması'na, İstanbul dışında bulunan Reklamcılar Dernekleri'ne üye ajanslar katılabilir. Aynı zamanda, söz konusu ajanslar dilerlerse Kristal Elma Yarışması'nın tüm diğer kategorilerine de başvurabilir.

BYB BASIN

Bölge Yarışması Basın kategorisinde beş alt kategori

bulunmaktadır. **Not:** Kategori detayları için "Açık hava, ve Film/Basın" kategorilerindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

BYBA Hızlı Tüketim

BYBB Dayanıklı Tüketim

BYBC Hizmet

BYBD Kurumsal İmaj & Sosyal Sorumluluk

BYBE Diğer

BYA AÇIKHAVA / OUT OF HOME (OOH)

Kategori ayrımı yapılmaksızın değerlendirilir.

BYR RADYO

Kategori ayrımı yapılmaksızın değerlendirilir.

TMK TEK MECRALI KAMPANYA

Kategori ayrımı yapılmaksızın değerlendirilir.

BEK ENTEGRE KAMPANYA

Kategori ayrımı yapılmaksızın değerlendirilir.

Medya

Bu bölümde, medya kullanımlarının/uygulamalarının başarısı ödüllendirilecektir. Medya kategorisinde yarışan işleri için başan kriterleri şöyledir:

- Medya kullanımları, markanın ana sorununa ya da fırsatına dokunuyor mu? Medya kullanımları, markanın hedef kitlesi ile buluşmasını sağlayan bir strateji içeriyor mu?
- Medya kullanımı, güçlü bir içgörü taşıyor mu?
- Medya kullanımı ve uygulamalar, yaratıcı ve yenilikçi mi?
- Medya kullanımı, sorunun çözümünü ya da fırsatın hayata

geçirilmesinde beklenen etkiyi yarattı mı? Dijital ile ilgili bölümlerde, yaratılan içeriğe değil, dijital mecra veya sosyal platformun nasıl kullanıldığına bakılarak değerlendirme yapılacaktır.

MA MEDYA KULLANIMI

Bu kategorilerdeki işler, reklamı yapılan ürün/hizmet/ sektör göz önüne alınmaksızın, mecranın yenilikçi ve yaratıcı kullanımına ve bu mecradaki yenilikçi ve yaratıcı uygulamalara göre değerlendirilecektir.

MA01 En İyi TV Uygulaması

TV'de gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile buluşmasında farklılık, bir yenilik yaratması

beklenmektedir. Markalı içerik ve entegrasyon uygulamaları bu kategoride değerlendirilir.

MA02 Radyo Kullanımı

Radyoda gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir kullanımla buluşması beklenir. (dijital radyo/müzik servislerindeki kullanımlar bu kategorinin dışında tutulacaktır.)

MA03 Basın Uygulaması

Basılı gazete, dergi ve e-dergilerinde gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir kullanımla buluşması beklenir. (dijital yayınlar, e-gazete ve e-dergi

kullanımları bu kategorinin dışında tutulacaktır.)

MA04 Sinema Uygulaması

Sinemada gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir kullanımla buluşması beklenir. (sinema mecrasındaki tüm kullanımlar - perde reklamı, fuaye, vb. -bu kategori içinde değerlendirilecektir.)

MA05 Sponsorluk Uygulaması

Medya kanallarında veya medya kanalları aracılığıyla gerçekleştirilen yenilikçi ve yaratıcı sponsorluklar. Hedef kitle, marka ve mesaj düşünüldüğünde, hayata geçirilen sponsorluğun markaya değer katması beklenir.

MA06 Özel Etkinlik Kullanımı

Marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı özel etkinlikler aracılığıyla buluşturulması. (Büyük ve küçük ölçekli canlı gösteriler/etkinlikler, deneyimsel etkinlikler, festivaller, konserler, spor etkinlikleri, vb. dahildir.)

MA07 Açık hava Kullanımı

Açık havada gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir kullanımla buluşması beklenir. (Geleneksel panolar, raketler, duraklar, megalight ve toplu taşıma araçları gibi standart açık hava reklam alanlarındaki farklı kullanımlar ile mağaza veya AVM içinde yer alan indoor reklam alanlarının farklı kullanımını kapsamaktadır.)

MA08 Ambient Mecra Kullanımı

Geleneksel olmayan büyük ölçekli indoor/outdoor kullanımlarının, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir uygulamayla buluşmasını sağlaması beklenmektedir. (Daha büyük ölçekli, 3 boyutlu ve standart olmayan büyüklükte kullanımlar, gişeler, bilet turnikeleri, zeminde medya çalışmaları, diğer dış mekan kullanımları, bina ve sokaklardaki duvarların kullanımı.) Geleneksel olmayan küçük ölçekli indoor/outdoor kullanımlarının, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir uygulamayla buluşmasını sağlaması beklenir. (Barlar ve restoranlardaki küçük ölçekli kullanımlar, bardaklar, paspaslar, servis kağıtları, benzin pompaları, kapı askıları, tabelalar, çıkartmalar, el ilanları.)

MA09 Satış Noktalarında Mecra Kullanımı

Satış noktalarındaki mecraların (tüketiciyi yönlendiren ürün display, POP, mesaj ve diğer yaratıcı görsel çalışmalar, promosyonel taktik içeren uygulamalar) yenilikçi ve yaratıcı kullanımı; ve de bu noktalarda yeni mecraların yaratılması.

MA10 Web Kullanımı

Online platformlarda gerçekleşen web tabanlı uygulamalar; web siteleri, mikro siteler, banner reklamları, arama motoru çalışmaları, e-posta pazarlama, desktop oyun kurguları, widget, ekran koruyucular dahil olmak üzere indirilebilir uygulamalar.

MA11 Sosyal/Video Platform Kullanımı

Sosyal medya ve video dinamiklerini yaratıcı ve yenilikçi bir şekilde kullanan, sosyal uygulama içeren bloglar/ağlar, video platformları ve uygulamaları aracılığıyla yapılan dijital medya kullanımları ve buradaki reklam alanlarının kullanımı. Viral reklamların dağıtım stratejileri, sosyal/video bazlı reklamların yaratıcı bir şekilde kullanımı, dijital reklamların yaratıcı hedefleme stratejileri ve uygulamaları.

MA12 Mobil Medya Kullanımı

Mobil platformlarda gerçekleşen veya mobil teknoloji bazlı yenilikçi ve yaratıcı kullanımlar; web tarayıcı olmaksızın indirilerek çalışan mobil uygulamalar, mobil teknoloji entegrasyonu, akıllı telefonlar, tabletler,

Bluetooth, SMS, MMS, WAP, GPS, QR, mobil oyunlar.

MA13 En Yenilikçi Teknoloji/Dijital Medya Kullanımı

Bir medya kampanyasını destekleme amaçlı dijital yeniliği tetikleyen, sektöre ilham veren yeni teknolojilerin kullanımı. Yapay zeka, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, robot teknolojisi, giyilebilir ve interaktif teknoloji ürünleri.

MA14 Markalı İçerik Kullanımı

Bu kategorilerde marka değerleri ve hedeflerine uygun olarak tüketicilerin ve ölçülebilir sonuçların (viral etki, kazanılan medya değeri, artırılan erişim) bir araya getirilmesinde ilgili içeriğin (TV sponsorluğu, video, doğal reklamcılık, dijital içerik vb.) başarıyla kullanılıp kullanılmadığına bakılır. Başvurular içeriğin kendisine

göre değerlendirilmez; bu içeriğin oluşturulması, etkileyebilmesi ve genişletilmesi sürecinde medyanın rolüne bakılır.

MB YEREL MEDYA

MB01 Yerel Medya Kullanımı

Bu kategoride yarışacak çalışmaların yerel mecralar kullanılarak gerçekleştirilmiş olması, yerel mecra kullanımlarının kampanya hedeflerine uygunluğu, kampanyaya katkısı ve yerele özel uygulama içermesi beklenir.

MC VERİDEN BESLENEN YARATICILIK

MC01 Verinin Kullanımı

Bu kategoride yaratıcılık ve yenilikçilik yine ana kriter

olacaktır. Yaratıcılık ve yenilikçi kampanya, strateji ya da uygulamanın veri kullanımı ile ilişkilendirilmesi ve veriden kaynaklı içgörü sayesinde düşünülmesi, hayata geçirilmesi önemlidir. Bu kategori tüm veri kaynaklarını ve bu kaynaklardan beslenen tüm medya strateji ve uygulamalarını kapsar.

MD ENTEGRE KAMPANYA

MD01 En İyi Entegre Medya Kullanımı

Uygulamalar, seçilen medya kanallarının kampanya çerçevesinde ne ölçüde entegre kullanıldığına, bu kanalların birbirlerini nasıl tamamladıklarına ve marka mesajını nasıl iletişime taşıdıklarına göre değerlendirilir. Bu kategoride yarışacak işler, kampanya içerisinde en

az 3 farklı medya kanalını kullanmış olmalıdır. (Örnek: TV - Radyo - OOH, Markalı İçerik - Display - Sinema).

ME ÜRÜN VE HİZMET

Bu kategoride seçilen ürün veya hizmet için gerçekleştirilmiş en iyi medya kampanyaları değerlendirilir.

ME01 Hızlı Tüketim

Gıda; Çikolata, şekerleme, çerez; İçecekler; Kozmetik, kişisel bakım/güzellik; Ev temizlik ürünleri.

ME02 Dayanıklı Tüketim

Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri; Ev, konut, mobilya, dekorasyon; Elektronik ve beyaz eşya.

ME03 Hizmet

Bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler; Teknoloji

hizmetleri; Medya, yayın, eğlence; Turizm ve taşımacılık.

ME04 Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen çalışmalar; Perakende satış, e-ticaret; Sağlık ve sağlık ürünleri; Kültür ve sanat, spor, hobi; Moda ve aksesuar; Oyuncak; Hobi, kırtasiye malzemeleri; Diğer; Evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; Prezervatif, eğitim, yarışma, vd.; Promosyon; Kurumsal İmaj; Toplumsal sorumluluk.

Yayın Tarih Aralığı
16 Ağustos 2016 - 01 Ağustos 2017

Online Başvurular

kristalelmafestivali.com

Yarışma Son Başvuru Tarihi

07 Ağustos 2017

Kristal Elma Festivali

05-06 Ekim 2017

Tasarım

Bu kategorideki başvurular sektör ayırımı gözetmeksizin tasarım ilkelerine uygun olarak değerlendirilir.

TA ÇOK AMAÇLI MARKALAŞMA

TA01 Yeni veya Yenilenen Marka Kimliği

Ticari, kurumsal, STK ürün ya da hizmetleri için yeni marka kimliği yaratımı.

TB İLETİŞİM TASARIMI

TB01 Afiş

Promosyon ve marka iletişimi için kullanılan afişlerin tasarımı. Söz konusu çalışma başka bir mecrada kullanım için yaratılıp afiş formatına uyarlanmış olmamalıdır. Ticari ve kültürel faaliyetlere yönelik afişler bu kategoriye başvurulabilir.

TB02 Promosyon Malzemesi

Marka iletişimine katkıda bulunan ve onu ileriye taşıyan ürünlerin marka hedef kitlesiyle doğrudan örtüşerek kullanımı. Örnek: çeşitli giysiler, promosyonel hediye ya da numuneler, gerilla pazarlama aksesuarları, promosyonlu ürün veya markalı eşyalar vb.

TB03 Öz Tanıtım

Ajansların kendilerini tanıtmaları için tasarladıkları mecra bağımsız çalışmaları.

TB04 Baskılı & Editoryal

Dergi, gazete, makale vb. baskılı ve editoryal tasarımı.

TB05 Faaliyet Raporları & Diğer Kurumsal İletişim

Grafikler, şemalar, infografik çalışmalar ve genel olarak bilginin tasarım kullanılarak aktarılması.

TB06 Alternatif Mecralar

Markanın tanıtımı ve bir ürün ya da hizmetin satış/pazarlama faaliyetlerini desteklemek için kullanılan mecra alternatifleri. Basın/medya kitleri, bilgisayar oyunları, CD, DVD, plak kılıfları, antet, kartvizit vb.

TB07 Kitap Tasarımı

Basılmış kitapların kapak ve sayfa tasarımları. Başvurular kapak ya da kitabın tüm tasarımının seçici kurul tarafından değerlendirilme seçeneğinden birini içermelidir.

TB08 Takvimler, Davetiyeler & Tebrik Kartları

Basılı olarak kullanıma sunulan takvimler, davetiyeler, kartpostallar, biletler, tebrik kartları, vb.

TC - DİJİTAL & ETKİLEŞİMLİ TASARIM

TC01 Web Sitesi Tasarımı

Bir marka için geliştirilen web sitesi, e-ticaret sitesi, mikro site ya da herhangi bir dijital uygulamanın işlev ve/veya kullanımına katkıda bulunan tasarımsal detaylar. Bu kategoride işlevsellikten ziyade tasarımsal unsurlar öne çıkarılarak kullanıcıya deneyimi değerlendirilecektir.

TC02 Mobil Uygulama (App)

Reklamveren veya ajansların tanıtımı için geliştirilen app tasarımı.

TC03 UX / Arayüz Tasarımı & Kullanıcı Deneyimi

Dijital ürün ya da hizmet kullanımında duygusal ve davranışsal deneyimi artıran, ürün ya da hizmetin kullanımını kolaylaştıran arayüz tasarımları bu kategoride değerlendirilir.

TC04 Diğer Dijital Çözümler

Bu bölümdeki alt kategorilerde yer almayan diğer dijital tasarımlar. E-bültenler, bannerlar, pazarlama içerikli e-postalar, butonlar, zengin online medya, vb.

TD MARKA ORTAMI & DENEYİM TASARIMI

Zaman ve mecra içerisinde anlatılan marka hikayesi veya mesajın yarattığı kişisel deneyim. Başvurular hedef kitlenin kendilerine sunulan deneyimi neden dikkate değer, anlamlı ve hatırlanabilir bulduğunu ortaya koymalıdır. Bu kategorideki başvuruların canlı deneyimlerin gösterildiği ve insanların nasıl eyleme geçtiğini sunan bir vaka filmi hazırlamaları tavsiye edilir.

TD01 Perakende Deneyim Tasarımı

Perakende ortamında yeni ya da geliştirilmiş tasarımı ve yapımı. Satılan ürün veya hizmet ile ilgili işlevsellik, marka değerlerinin sunumu ve satış kolaylığı gibi konular değerlendirilecektir. Bu bölümdeki başvurular perakende ortamında (genel/özel ürünlerin satıldığı mağazalar, bankalar, galeriler, portatif mağazalar, seyyar/mevsimsel teşhir noktaları vb) kalıcı ya da satış noktalarını içerebilir. Bir ürünün satışını kısa sürede artırmak için gerçekleştirilen iletişim çalışmaları (afiş, raf alanlarındaki iletişim, QR kod entegrasyonu, vb); satışları kısa sürede artırmak için geliştirilen görsel mağazacılık & perakende aparatları (ürün teşhirleri, perakende aparatları, karton POS, mağazacı teşhir, görsel düzenleme/teşhir vb); satış sonrası malzemeleri de (alışveriş poşetleri, hediye paketleri, mağazacı katalogları, vb) bu kategoride yarışabilir.

TD02 Canlı Etkinlikler

Etkinliğin gerçekleştirildi alandan ziyade kullanılan

öyküleme ve hikaye anlatımı unsurları. Etkinlikler arasında sportif müsabakalar, promosyonel organizasyonlar, festivaller olabilir. Odak unsurları arasında program, film içeriği, ses, ışık, misafirler, senaryo, performans, sunucular ve ürün kullanımı gibi etkinlik içerisindeki holistik gezintinin parçaları sayılabilir.

TE AMBALAJ TASARIMI

Aşağıda belirtilen ürünlerin satış ve teşhiri için kullanılan ambalaj. Başvurularda fiili ambalaj numunelerinin de gönderilmesi tavsiye edilir. Bunun mümkün ya da pratik olmadığı durumlarda JPEG RGB formatında görseller yeterlidir.

TE01 Genel Ambalaj Çalışmaları

Hertürlü gıda, alkollü alkolsüz içecek, kozmetik, moda ve her türlü ürün için ambalaj.

TE02 Özel Dönem Ambalaj Çalışmaları

Markalar için özel gün ya da dönemler için geliştirilen ambalaj çalışmaları. Belli bir konuya dikkat çekmek amacıyla kaynak ve/veya enerji kullanımını optimize eden, temiz üretim metotlarına duyarlı ambalaj biçimleri de bu kategoriye başvurulabilir.

TF TASARIMDA MÜKEMMELLİK

Başvurularda, marka ruhu ve ürün mesajlarını yansıtmaya çalışılarda tasarımsal becerinin iletişim ve kullanıcı deneyimine katkısı değerlendirilecektir. Uygulama becerisinin kendisinden ziyade, kampanya mesajı veya ürün üzerinde yarattığı artırıcı etki seçici kurulun odak noktası olacaktır.

TF01 Logo Tasarımı

Bir marka ya da kurumsal kimliğin yaratımı ya da hatırlanmasına katkı sağlayan ve tüketici tarafından anında algılanmasını teşvik eden bir logo ya da alometifarkanın basit uygulaması.

TF02 Tipografi

Baskılı mecra, editoryal, online içerik ve dijital tasarımda uygulanan marka iletişim ya da hedeflenen mesajda kullanılan yazı karakteri.

TF03 İllüstrasyon

Markanın iletişimi ya da hedeflediği mesajın aktarımı için baskılı mecra, editoryal, ambalaj, online içerik ve dijital tasarımda ve diğer iletişim tasarımlarında kullanılan en iyi illüstrasyon.

TF04 Fotoğraf / Rötüş

Fotoğraf, çizim veya diğer görsellerin kreatif uygulaması. Başvurularda sınırlı kalmamak kaydıyla albüm çizimleri, ambalaj, yayın ve posterler örnek olarak gösterilebilir.

Uygulamada Mükemmellik

EARM ELİ ACIMAN REKLAM METNİ ÖDÜLÜ

Markalar/ses tonu için markanın mesajı ya da kampanyayı somutlaştıran ya da ileriye taşıyan reklam metni. Bu kategori her türlü mecrada uygulanmış reklam metnine açıktır.

YY YAPIM YÖNETİMİ

A En İyi Animasyon

İstenilen marka mesajının animasyon, hareketli grafik kullanılarak aktarılması. Kanal markalaşması, markalı film, reklamlar, ürün videoları, markalı program, grafik kaplamalar, film jeneriği, projeksiyonlar, diğer video içerikleri, kurumsal imaj filmleri, vb. Önemli Not: bu kategoriye prodüksiyon şirketlerinin yanı sıra kreatif/dijital ajanslar da başvurabilir.

K En İyi Kast

TV, sinemalar ve dijital reklamlarda iz bırakan oyuncular veya oyunculuk. Önemli Not: bu kategoriye prodüksiyon şirketlerinin yanı sıra kasting ajansları ve kreatif/dijital ajanslar da başvurabilir.

RFY En İyi Reklam Filmi Yapımı

TV ve sinemalarda yayınlanan reklam filmleri. Önemli Not: bu kategoriye sadece bireysel olarak yapımcılar ve prodüksiyon şirketleri başvurabilir; kreatif/

dijital ajansların başvuruları kabul edilmeyecektir.

RY En İyi Reklam Filmi Yönetmeni

TV, sinemalar ve dijital kanallarda yayınlanan reklam filmleri. Önemli Not: bu kategoriye sadece bireysel olarak yönetmenler ve prodüksiyon şirketleri başvurabilir; kreatif/dijital ajansların başvuruları kabul edilmeyecektir.

S En İyi Seslendirme

Tüm mecralarda seslendirmedeki yorumuyla ürüne/hizmete fark katan çalışmalar. Önemli Not: bu kategoriye prodüksiyon şirketlerinin yanı sıra kreatif/dijital ajanslar da başvurabilir.

ST Ses Tasarımı

Kullanıcı veya seyredenerin deneyimini artıran ses veya müzik kullanımı. Başvurular, kısıtlı kalmamak kaydıyla, web siteleri, video oyunları ve app, filmler, kanal tanıtımları, ses logoları, ortam ve enstalasyonlar vb. Önemli Not: bu kategoriye prodüksiyon şirketlerinin yanı sıra kreatif/dijital ajanslar da başvurabilir.

SYF En İyi Sanat Yönetimi - Film

TV, sinema ve dijital kanallarda yayınlanan özgün, yenilikçi, sanat yönetimiyle fark yaratan reklam filmleri. Önemli Not: bu kategoriye prodüksiyon şirketlerinin yanı sıra kreatif/dijital ajanslar da başvurabilir.

M MÜZİK

Bu kategoriye bireysel olarak besteciler/müzisyenler ve müzik prodüksiyon başvurabilir; kreatif/dijital ajanslar

tarafından yapılan başvurular kabul edilmeyecektir.

RMJ En İyi Reklam Müziği / Jingle

TV, radyo, sinema ve dijital kanallarda yayınlanan veya kullanılan özgün jingleler.

RMF En İyi Reklam Müziği / Film Müziği

TV, radyo, sinema ve dijital kanallarda yayınlanan veya kullanılan, bir markanın reklamı için özel olarak yazılmış/bestelenmiş sözlü/sözsüz reklam müzikleri (soundtrack).

RMD En İyi Reklam Müziği Düzenlemesi

Mevcut bir bestenin yeniden düzenlenerek marka için kullanımı. Bir bestenin marka için özgün söz yazılarak kullanımı. Var olan bestenin yeni bir fikir doğrultusunda düzenlenmesi. Marka için "cover" olarak kullanılan müzik çalışmaları da bu kategoride değerlendirilecektir.

Yayın Tarih Aralığı

16 Ağustos 2016 - 01 Ağustos 2017

Online Başvurular

kristalelmfestivali.com

Yarışma Son Başvuru Tarihi

07 Ağustos 2017

Kristal Elma Festivali

05-06 Ekim 2017



YÖNETMELİK

Yönetmelik

Özet

- Tüm başvurular www.kristalelmafestivali.com web sitesi adresindeki "İş Gönder" sekmesinden yapılabilir.
- Yarışma başvuruları ile ilgili **her kurum için bir adet kullanıcı adı ve bir adet şifre** kullanılmalıdır. Kullanıcı adı ve şifreleri kurumlara e-posta yoluyla bildirilmektedir.
- 2017 Kristal Elma yarışmasına **16 Ağustos 2016 ila 01 Ağustos 2017** tarih aralığında başlangıç ve bitiş günleri dahil olmak üzere yayınlanan çalışmalar katılabilir.
- Bölge Yarışması ile dijital ve online film kategorileri hariç diğer tüm kreatif kategorilerde gerekli yayınlar **ulusal ölçekte dağıtım/erişime sahip mecralarda** gerçekleşmiş olmalıdır.
- Başvurular için son tarih **07 Ağustos 2017**, gün bitimidir. **Reklamcılar Derneği bu tarih üzerinde değişiklik yapma hakkını saklı tutar.**
- Başvuran çalışmaların görüntü kalitesi, uygun kategoride yer alması, künyesi başvuru sahibinin sorumluluğundadır.
- Yükleme vd. işlemlerde teknik aksaklıklar yaşanması ihtimaline karşı, başvuru süreci tamamlanmadan önce yüklenen dosya ve malzemelerin kontrol edilmesi gereklidir.
- Başvuru formunda ajans ismi ile ilgili iki bölüm yer almaktadır. İlk bölümde başvuru yapan ajansın kitapçık ve duyurularda yer alacak unvanı, diğerinde ise ticari unvanı eksiksiz yer almalıdır. Bilgilerin doğruluğu başvuranın sorumluluğundadır.
- Kristal Elma yarışması, başvurular künyesinde çoklu katılıma olanak sağlamaktadır. Reklam fikrinin sahibi olan ve başvuruyu yapan ajans "Ana Ajans" olarak künyede yer alır. Bunun yanı sıra çalışmaya katkı sağlayan dört kreatif/dijital/medya ajansı/yapım şirketi de başvuru künyesinde yer alabilir.
- Yarışmaya başvurular için belirtilen son tarihten ve sistem kapanışından sonra malzeme yüklenmesi ya da değiştirilmesi mümkün olmayacaktır.
- Yarışma başvuruları ile ilgili gönderilecek CD/DVD/Flash Disk gibi ortamlara görsel/işitsel malzeme data olarak kaydedilmeli, bu ortamların üzerine herhangi bir etiket yapılmamalı, sistem tarafından atanacak başvuru referans numarası (örn: FOX-12345) ortamın üzerine asetat kalemli kullanılarak yazılmalıdır.
- Seçici Kurul tarafından değerlendirmeler esnasında kullanılacak **başvuru malzemelerinde** (örnek: basılı malzemelerin arkasında yer alan etiketlerde ve proje filmlerinin içeriğinde) **başvuranın kurum ve kişisel bilgileri hiçbir şekilde yer almamalıdır.**
- Başvuru malzemelerinin yayınlanmış biçimiyle yarışmaya dahil olması esastır.** Örnek olarak yarışmaya katılan bir reklam filminin yayınlanmış kopyasından farklı şekilde gönderilmesi elenme sebebidir.
- Film kategorilerinde "**director's cut**" ya da yönetmen kopyası olarak bilinen kopyalar **yarışmaya malzeme olarak gönderilmemelidir.**
- En İyi Reklam Filmi Yapımı, En İyi Reklam Filmi Yönetmeni, En İyi Reklam Müziği/Jingle, En İyi Reklam Müziği/Film Müziği ve En İyi Reklam Müziği Düzenlemesi kategorilerine **kreatif/dijital ya da medya ajansları doğrudan başvuruda bulunamaz.** Söz konusu durumda, kreatif/dijital ya da medya ajansının film yapım şirketi ya da eserin sahibinden izin almalı ve başvuru

formunda bu şirket ya da eser sahibinin ismini mutlaka belirtmelidir. Aksi takdirde, ilgili seçici kurul, başvuruyu diskalifiye etme hakkını saklı tutar. **Bu kategorilerde verilecek ödülün sahibi her halükarda eser sahibi, yönetmen ya da film yapım şirkettir.**

- Yapım/Prodüksiyon (Film, Müzik, Fotoğraf) şirketleri ile eser sahipleri Uygulamada Mükemmellik Yapım Yönetim ve Müzik ile Tasarım kategorisi altında yer alan Fotoğraf/Rötüş kategorileri dışında başka herhangi bir kategoriye doğrudan başvuramaz.
- Başvurularda dahil edilecek görsel, işitsel malzemenin bu yönetmeliğin ilgili bölümlerinde belirtilen teknik özelliklere uygunluğu başvuranın sorumluluğundadır.
- Seçici kurulların toplanmaya başlayacağı **06 Eylül 2017 tarihinden önce katılım ücreti ödenmemiş başvurular yarışmaya dahil edilmeyecektir.**
- Yarışma ile ilgili tüm sorular için basvuru@kristalelmafestivali.com adresine e-posta gönderilmelidir.

A. Tanımlar & Amaç

Reklamcılar Derneği, her yıl tekrarlanmak üzere, Kristal Elma yarışması düzenlemektedir. Yarışmanın kuralları ve yarışmayla ilgili yönetmelik aşağıda sunulmaktadır.

Amaç

Yarışmanın temel amacı, Türkiye'de pazarlama iletişiminin yaratıcılık düzeyini yükseltmek; ajansların, çalışanlarının ve uygulamaya katkıda bulunanların özgün başarılarını belgelemektir.

B. Genel Kurallar

a. Yarışma Dönemi

Yarışmaya ilk kez **16 Ağustos 2016 – 01 Ağustos 2017** dönemi içinde yayınlanmış özgün çalışmalar katılabilir. Seçici Kurul yayın tarihlerini kontrol etme hakkını saklı tutar.

Entegre ve çok mecralı kampanya başvurularında çalışmalar kullanılan mecraların en az yansında, ilk kez yarışma dönemi içinde yayınlanmış olmalıdır.

Bölge Yarışmasında bir "Tek Mecralı" kampanyanın bazı bölümleri bu yarışma döneminin dışında yayınlanmış olsa bile, en az yarısı 16 Temmuz 2016 – 01 Ağustos 2017 dönemi içinde yayınlandığı takdirde yarışmaya katılabilir.

b. Katılım Şartları & Yarışmaya Uygunluk

Reklamcılar Derneği'nin Kristal Elma yarışmasına, mevzuat gereğince, **Türkiye'de faaliyet gösteren** tüm reklam ve medya ajansları, interaktif ajanslar, doğrudan pazarlama şirketleri ile reklam filmi yapım şirketleri, reklam filmi yönetmenleri, reklam müziği bestecileri ve fotoğraf sanatçıları, bu yönetmelikte belirlenmiş olan kategori ve/veya ödüllere başvuruda bulunabilir.

Yapım/produksiyon şirketleri (film, müzik, fotoğraf, animasyon vb.) ve eser sahipleri uygulamada mükemmellik bölümü ve Tasarım Fotoğraf/Rötüş alt kategorisi dışında başka herhangi bir kategoride yarışamaz. Kreatif/dijital ajanslar, bu En İyi Reklam Filmi Yapımı, En İyi Reklam Filmi Yönetimi ve 3 alt kategoriden oluşan müzik kategorisine başvuramaz.

Kristal Elma yarışması çoklu katılım olanağı da sağlamaktadır. Çoklu katılım hem iletişimdeki yakınsamanın, hem de fikri mülkiyetin sektörümüz için taşıdığı önemin altını çizmektedir. Başvuran "Ana Ajans" ve "Reklamveren" in yanı sıra dört adedi geçmemek kaydıyla "Katkıda Bulunan Ajans(lar)", Kristal Elma Yarışması başvurusu künyesinde yer verilebilir. "Katkıda Bulunan Ajanslar" terimi genel anlamda kullanılmış olup yerine göre yapım/produksiyon şirketleri ve eser sahiplerinin isimlerinde bu bölümde yer alabilir. Başvuran

ana ajansın veya katkıda bulunan ajans(lar)ın kreatif, interaktif, medya, doğrudan pazarlama, etkinlik, halkla ilişkiler gibi alanlardan olması mümkündür. Başvuru formundaki ajans ve künye bilgilerinin doğruluğu başvuruyu yapan kurum/kışi tarafından üstlenmektedir. İhtilaf durumunda ilgili reklamverenin görüşü esas alınır. Reklamcılar Derneği, bilgilerin doğruluğu ile ilgili herhangi bir sorumluluk üstlenmez.

Başvuruda bulunan kurumların kendi tanıtımları ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar için **bilâ-bedel hazırladıkları reklamlar/projeler dışında kalan tüm diğer çalışmalar standart ajans – reklamveren ticari ilişkisi çerçevesinde vücut bulmuş olmalıdır.** Bu çalışmalar ile ilgili tüm medya ve uygulama maliyetleri reklamveren tarafından karşılanmış olmalıdır.

Reklamveren tarafından "in-house" üretilmiş iletişim çalışmaları Kristal Elma Yarışması'na katılamaz. Ayrıca, özünde reklam mecrası işlevini gören kuruluşlar da Kristal Elma Yarışması'nın kapsamı dışındadır.

Seçici Kurul Değerlendirme sürecinde gelebilecek herhangi bir talep neticesinde, reklamveren ile temasa geçilerek çalışmaların uygulanması ve/veya medya planı hakkında ek bilgi istenebilir.

Bölge Yarışması'na İstanbul dışında illerde bulunan Reklamcılar Derneği'ne üye ajanslar katılabilir.

Yarışmaya katılan çalışmalar işbu yönetmelikte belirtilen teknik özelliklere sadık kalacak biçimde gönderilmeli, üzerlerinde yarışma için tahrifat yapılmamalıdır. Yabancı dilde hazırlanan reklam filmlerinde ve/veya proje filmlerinde Türkçe dublaj ya da alt yazı bulunabilir.

c. Özgünlük

Katılımda temel koşul, başvuruların Türkiye'de yaratılmış, özgün çalışmalar olmasıdır.

Başvurular, yarışma dönemi olarak belirtilen tarihler dahilinde Türkçe veya yabancı dilde, ulusal veya uluslararası mecralarda yayınlanmış olabilir. Yarışmaya katılacak çalışmaların yapımı ve/veya yönetimi, yurtdışında yerli veya yabancı ekiplerce gerçekleştirilmiş olabilir.

Küresel pazarlama iletişimi stratejilerini yerel yaratıcı kavramlarla destekleyen markaların artması, "özgünlük" anlayışını yeniden tanımlama gereği doğurmaktadır. Bu doğrultuda küresel iletişim stratejisi uygulamakla birlikte; yerel yaratıcı kavramlar ve özgün uygulamaları oluşturulmuş çalışmalar Kristal Elma'ya başvuruda bulunabilir. Özgünlük boyutunun saptanabilmesi açısından, bu nitelikteki çalışmaların başvurusu dayandıkları uluslararası stratejiyi de örnekleyecek biçimde yapılmalıdır. Seçici Kurul her iki çalışmayı özgünlük boyutuyla inceleme yetkisine sahiptir.

Özgünlük konusunda sorumluluk bizzat yarışma başvurusunda bulunan kurum/kişilerdedir. Yarışmaya katılan her başvuru özgün olduğu varsayımıyla ele alınır ve değerlendirilir.

Özgünlük konusundaki itirazlar, bu yönetmeliğin "G. İtiraz" bölümündeki kuralara uygun olarak ele alınır.

i. Başvuru ve Özgünlük Komitesi

Başvuru ve Özgünlük Komitesi Reklamcılar Derneği Yönetim Kurulu tarafından belirlenen bir başkan ve en fazla 6 üye olmak üzere toplamda yedi üyeden oluşur.

Yarışmaya katılan başvuruların doğru kategorilerde yarışıp yarışmadıkları ve özgün olup olmadıkları ile ilgili yarışmanın askı sürecinde gelebilecek tüm itirazlar Başvuru ve Özgünlük Komitesi tarafından incelenir. Komite, kararları başvuru sahiplerine ve/veya Reklamcılar Derneği Yönetim Kurulu'na iletir.

Başvuru ve Özgünlük Değerlendirme Komitesi:

- Çalışmaların askıya alınması ve ön eleme süreçlerinde gelebilecek özgünlük/kategori itirazlarını değerlendirir, Reklamcılar Derneği Yönetim Kurulu'na iletir.
- Ödüllerin açıklanmasından sonra gelebilecek itirazları değerlendirir, gerek görürse inceleme başlatır ve sonuçları karar alınması için Reklamcılar Derneği Yönetim Kurulu'na aktarır.

Başvuru ve Özgünlük Komitesi'nin özgünlük ve/veya kategori değişim konusunda tavsiyeleri doğrultusunda Reklamcılar Derneği Yönetim Kurulu tarafından alınacak karar kesin ve bağlayıcıdır.

Komite üyeleri, kendi ajansları ya da tüzel yapısı farklı olmayan gruplara ait başvuruların değerlendirilmesinde görüş bildiremez.

Başvuru ve Özgünlük Değerlendirme Komitesi tarafından başvuru aşamasında yarışmaya katılmak için gereken koşullara sahip olmadığı sonucuna varılan veya kategorisi değiştirilen başvurular geri çekilebilir; bu işlem Seçici Kurul Ön Eleme Süreci öncesi gerçekleştirirse katılım ücreti ilgili kuruluşa/kişiye iade edilir.

Özgünlük açısından sorunlu görüldüğü halde geri çekilmeyen çalışmalar, Seçici Kurul tarafından gerçekleştirilecek ön eleme ve ana değerlendirme aşamalarına Başvuru ve Özgünlük Komitesi karar notu ile birlikte dahil edilir.

Katılan başvuruların özgünlüğü ile ilgili son karar Kristal Elma Seçici Kurulu'na aittir. Kristal Elma Seçici Kurul'u yarışmaya katılan başvuruların, buldukları kategoriler dahilinde değerlendirir.

Ön eleme sürecinin başladığı **6 Eylül 2017** ve sonrasında başvurular yazılı talep üzerine geri çekilebilir, ancak katılım bedelleri geri ödenmez.

d. Doğruluk, dürüstlük

Reklam Özdenetim Kurulu (RÖK) tarafından yanıtıcı bulunarak değiştirilmesi veya yayınlanmaması gerektiği sonucuna varılmış çalışmalar yarışmaya katılamaz.

Kurulların kararına uygun biçimde değiştirilerek yarışma dönemi içinde yayınlanmış çalışmalar düzeltilmiş oldukları biçimiyle yarışmaya başvurabilirler.

Yarışma sonrasında, ödüle layık görülmüş çalışmanın/ çalışmaların RÖK tarafından yanıtıcı bulunmuş olduğu kanıtlanırsa verilen ödül(ler) geri alınır.

e. Fikri Mülkiyet Hakları

Katılımcı, yarışmaya katılım formunu göndermekle, yarattığı/tasarladığı/vücuda getirdiği reklam ve/veya pazarlama iletişim kampanyasına ilişkin olarak, söz konusu kampanyayı oluşturan bilgi, belge, çizim, resim, müzik vesair her türlü öğenin FSEK kapsamında sahibi olduğunu veya eser sahiplerinden akdettiği/akdedeceği sözleşmeler çerçevesinde tüm bu bilgi ve belgelerin mali haklarını yer, süre, sayı sınırlaması olmaksızın devir aldığı ve Katılımcı olarak bu hakların sahibi olduğunu, buna göre de, Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun

21. maddesinde düzenlenen "İşleme Hakkı"nı,
22. maddesinde belirtilen "Çoğaltma Hakkı"nı,
23. maddesinde yer alan "Yayma Hakkı"nı,
24. maddesinde düzenlenen "Temsil Hakkı"nı ve
25. maddesinde yer alan "İşaret Ses ve/veya Görüntü Nakline Yarayan Araçlarla Umuma İletim Hakkı"nı kullanma hakkını bilâ-bedel süre, yer, sayı ve muhteva itibarıyla sadece Kristal Elma ile ilgili iletişim mecralarında ve etkinliklerde kullanılmak üzere gayrimahdut olarak Reklamcılar Derneği'ne

devredeceğini beyan, kabul ve taahhüt etmiştir.

Katılımcı, reklam veya pazarlama iletişim kampanyasını oluşturan tüm bu bilgi, belge, çizim, resim, müzik dahil her türlü öğenin vücuda getirilmesinde emeği geçmiş tüm kişilerin, FSEK uyarınca doğmuş ve doğacak her türlü haklarının, sadece Kristal Elma ile ilgili iletişim mecralarında ve etkinliklerde kullanılmak üzere Reklamcılar Derneği'ne geri dönülmez biçimde devrinden sorumludur.

Katılımcı, hak sahiplerinden veya üçüncü kişilerden gelebilecek her türlü hak ve /veya talepleri üstleneceğini, hukuki ve cezai takiplerden sorumlu olacaktır.

C. Başvurular

Kristal Elma Yarışması ile ilgili tüm başvurular, <http://www.kristalelmafestivali.com> adresinden "İş Gönder" sekmesi kullanılarak online olarak yapılır. Siteye üye olunması, başvurulacak kategorinin formunun doldurulması ve gerekli malzemelerin siteye yüklenmesi gerekmektedir.

Ajans başvurduğu tüm kategorileri başvurular kapanana kadar 'Başvurularım' bölümünden listeleyebilir, düzenleyebilir ve değiştirebilir.

Yarışma başvurusu, çalışmayı yaratan ve/veya yarışmaya başvuru hakkına sahip kuruluş/kişiler tarafından katılım ücreti ödenerek yapılır. **Seçici Kurulların toplanmaya başlayacağı 6 Eylül 2017 tarihinden önce ücreti ödenmeyen eserler yarışmada değerlendirmeye alınmaz.**

Fikri geliştirme ve/veya uygulamayı birlikte yürüten ajanslar (kreatif ajans/medya ajansı/interaktif ajans/ doğrudan pazarlama ajansı vd.), "B. Genel Kurallar b. Katılım Şartları"nda belirtildiği üzere ana ajans ve katkıda bulunan ajans(lar) ayrımla başvuruda bulunabilir.

a. Yarışma Kategorileri

Kristal Elma yarışması Film-TV&Sinema, Online Film, Basın, Açık hava, Radyo, Entegre Kampanyalar, Dijital, Medya, Tasarım, Promosyon Aktivasyon & Doğrudan Pazarlama, Uygulamada Mükemmellik ve Bölge Yarışması bölümlerinden oluşmaktadır.

Uygulamada Mükemmellik kategorisine yapılan başvurularda tüm mecralarda reklamların fark yaratmasını sağlayan temel unsurlar değerlendirilir.

i. Kategori Ayrımı

- Film-TV&Sinema bölümünde çalışmalar 16 ayrı kategoride değerlendirilir.
- Online Film bölümünde çalışmalar 17 ayrı kategoride değerlendirilir.
- Basın bölümünde çalışmalar 16 ayrı kategoride değerlendirilir.
- Açık hava bölümünde çalışmalar 11 ayrı kategoride değerlendirilir.
- Radyo bölümünde çalışmalar 5 ayrı kategoride değerlendirilir.
- Entegre kampanyalar bölümünde çalışmalar 5 ayrı kategoride değerlendirilir.
- Dijital bölümde çalışmalar 24 ayrı kategoride değerlendirilir.
- Medya bölümünde çalışmalar 21 ayrı kategoride değerlendirilir.
- Promosyon Aktivasyon & Doğrudan Pazarlama 6 ayrı kategoride değerlendirilir.
- Tasarım bölümünde çalışmalar 21 ayrı kategoride değerlendirilir.

• Uygulamada Mükemmellik bölümünde çalışmalar 11 ayrı kategoride değerlendirilir.

• Bölge Yarışması bölümünde çalışmalar 9 ayrı kategoride değerlendirilir.

• Promosyon Aktivasyon & Doğrudan Pazarlama, Tasarım ve Uygulamada Mükemmellik ödüllerinde (Eli Acıman Reklam Metni Ödülü, En İyi Animasyon, En İyi Kast, En İyi Reklam Filmi Yapımı, En İyi Reklam Filmi Yönetmeni, En İyi Seslendirme, En İyi Ses Tasarımı, En İyi Sanat Yönetimi/Film, En İyi Reklam Müziği/Jingle, En İyi Reklam Müziği/Film Müziği, En İyi Reklam Müziği Düzenlemesi) ve Medya (ME - Ürün & Hizmet hariç) bölümlerinde sektörel kategori ayrımı gözetilmez.

• Entegre Kampanyalar kategorisinde belli fikri, belli bir medya planı ve bütçesi doğrultusunda hedef kitleye en az üç farklı mecrayı kullanarak bütünsel bir mükemmellik içerisinde sunan kampanyalar yarışabilir. Başvuruların bahsi geçen mecralardan en az üçünde yayınlanmış birer çalışmadan oluşması yeterlidir. Yarışmanın ana kategorilerinde yer alan farklı alt kategoriler farklı birer mecraya olarak değerlendirilmez.

• "Dijital Kampanya" kategorisinde, dijital merkezine alan kampanyalar yarışacaktır. Fikri ve uygulamasıyla kampanya bütünlüğü taşıyan web siteleri, sosyal medya uygulamaları, seri filmler veya bunların iç içe geçtiği farklı kampanya kurguları bu kategoride yarışabilir. Kampanyada, konvansiyonel mecraya kullanımı varsa, bu kullanım, dijital kampanyanın etkisini artırmak amacıyla taşınmalıdır.

• Bir sinema reklam filminin Film - TV & Sinema kategorisinde yarışmaya katılabilmesi için, özellikle sinemada gösterilmek amacıyla çekilmiş olması ve sinemada gösterildiği şekilde birebir TV'de yayınlanmamış olması gerekir. TV reklam filmlerinin uzun versiyonları bu bölümde yarışmaya katılamaz. Ancak, bir TV reklam filmine sinemaya özgü planlar eklenmişse yarışmaya katılmak mümkündür.

• Bir Online Filmin, "Film - TV ve Sinema Filmi" kategorisinde yarışmaya dahil olabilmesi için birden fazla ulusal TV kanalında belli bir medya planı ve bütçesi çerçevesinde yayınlanmış olması gerekir.

• TV ve Sinema filmlerinin video paylaşım mantığına/ hedefine uygun olarak dijital ortama yüklenmiş versiyonları Online Film kategorisinde yarışabilir. Ancak, söz konusu filmlerin internet ortamına yüklenmiş birebir kopyaları Online Film kategorisine başvuramaz.

• Bir radyo reklamının "Radyo" bölümünde yarışmaya katılabilmesi için, özellikle radyoda yayınlanmak amacıyla üretilmiş olması ya da bu mecraya özgü unsurlar içermesi gerekir. TV reklam filmlerinin söz düzenleri, müzikleri ve cingılları ile söz düzeni ve cingıllı uzun veya kısa versiyonları bu dalda yarışmaya katılamaz.

ii. Uygulamada Mükemmellik

En İyi Reklam Filmi Yönetmeni, En İyi Reklam Müziği, En İyi Reklam Müziği Düzenlemesi ("aranjman/remake"), En İyi Reklam Fotoğrafı dallarında sanatçıların veya film yapım ve fotoğraf yapım şirketlerinin;

En İyi Reklam Filmi Yapımı dalında reklam filmi yapım şirketinin,

Kast ve Animasyon dallarında ajansın veya film yapım şirketinin;

En İyi Seslendirme dalında ajansın veya dublaj menajerliği yapan şirketin;

Eli Acıman Reklam Metni Özel Ödülü, En İyi Sanat Yönetimi/Film, Tasarım dallarında ajansın; katılım ücretini ödeyerek bizzat başvurması gerekir.

Yönetmelik

iii. Adetsel kısıtlar

Entegre kampanyalar, Dijital Kampanya, Bölge Yarışması Tek Mecralı Kampanya ve Çok Mecralı Promosyon Kampanyası dışındaki tüm diğer kategorilerde başvurular tekil olarak gerçekleştirilir. Film - TV & Sinema, Online Film, Basın, Açık hava, Radyo bölümlerinde yer alan alt kategorilerde **seçici kurul kampanya bütünlüğü taşıdığı kanaatine vardığı çalışmalar bütünlüştürerek, kampanya ödülü verme hakkını** saklı tutar.

Bir reklam/kampanya birden fazla kategoride yarışmaya katılabilir.

Yarışmaya katılımda yarışma dönemine uygunluk esastır. Önceki yıl yarışmaya tekil olarak katılan bir reklam, sonraki yıl bir Entegre Kampanya'nın bir parçası olarak yarışmada yer alabilir. Ancak, önceki yıl yarışmaya Entegre Kampanya olarak katılan reklamlar, sonraki yıl hiçbir biçimde yarışamaz.

iv. Çalışmaların Teslimi

Reklamcılar Derneği'ne elden teslim edilecek tüm malzemeler etiketlenmiş olarak gönderilmelidir. Malzemelerin üzerindeki katılım etiketinde sadece sistem tarafından başvuru esnasında atanan **"Referans Numarası"** yer almalıdır.

v. Ücretlendirme

Entegre Kampanya, Dijital Kampanya, Sosyal Medya Kampanya, Çok Mecralı Promosyon Kampanyası kategorileri katılım ücreti: **550 TL + KDV**

Bölgeler Yarışması Tek Mecralı Kampanyalar & Entegre Kampanyalar Kategorilerinde katılım ücreti: **325 TL + KDV**

Film -TV & Sinema, Online Film, Basın, Açık hava, Radyo, Dijital, Promosyon Aktivasyon & Doğrudan Pazarlama, Medya, Uygulamada Mükemmellik kategorilerinde tekil başvuru katılım ücreti: **340 TL + KDV**

İlk kez düzenlenecek Tasarım kategorisinde başlangıç yılına özel ücret: **200 TL + KDV.**

Bölgeler Yarışması tekil başvuru katılım ücreti: **200 TL + KDV**

"Teaser" ve açış için tekil katılım ücreti ödenir.

vi. Cezalı Başvurular

Kristal Elma yarışması yönetmeliğinde açıklanan son başvuru tarihinin uzatılması hakkını Reklamcılar Derneği saklı tutar. Bu gibi bir durum e-posta, sosyal medya ve web sitesi üzerinden sektöre duyurulur. Duyurulan son tarih ile askı süreci arasındaki 3 günlük süreçte gerçekleştirilecek yeni başvuru ve malzeme güncelleme işlemleri içim v. ücretlendirme bölümünde belirtilen ücretlere en fazla %10 ceza uygulanır. Cezalı ücretler aşağıdaki gibidir:

Entegre Kampanya, Dijital Kampanya, Çok Mecralı Promosyon Kampanyası kategorileri cezalı katılım ücreti: **605 TL + KDV**

Bölgeler Yarışması Tek Mecralı Kampanyalar & Entegre Kampanyalar kategorilerinde cezalı katılım ücreti: **355 TL + KDV**

Film -TV & Sinema, Online Film, Basın, Açık hava, Radyo, Dijital, Promosyon Aktivasyon & Doğrudan Pazarlama, Medya, Uygulamada Mükemmellik kategorilerinde tekil başvuru katılım ücreti: **360 TL + KDV**

İlk kez düzenlenecek Tasarım kategorisinde başlangıç yılına özel ücret: **220 TL + KDV.**

Bölgeler Yarışması tekil başvuru katılım ücreti: **220 TL + KDV**

vi. Diğer

Yarışmada kısa listeye kalan ve ödül alan reklamlar, yarışma/festival web sitesinde yayınlanır. Reklamcılar Derneği yarışmaya başvuruda bulunan tüm eserleri Festival veya yarışmayla ilgili her türlü tanıtımda ve yayında, gelir getirci amaçlarla yayma, çoğaltma, işleme ve umuma iletim hakkına sahiptir.

Ödül kazanmayan başvurulara ait malzemeler ajans ve/veya kişiler tarafından **20 Kasım 2017** tarihine kadar **Reklamcılar Derneği** Harbiye Mahallesi Teşvikiye Caddesi No:53 Kat: 5 Daire: 7 34367 Şişli - İstanbul adresinden geri alınmalıdır. Aksi takdirde Reklamcılar Derneği malzemelerin korunmasından sorumlu değildir.

D. Seçici Kurullar

Seçici Kurul Başkanları ve Üyeleri Reklamcılar Derneği Yönetim Kurulu tarafından seçilir. Üyelerin belirlenmesinde temsiliyet dengeleri gözetilir.

Seçici Kurul Başkanları işbu yönetmeliğin uygulanmasından, Seçici Kurul çalışmalarının eşgüdümünden ve sağlıklı değerlendirme yapılmasından sorumludur. Seçici Kurul Başkanları ön eleme ve ana değerlendirme aşamasında oy kullanmaz.

Seçici kurul başkanlarının belirlenmesinde aşağıdaki kriterler esas alınır:

- **Film - TV&Sinema, Online Film, Entegre Kampanyalar:** 10+ yıl sektörel deneyim, kreatif direktörlük deneyimi, lokal ya da uluslararası yarışmalarda 3 yıl seçici kurul üyeliği deneyimi, Kristal Elma seçici kurul üyeliği deneyimi, son 3 yıl Kristal Elma'da kişi veya ajans olarak seçici kurul başkanlığı yapmamış olmak.

- **Basın, Açık hava, Radyo:** 10+ yıl sektörel deneyim, kreatif direktörlük deneyimi, lokal ya da uluslararası yarışmalarda 3 yıl seçici kurul üyeliği deneyimi, Kristal Elma seçici kurul üyeliği deneyimi, son 3 yıl Kristal Elma'da kişi veya ajans olarak seçici kurul başkanlığı yapmamış olmak.

- **Dijital & Sosyal Medya:** 10+ yıl sektörel deneyim, kreatif direktörlük deneyimi, lokal ya da uluslararası yarışmalarda 3 yıl seçici kurul üyeliği deneyimi, Kristal Elma seçici kurul üyeliği deneyimi, son 3 yıl Kristal Elma'da kişi veya ajans olarak seçici kurul başkanlığı yapmamış olmak.

- **Medya:** 10+ yıl sektörel deneyim, direktörlük deneyimi, lokal ya da uluslararası yarışmalarda 3 yıl seçici kurul üyeliği deneyimi, Kristal Elma seçici kurul üyeliği deneyimi, son 3 yıl Kristal Elma'da kişi veya ajans olarak seçici kurul başkanlığı yapmamış olmak.

- **Tasarım:** 10+ yıl sektörel deneyim, kreatif direktörlük deneyimi, lokal ya da uluslararası yarışmalarda 3 yıl seçici kurul üyeliği deneyimi, Kristal Elma seçici kurul üyeliği deneyimi, son 3 yıl Kristal Elma'da kişi veya ajans olarak seçici kurul başkanlığı yapmamış olmak.

- **Bölge Yarışması:** 10+ yıl sektörel deneyim, direktörlük deneyimi, lokal ya da uluslararası yarışmalarda 3 yıl seçici kurul üyeliği deneyimi, Kristal Elma seçici kurul üyeliği deneyimi.

Seçici Kurul Başkanları, Reklamcılar Derneği Yönetim Kurulu tarafından, tercihen Reklamcılar Derneği üyeleri arasından belirlenir. Reklamcılar Derneği Yönetim Kurulu Başkanı ve üyeleri Seçici Kurul Başkanı olabilir. Bu durumda Yönetim Kurulu'ndan başka bir üye Seçici Kurul'da görev alamaz.

Film - TV&Sinema, Online Film, Entegre Kampanyalar / Basın, Açık hava, Radyo Seçici Kurulları, Başkan dahil en az 9'ar üyeden oluşur. Bu Seçici Kurul'da yaratıcılık alanlardan gelenlerin üye olarak bulunması esastır.

Dijital & Sosyal Medya Seçici Kurulu, Başkan dahil en az 5 kişiden oluşur. Dijital Seçici Kurulu'nda dijital dışındaki farklı disiplinlerden de üye atanabilir.

Medya Seçici Kurulu, Başkan dahil en az 5 kişiden oluşur. Medya Seçici Kurul Başkanı'nın Medya Satınalma ve Planlama Ajansı üst düzey yöneticisi olması zorunludur.

Promosyon Aktivasyon & Doğrudan Pazarlama seçici kurulu, Başkan dahil en az 5 kişiden oluşur.

Bölge Yarışması Seçici Kurulu Başkanı, Bölge Reklamcılar Derneği üyeleri arasından seçilir. Seçici Kurul'da üyeler en az 5 kişiden oluşur.

Tasarım, Müzik, ve Yapım/Yönetim kategorileri için konularının uzmanı olan en az 5'er kişilik özel seçici kurullar oluşturulur.

Gerek görülürse, alanında tanınmış diğer profesyonel reklamcılar da Seçici Kurul'a davet edilebilir ve Seçici Kurul üyesi olarak görev yapabilir.

E. Değerlendirme

Kristal Elma yarışmasının temel amacı, işbu yönetmeliğin "Amaç" bölümünde belirtildiği gibi, Türkiye'de yaratıcılık düzeyini yükseltmek, ajansların, çalışanlarının, fikrin uygulama aşamasında katkıda bulunanların özgün başarılarını belgelemektir.

a. *Film, Basın, Açık hava, Radyo, Dijital, Promosyon Aktivasyon & Doğrudan Pazarlama, Tasarım, Bölge Yarışması & Uygulamada Mükemmellik*

Seçici Kurul Üyelerinin kişisel değerlendirmelerini yaparken göz önünde bulundukları ölçütler arasında fikrin yaratıcılığı/özgünlüğü; fikrin hedef kitleye aktarımındaki başarısı; fikrin uygulamadaki başarısı yer alır. Fikir markanın hedef kitle tarafından fark edilmesi ve/veya tercih edilmesini sağlayan ayırt edici unsurdur.

Bu ölçütlerle birlikte, başvurudaki toplumsal sorumluluk, toplumsal ve kültürel değerlere saygı ve katkı, tüketicinin korunması, çevrenin korunması, doğruluk ve dürüstlük gibi unsurlar da önemle dikkate alınır.

b. Medya Kategorisi

Medya kullanım ve uygulamalarındaki yaratıcılığı değerlendiren bu bölüm, giderek artan tüketici dokunma noktalarında verilen mesajların ayrışmasına katkı sağlayan medya kullanımını ödüllendiren kategoriler içermektedir.

Medya bölümünün, aynı zamanda, farklı tüketici dokunma noktalarının pazarlama iletişimi mecrası olarak gelişimini sağlayacak fikirlere cesaret vereceği düşünülmektedir.

Bu bölümde, başarılı işler, hedef kitleyi ve marka ile ilişkisini anlamaya, oluşturulan stratejinin seçilen tüketici dokunma noktalarında yaratıcı, yenilikçi bir şekilde uygulanmasına ve uygulamanın iş sonuçlarına nasıl pozitif katkı sağladığına göre seçilecektir.

Medya seçici kurul değerlendirme ölçütleri şunlar olacaktır:

- Hedef kitle (tüketici) iç görüşü, amaca yönelik strateji ve fikir (%30)

Mecra uygulaması hangi pazarlama, iletişim amacıyla yönelik uygulandı? Hedef kitlesi kimdir? Hedef kitlenin marka ile bağlantısı ve mecrayı tüketmeye yönelik iç görüşleri nelerdir? Marka ve hedef kitle ile bağlantılı

strateji ve yaratıcı fikir nedir?

• Yaratıcı fikrin medya uygulaması (%50)

Yaratıcı fikir medyada ne şekilde uygulandı? Mecra ne denli iyi ve yaratıcı bir biçimde kullanılmıştır? Örneğin: En iyi gazete kullanımı kategorisinde yarışan bir çalışmada; tanıtımı yapılan ürün/kategoriden bağımsız olarak spesifik bir şekilde "gazete" nin "mecra" olarak ne kadar iyi ve yaratıcı kullanıldığına göre karar verilecektir. Pazarlama iletişimi malzemeleri olarak ne kadar yaratıcı olduğu değerlendirme dışındadır.

• Etkin sonuç (%20)

İletişim çalışmasının sonuçları ve markaya katkısı ne oldu? Medya uygulaması öncesi belirtilen ve uygulamayı doğuran iletişim/marka sorunu ya da durumu, uygulamadan nasıl etkilendi?

Araştırma ile tespit edilmiş erişim ve geri dönüş verilerinin yanı sıra, müşteri geribildirimi, halkla ilişkiler etkisi gibi kantitatif veri gerektirmeyen, ancak uygulamanın sonucu ile ilgili bilgi veren açıklamalar da geçerli sayılacaktır.

c. Değerlendirme Yöntemi

Değerlendirmeler, "Başvuruların Askıya Alınması", "Ön Eleme" ve "Ana Değerlendirme" olmak üzere üç aşamada yapılır.

i. Başvuruların Askıya Alınması

Başvurular, özgünlük açısından incelenebilmeleri açısından son başvuru tarihini izleyen beş ila yedi iş günü süresince tüm sektöre açıktır. Bu süreç zarfında gelebilecek itiraz prosedürüne uygun tüm özgünlük/kategori itirazları Başvuru ve Özgünlük Komitesi tarafından değerlendirilir. (bkz. G. İtiraz)

ii. Ön Eleme

Başvuruların askı süreci sonrasında Seçici Kurul ön elemeleri online ya da tüm üyelerin toplanmasıyla gerçekleştirir. Ön eleme değerlendirmeleri sonucunda oluşturulan kısa liste Kristal Elma web sitesinde yayınlanır.

iii. Ana Değerlendirme

Kristal Elma yarışmasında ödüller Seçici Kurullar tarafından gerçekleştirilen "Ana Değerlendirme" ile belirlenir. Ana Değerlendirme süreci 3 tam gün kadardır, Seçici Kurul gerek duyarsa Ana Değerlendirme süresini uzatabilir. Ana değerlendirme aşamasında ödüller belirlenir ve kazananlar Kristal Elma Festivali'nde gerçekleştirilecek ödül törenlerinde açıklanır. Seçici Kurul Üyeleri, "Ana Değerlendirme"de aynı kategoride finale kalan başvuruları tek tek izleyerek "Puanlama" bölümünde açıklanan yöntemle değerlendirmelerini yapar. Gerekli görülürse, puanlama öncesi aynı kategorideki başvurular toplu olarak izlenir.

"Ana Değerlendirme" sürecinde, her çalışma için Seçici Kurul üyeleri tarafından verilen puanlar belli sürelerde ekrana yansıtılır.

Seçici Kurul üyeleri değerlendirme çalışmaları sırasında görüş alışverişinde bulunabilir. Seçici Kurul Başkanı "Ana Değerlendirme"nin her aşamasında sonuçlar hakkında bilgi sahibi olur; kategoriler arası tutarlılığı ve değerlendirme dengesini sağlamak amacıyla gerekli görüşünde görüşme açabilir; puanlamanın tekrarlanmasını önerebilir.

Seçici Kurul üyeleri her üç aşamada çalışmaları özgünlük açısından da inceler. Özgün olmadığı düşünülen reklam olursa, "G. İtiraz" bölümünde açıklanan yol izlenir.

d. Puanlama Yöntemi

i. Ön Eleme

Seçici Kurul Üyeleri Ön Eleme aşamasında online

ya da tüm üyelerin toplanmasıyla "1-2-3" ölçeğiyle, ana değerlendirmeler için Ana Değerlendirme aşamasına geçecek çalışmaların yer aldığı kısa listeleri oluşturur. Ortalamada 1,8 ve üzeri olan çalışmalar Ana Değerlendirme aşamasına geçer.

Seçici Kurul Başkanı puanlamaya katılmaz. Seçici Kurul üyeleri kendi ajansları ya da tüzel yapısı farklı olmayan gruplara ait başvurulara puan veremez.

ii. Ana Değerlendirme

Değerlendirme yöntemi kapalı puanlamadır. Puanlama beş (5) ve yüz (100) arasında 5'erli basamaklarla yapılır. Bir başvurunun aldığı toplam puan – varsa - çalışması bulunduğu için puanlamaya katılmayan Seçici Kurul üyesi dışındaki üye sayısına bölünerek, ortalama puan bulunur.

Sıralamada ortalama puan esas alınır. Ortalama puanın hesaplanmasında sayılar, tam sayıdan sonraki iki basamak üzerinden yürütülür. Ortalama puanı hesaplamak için, verilen en yüksek ve en düşük puanlar hesaplama dışında bırakılır, geriye kalan puanlar toplanır, puanlamaya katılmayan Seçici Kurul üyesi/üyeleri ile, en yüksek, en düşük puanları veren iki üye dışındaki Seçici Kurul üye sayısına bölünerek o çalışmanın aldığı ortalama puan bulunur.

Seçici Kurul Başkanı ana değerlendirmeler sırasında puan vermez. Seçici Kurulu üyeleri kendi ajansları ya da tüzel yapısı farklı olmayan gruplara ait başvurulara puan veremez.

e. Şeffaflık

Yarışmadan bir ay sonra, onbeş gün süreyle, yarışmaya katılan ajanslar/kişiler Reklamcılar Derneği Harbiye Mahallesi Teşvikiye Caddesi No:53 Kat: 5 Daire: 7 34367 Şişli - İstanbul adresinde "Ön Eleme" oylaması ve "Ana Değerlendirme"de verilen puanlarını inceleme talebinde bulunabilir. Söz konusu bilgileri Reklamcılar Derneği'ne dışına çıkarmak, üçüncü şahıslarla paylaşmak talebinde bulunulamaz.

F. Ödüller & Ödül Töreni

Ödüller, pazarlama iletişimi yaratımını ve yapımını gerçekleştiren ajansa verilir. Çoklu katılımın söz konusu olduğu durumlarda (bkz. B. Genel Kurallar; b. Katılım Şartları) ödül Ana Ajans'a verilir. Katkı Sağlayan Ajanslar diledikleri takdirde üretim maliyetini karşılamak suretiyle kazanılan ödülün bir kopyasına sahip olabilir.

Dijital ve Medya bölümlerinde ödül, başvuruyu yapan ajansa verilir.

En İyi Reklam Film Yönetmeni, En İyi Reklam Müziği, En İyi Reklam Fotoğrafı, En İyi Seslendirme dallarında yarışmaya katılan sanatçılar ya da film yapım şirketleri ile En İyi Reklam Film Yapımı dalında yarışmaya katılan film yapım şirketine verilir. Bu bölümdeki diğer ödüller başvuruyu yapan ajansa/kişiyeye verilir.

Seçici Kurul Özel Ödülü verilmesi yetkisi Seçici Kurul'a ait olup, bu durumda Kristal Elma verilir.

a. Kristal Elma

Kategori birincileri Kristal Elma, ikincileri Gümüş Elma ve üçüncüleri Bronz Elma ile ödüllendirilir. Kristal Elma alt puan sınırı 70, Gümüş alt puan sınırı 60, Bronz alt puan sınırı 50'dir.

Seçici Kurul Başkanı gerektiği hallerde ödül baremlerinin esnetilmesi için Seçici Kurul'un görüşünü/oyunu isteyebilir. Söz konusu esneme her durumda ± %10'dan fazla olamaz.

Eşitlik durumunda, Seçici Kurul Üyeleri söz konusu ödül için seçtikleri çalışmanın adını yazarak kapalı oylama

yaparlar. Üyeler bu aşamada da kendi ya da tüzel yapısı farklı olmayan gruplarının çalışmalarına oy veremez.

Seçici Kurul, eşit puan durumunda, bir kategoride/dalda aynı ödülden birden fazla verme hakkını saklı tutar.

Ödüller için gerekli alt puanı alan çalışma olmadığı takdirde, o kategoride ortaya çıkan puanın karşılığı olarak ödül verilip verilmeyeceği kararı Seçici Kurul'a aittir.

b. Kristal Elma Büyük Ödülleri

Film - TV&Sinema, Online Film, Entegre Kampanyalar Seçici Kurulu FILM – TV & Sinema, Online Film, Entegre Kampanya Büyük Ödüllerini; Basın, Açık hava, Radyo Seçici Kurulu Basın Büyük Ödülü'nü; Dijital & Sosyal Medya Seçici Kurulu Dijital & Sosyal Medya Büyük Ödülünü; Medya Seçici Kurulu Medya Büyük Ödülünü, Bölge Seçici Kurulu da Bölge Büyük Ödülünü belirlemek amacıyla, ödüllerin dağıtılacağı gün toplanır.

Büyük Ödül, ilgili yılda yarışan ve Kristal Elma almaya hak kazanan çalışmalar / kampanyalardan en iyisine verilen bir ödüdür. Her yıl büyük ödül verilmesi yarışmanın esasıdır.

Seçici Kurul üyeleri büyük ödüllerini belirlemek için ilgili kategorilerde Kristal Elma almaya hak kazanmış başvuruları izler/inceler.

Her üye Büyük Ödül'e aday olarak gördüğü azami 3 çalışmayı kapalı zarf ile Seçici Kurul Başkanı'na sunar.

Seçici Kurul Başkanı ve Yarışma Yönetimi bir tabloda oyları düzenler. Bir sıralama olmaksızın, en fazla takdir alan 3 çalışmayı Başkan açıklar.

Açık tartışma ve açık oylama yöntemiyle en fazla "birincilik oyu" alan reklam Büyük Ödül'ü kazanır. Eşitlik durumunda Seçici Kurul Başkanı eşit puanı alan reklamları tekrar açık oylamaya tabi tutar. Eşitliğin sürmesi durumunda Seçici Kurul Başkanı'nın oyu belirleyicidir.

Seçici Kurulu üyeleri kendi ajansları ya da tüzel yapısı farklı olmayan gruplara ait başvurulara puan veremez.

c. Uygulamada Mükemmellik Ödülleri ve Değerlendirme Kuralları

Yarışmaya katılabilme koşullarına ve özelliklerine sahip reklamların gerçekleştirilmesindeki katkıları ödüllendirmek için, En İyi Reklam Müziği/Jingle, En İyi Reklam Müziği/Film Müziği, En İyi Reklam Müziği Düzenlemesi, En İyi Reklam Film Yönetmeni, En İyi Reklam Film Yapımı, En İyi Kast, En İyi Animasyon, Eli Acıman Reklam Metni, En İyi Seslendirme, En İyi Ses Tasarımı, İyi Sanat Yönetimi/Film dallarında Uygulamada Mükemmellik Ödülü verilir.

Uygulamada Mükemmellik Ödülleri bölümünde

sektörel kategori ayrımı yoktur ve reklamlar kampanya olarak yarışmaz. Her dalda bir ödül verilir ve "en iyi" ödüllendirilir.

Değerlendirme, ilgili Seçici Kurul tarafından "Değerlendirme İlkeleri", "Değerlendirme Yöntemi" ve "Puanlama Yöntemi" bölümlerinde yer alan kurallar doğrultusunda, işlerin niteliğinin gerektirdiği farklılıklar göz önünde bulundurularak yapılır. Eli Acıman Reklam Metni ödülü Basın, Açık hava ve Radyo Seçici Kurulu; En İyi Reklam Film Yönetmeni, En İyi Reklam Film Yapımı, En İyi Kast, En İyi Animasyon, En İyi Seslendirme, En İyi Ses Tasarımı, İyi Sanat Yönetimi/Film, Yapım Yönetim Seçici Kurulu; En İyi Reklam Müziği/Jingle, En İyi Reklam Müziği/Film Müziği, En İyi Reklam Müziği Düzenlemesi ise Müzik Seçici Kurulu tarafından belirlenir.

d. Seçici Kurul Özel Ödülü

Seçici Kurullar, yarışmaya katılan başvuruları, öne çıkan özellikleri nedeniyle ödüllendirebilir. Bu ödül reklam ajansı veya reklamverene verilebilir. Ödül için aday

Yönetmelik

belirlenmesinde ve değerlendirilmesinde, Seçici Kurul üyeleri görüş alışverişinde bulunarak karar verirler. Ödülün verilip verilmemesi Seçici Kurul'un inisiyatifindedir.

Seçici Kurullar mevcut özel ödülleri yanı sıra, özel ödül verme hakkını saklı tutar. Seçici Kurul Özel Ödülü yaratıcı cesaret, metin, tasarım, medya kullanma becerisi, film yapımı, düşük bütçeli film, illüstrasyon, tipografi, özel efektler, seslendirme, kast, toplumsal konulardaki duyarlılık vb. kriterler dikkate alınarak verilir.

e. Ödül Töreni

Kristal Elma yarışması sonuçları, Kristal Elma Ödül Töreni'nde açıklanır. Ödül Töreni'nin yeri ve tarihi, yarışmaya katılanlara yazılı olarak bildirilir, ayrıca medya ve/veya sosyal medya yoluyla duyurulur.

Gümüş Elma ve Bronz Elma ödülleri ekranda anons edilerek, Kristal Elma ve Büyük Ödüller ise sahnede takdim edilmek üzere sırasıyla açıklanır. Bölümlere göre yapılacak ödül sıralaması her yıl Reklamcılar Derneği Yönetim Kurulu'na belirlenir.

Ödül Töreni, TV, Online Film Basın, Dijital & Sosyal Medya, Medya, Entegre Kampanya, Bölge Büyük Ödüller'i'nin ardından varsa Seçici Kurul Özel Ödülü'nün verilmesiyle sona erer.

G. İtiraz

a. Başvuruların Askıda Olduğu Süreçte İtiraz

www.kristalelmafestivali.com sitesinde askıya çıkartılan başvurular hakkında özgünlük, katılım koşullarına uygunluk ve kategoriye uygunluk bakımından yapılabilecek tüm itirazlar askı sürecinin başlangıcından itibaren beş ila sekiz iş günü içerisinde web sitesindeki online formu gerekçeleri ile birlikte doldurularak ve kanıtlar yüklenerek gerçekleştirilir. Reklamcılar Derneği askı süresini uzatma hakkını saklı tutar.

İtiraz hakkına ilgili yılın yarışmasında başvurusu bulunan kurumlar/kişiler ve ilgili yılın Seçici Kurul Üyeleri'nin yanı sıra Reklamcılar Derneği ile Reklamcılık Vakfı üyeleri sahiptir. İtiraz prosedürüne uymayan talepler hakkında işlem yapılmaz.

İtirazlar Başvuru ve Özgünlük Değerlendirme Komitesi'ne iletilir. Komite, gerekirse ilgili taraf(lar)la temasa geçerek bir görüş oluşturur ve görüşünü Reklamcılar Derneği Yönetim Kurulu'na aktarır. Nihai karar Yönetim Kurulu verir ve taraflara bildirir. Doğru kategoride yarışmadığı ve/veya özgün olmadığı sonucuna varılan başvuruları yarışmadan çekip çekmeme hakkı başvuru sahibine aittir.

Bu aşamada çalışma(lar) geri çekilirse, başvuru ücret(ler) i iade edilir. Başvuruların çekilmediği durumlarda çalışmalar "Ön Eleme" aşamasına, Seçici Kurul tarafından değerlendirilmek üzere, Başvuru ve Özgünlük Komitesi'nin notuyla birlikte iletilir.

b. Ön Eleme & Seçici Kurul Değerlendirmeleri Aşamasında İtiraz

Seçici Kurul, ön eleme ve "Ana Değerlendirme" aşamalarında da reklamları özgünlük ve kategori uygunluğu açısından inceler. Kurul oluşturulduktan ve çalışmaya başladıktan sonra özgünlük ve kategori ile ilgili kararları almaya yetkilidir. Gerek duyduğu takdirde, Seçici Kurul özgünlük açısından şüpheli olduğu düşünülen çalışmalar hakkında Başvuru ve Özgünlük Komitesinden inceleme isteyebilir. Seçici Kurul çalışmaları sürecince G. İtiraz bölümünde yer alan tüm prosedürler geçerlidir.

Başvuruların değerlendirilmeye alınıp alınmayacağına yönelik nihai karar Seçici Kurul verir. Özgün olmadığı sonucuna varılan reklamlar değerlendirmeye alınmaz.

Kampanyanın bir bölümünün özgün olmadığına karar verilirse, kampanyanın tümü yarışma dışı bırakılır.

Seçici Kurul Değerlendirmeleri sonuçlandıktan sonra Seçici Kurul üyelerinin başvurularla ilgili herhangi itiraz hakkı bulunmamaktadır. Bu aşamada "özgünlük" sebebiyle elenen reklamların katılım ücretleri geri ödenmez.

c. Yarışma Sonrası İtiraz

Yarışma sonuçlarının açıklanmasından sonra, sadece ödül kazanan başvurulara itiraz edilebilir. İtiraz başvurusu, sonuçların açıklanmasından sonraki 30 gün içinde kanıtlarıyla beraber Reklamcılar Derneği Yönetim Kurulu'na yazılı olarak yapılır. Reklamcılar Derneği Yönetim Kurulu, bu 30 günlük süreyi izleyen 10 gün içinde – varsa - başvuruları, karara bağlanmak üzere Başvuru ve Özgünlük Değerlendirme Komitesi'ne iletir.

Başvuru ve Özgünlük Komitesi özgün olmadığı ileri sürülen başvurularla ilgili taraf(lar)la temasa geçerek görüşünü 10 gün içinde oluşturur ve Seçici Kurul'a bildirir. Ödülün geri alınıp alınmayacağına yönelik nihai karar Seçici Kurul verir. Seçici Kurul itirazı haklı bulur ve ödülü geri alırsa sonuç Reklamcılar Derneği Yönetim Kurulu tarafından katılımcılara yazılı olarak bildirilir. Ayrıca www.kristalelmafestivali.com adresli internet sitesinde yayınlanarak kamuoyu ile paylaşılır.

Seçici Kurul, böyle bir başvuru sonucunda verilmiş ödülü geri alırsa, derecesini iptal ettiği başvuru yerine, (alt puanı tutturması şartıyla) bir sonrakini yükseltmek ödül verme yetkisine sahiptir.

H. Hatırlatma

Başvuruların içerik ve teknik açıdan doğruluğu başvuruda bulunan ajansların sorumluluğundadır. Yükleme vd. işlemlerde teknik aksaklıklar yaşanması ihtimaline karşı, başvuru süreci tamamlanmadan önce yüklenen dosya ve malzemelerin kontrol edilmesi şarttır.

Başvuru formunda ajans ismi ile ilgili iki bölüm yer almaktadır. İlk bölümde başvuru yapan ajansın kitapçık ve duyurularda yer alacak unvanı, diğlerinde ise ticari ünvanı yer almalıdır. Bilgilerin doğruluğu başvuranın sorumluluğundadır.

I. Teknik Şartlar

a. Online Yükleme Prosedürü

Yarışmaya başvurular www.kristalelmafestivali.com sitesinde yer alan formlar doldurularak ve ilgili malzemeler yüklenerek gerçekleştirilir.

Başvuru yapılabilmesi için öncelikle siteye kayıt olunması ve kullanıcı adı/şifre oluşturulması gerekir. Her tüzel kişilik için bir kullanıcı adı ve bir şifre tahsis edilecektir.

Başvuru formlarının eksiksiz doldurulması ve siteye yüklenen malzemelerin sağlıklı bir şekilde izlenebilmesi/ görüntülenmesi başvuru sahibine aittir.

Film ve dijital kategorilerinde format ve dosya büyüklükleri ile ilgili özellikler aşağıda verilmiştir.

b. Reklam Filmleri (TV-Sinema, Online Film)

Başvuru Sistemine Yüklenmesi Zorunlu Malzeme
Seçici Kurul değerlendirilmelerinde kullanılacak reklam filmi: HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, standart 8 Mbps 192 kbps ses formatında yüklenmelidir. Ayrıca, askı sürecinde kullanılmak için filmin 552 x 310 piksel, MP4 H.264 formatında, 1 Mbps 192 kbps ses formatlı versiyonu da sisteme yüklenmelidir.

Reklamcılar Derneğine Gönderilmesi Zorunlu Malzeme
Başvuru sahipleri ödül töreninde gösterilmek üzere katıldıkları filmlerin maksimum 20 saniyelik kısa bir versiyonunu (TRAILER) ve ayrıca filmlerin tamamını 1920 x 1080 piksel Quicktime Apple Pro Res Codec 4:2:2 formatında, 48kHz 16bit Stereo ses ile hazırlamalıdır. Hazırlanan filmin orijinali sistem tarafından belirlenen referans numarası (örnek: F01-1234) ve kısa versiyonu referans numarası ile birlikte TRAILER adıyla (örnek: F01-1234-TRAILER) isimlendirilmeli ve referans numarası ile adlandırılmış bir klasöre atılarak DVD/Flash Disk içerisinde data olarak kaydedilmelidir. Söz konusu DVD/Flash Disk Reklamcılar Derneği, Harbiye Mahallesi Teşvikiye Caddesi No:53 Kat: 5 Daire: 7 34367 Şişli - İstanbul adresine teslim edilmelidir.

Birden fazla filmin aynı ortamda (DVD/Flash Disk) gönderilmesi durumunda, filmler sistem tarafından verilen başvuru numaraları (örnek F01-1234, F01-1235...) ile isimlendirilen klasörlerde toplanmalıdır. Reklamcılar Derneği'ne iletilen tüm DVD ya da flash disklerin üzerinde asetat kalemliyle içerik mutlaka yazılmalı ve bu işlem için de başvuru numaraları (örnek F01-1234, F01-1235...) kullanılmalıdır.

Kısa versiyonun gönderilmediği durumlarda filmlerin ilk ya da son 20 saniyesi Reklamcılar Derneği tarafından kısaltılmak suretiyle kullanılacaktır.

c. Kreatif Görseller

Başvuru Sistemine Yüklenmesi Zorunlu Malzeme

Seçici Kurul değerlendirmeleri için kreatif görsel 72 dpi çözünürlükte ve JPEG RGB formatında yüklenmelidir. Yatay görsellerde genişlik 1920 px, dikey görsellerde ise yükseklik 1080 px olmalıdır. Kreatif görselin dosya boyutu en fazla 2MB olmalıdır. Askı sürecinde kullanılmak için yatay görsellerde genişlik 550 px, dikey görsellerde ise yükseklik 310 px olmalıdır. Yarışmada görseller RGB renk kodlaması ile kullanılmaktadır ve farklı renk kodlamasına (örnek CMYK) ya da farklı formata sahip (örnek png, pdf) dosyalar sisteme yüklenmemelidir. Başvurulan kategoride belirtilmediği sürece, tekil başvurularda tek bir kreatif çalışma sisteme yüklenmelidir. Özellikle tekil başvuruların kabul edildiği (örnek: basın, ağıkhava) kategorilerde birden fazla kreatif çalışmanın sisteme yüklenmesi durumunda, seçici kurul değerlendirmelerinde ilk yüklenen çalışma kullanılacaktır.

Reklamcılar Derneğine Gönderilmesi Zorunlu Malzeme

Başvuru sahipleri kreatif çalışmanın yayınlandığı boyutta birebir boyutunu 10cm paspartulu olmak üzere siyah kartona yapıştırılmış olarak ve dosya ağırlığı 20MB'ı aşmayacak şekilde JPEG RGB formatında bir CD ya da flash diske kaydederek Reklamcılar Derneği, Harbiye Mahallesi Teşvikiye Caddesi No:53 Kat: 5 Daire: 7 34367 Şişli - İstanbul adresine teslim etmekle yükümlüdür.

CD/Flash Disk üzerine etiket yapıştırılmalı, başvuru numaraları (Örnek: B01-1234) ile isimlendirilmiş içerik asetat kalemli ile yazılmalıdır. Birden fazla başvurunun yer aldığı CD/Flash Disk'lerde ilgili görseller başvuru numarası ile isimlendirilmiş klasörlerde toplanmalıdır.

d. Proje Filmleri

Başvuru Sistemine Yüklenmesi Zorunlu Malzeme

Proje filmi yüklenmesinin zorunlu ya da tavsiye edildiği kategorilerde film süresinin en fazla 120 sn olması ve bu süre kısıtının hiçbir biçimde aşılması gerekmektedir. Süreyi aşan videolar gösterilmeyecektir. Seçici kurul değerlendirmeleri için ilgili film HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, 8 Mbps olarak yüklenmelidir.

Reklamcılar Derneğine Gönderilmesi Zorunlu Malzeme
Başvuru sahipleri ödül töreninde gösterilmek üzere proje filminin maksimum 20 saniyelik kısa bir versiyonunu (trailer) ve ayrıca proje filminin tamamını başında ve sonunda siyah olmayacak şekilde 1920 x 1080 piksel Quicktime Apple Pro Res Codec 4:2:2 formatında, 48kHz 16bit Stereo ses ile hazırlamalıdır. Ayrıca proje filminin tamamı sisteme yüklendiği şekliyle dahil etmek gerekmektedir. Başvuru sahipleri hazırlanan video ve ses dosyalarını, kısa versiyonu başvuru numarasından ile birlikte başvuru referans numarası + TRAILER (örnek: MOX-1234-TRAILER) adıyla, filmin tamamını ise başvuru referans numarası ile birlikte MASTER (örnek: MOX-1234-MASTER) isimli 2 ayrı dosyaya ayrılarak sınıflandırmalı ve aynı DVD/Flash Disk içerisine data olarak kaydederek Reklamcılar Derneği, Harbiye Mahallesi Teşvikiye Caddesi No:53 Kat: 5 Daire: 7 34367 Şişli - İstanbul adresine teslim etmelidir.

Ses Dosyaları

Başvuru Sistemine Yüklmesi Zorunlu Malzeme

Ses dosyaları sisteme MP3, 192 kbps, Stereo formatında yüklenmelidir.

Reklamcılar Derneğine Gönderilmesi Zorunlu Malzeme
Başvuru sahipleri malzemeleri yüklenen dosyalar ile aynı formatta CD ya da flash diske kaydederek Reklamcılar Derneği, Harbiye Mahallesi Teşvikiye Caddesi No:53 Kat: 5 Daire: 7 34367 Şişli - İstanbul adresine teslim etmelidir. CD üzerine etiket yapıştırılmalı, içerik asetat kalem ile yazılmalıdır. Birden fazla başvurunun yer aldığı CD'lerde ilgili görseller başvuru numarası ile isimlendirilmiş klasörlerde toplanmalıdır.

Sunum Tabloları

Başvuru Sistemine Yüklmesi Zorunlu Malzeme

Sunum tablosu (presentation board) yüklenmesinin zorunlu olduğu ya da tavsiye edildiği kategorilerde tablonun boyut olarak A2 ölçülerinde olması ve içeriğinde başvuru formundaki metinlerin özetleri ve başvuruları destekleyecek görsellerin bulunması gerekmektedir.

Sunum tablosu görseli sisteme 72 dpi çözünürlükte ve JPEG formatında yüklenmelidir. Kreatif görselin dosya boyutu en fazla 2MB olmalıdır. Yarışmada görseller RGB renk kodlaması ile kullanılmaktadır ve farklı renk kodlamasına (örnek CMYK) ya da farklı formata sahip (örnek png, pdf) dosyalar sisteme yüklenmemelidir. Başvurulan kategoride belirtilmediği sürece her bir başvuru için tek bir görsel sisteme yüklenmelidir.

Özellikle tekil başvuruların kabul edildiği (örnek: medya, promo aktivasyon & doğrudan pazarlama) kategorilerde birden fazla görselin sisteme yüklenmesi durumunda, seçici kurul değerlendirmelerinde ilk yüklenen görsel kullanılacaktır.

Ek olarak, başvuru sahipleri başvuru formunda doldurdukları "proje bilgileri" bölümünde yer alan metinlerin tümünün bir kopyasını PDF formatında DVD'ye kaydederek, 15 adet rapor çıktısıyla birlikte, Reklamcılar Derneği, Harbiye Mahallesi, Teşvikiye Caddesi, No: 53 Kat: 5 Daire: 7 adresine teslim etmekle yükümlüdür.

Reklamcılar Derneği'ne teslim edilecek malzemelerin üzerine ajans adı, kategori adı, online başvuru sırasında web sitesi tarafından verilen sıra numarasının yazılması gerekmektedir.

Entegre Kampanyalar

Bu kategorideki başvuruların birden fazla mecrada uygulamalar içermesinden ötürü kampanyanın içgörüsü, iletişim stratejisi (key visual/film ile desteklenmiş),

işleyişi, ve sonuçlarını açıklayan en fazla 120 sn uzunluğunda bir proje filmi yüklenmelidir. Seçici Kurul, değerlendirmelerinde bu videoyu baz alacaktır. İlgili video HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264, 8 Mbps, 192 kbps ses formatında yüklenmelidir. Ayrıca, askı sürecinde kullanılmak üzere proje filminin 552 x 310 piksel, MP4 H.264, 1 Mbps, 192 kbps sesformatlı bir versiyonu da sisteme dahil edilmelidir. Yanı sıra, ödül töreninde gösterilmek üzere proje filminin maksimum 20 sn'lik kısa bir versiyonunu (trailer) ve ayrıca videonun tamamını başında ve sonunda siyah olmayacak şekilde 1920 x 1080 piksel Quicktime Apple Pro Res Codec 4:2:2 formatında, 48kHz 16bit Stereo ses ile hazırlamalıdır. Başvuru sahipleri hazırlanan video ve ses dosyalarını, kısa versiyonu TRAILER adıyla filmin tamamını MASTER FILM isimli 2 ayrı dosyaya ayrılarak sınıflandırmalı ve aynı DVD içerisine data olarak kaydederek Reklamcılar Derneği, Harbiye Mahallesi, Teşvikiye Caddesi, No: 53 Kat: 5 Daire: 7 adresine göndermelidir. DVD ortamının üzerine etiket yapıştırılmalı, içerik ve/veya başvuru numarası asetat kalem ile yazılmalıdır. Birden fazla başvurunun yer aldığı DVD'lerde ilgili malzemeler başvuru numarası ile isimlendirilmiş klasörlerde toplanmalıdır.

Başvurular, gerçekleştirilen kampanya ile alakalı ilan görselleri, filmler, ses dosyaları gibi ek malzemeler ile de desteklenebilir. Destek malzemeleri 3 adet ile sınırlıdır (TVC, Ses, Görseller). Seçici Kurul bu malzemelere gerek gördüğü ve zaman bulduğu takdirde başvurur. Bu malzemeler DVD'de başvuru numarasını da içerecek destek" 1, 2, 3 ismiyle kaydedilmelidir.

Video formatı için "Film", sanal ortamdaki uygulamalar için "Dijital", görseller için "Basın", ses dosyaları için ise "Radyo" kategorilerindeki teknik gereklilikler geçerlidir.

Notlar

Notlar



REKLAMCILAR DERNEĞİ
Harbiye Mahallesi Teşvikiye Caddesi No:53 Kat: 5 Daire: 7
34367 Şişli - İstanbul
(212) 243 93 63