

HER KOMMER
INNLANDSPERLER*

Gullkornet skifter navn til Innlandspeler. Er det du som har du som har stukket av med seieren i kampen om den nye logoen og visuelle profilen?



INNLANDSPERLER 28.10.2011: RETNINGSLINJER OG REGLER

DELTAGELSE:

Jobber kan sendes inn av byråer/annonsører/produksjonsselskap med tilhørighet i Hedmark og Oppland.

HVA DET KOSTER:

Inngangsbillett: kr 550,- (450,- for HOOM og Grafill medlemmer)

Pris per innsendte arbeid: kr 600,- (400,- for HOOM og Grafill medlemmer)

PÅMELDINGSFRIST TIL FESTEN: **MANDAG 30. SEPTEMBER**

Din innbetaling regnes som påmelding. Påmelding er bindende.

Påmelding innbetales på kontonummer: 1800 16 72793. I tillegg sendes navneliste for påmeldte fra din bedrift til: post@hoom.no. Billettene mottar dere i posten. Det vil ikke bli muligheter for å kjøpe billett i døra.

INNSENDELSESRIST AV ARBEIDER OG BETALING AV DISSE: **FREDAG 30. SEPTEMBER**

Arbeider sendes/leveres til: Hamarregionen Utvikling, Strandgata 23, 2317 Hamar

Arbeider uten registrert betaling vil ikke bli vurdert. Innsendte arbeider innbetales på kontonummer: 1800 16 72793

Reglement og innsendelseskjemaer: www.hoom.no

Husk å merke fakturaen godt, med hvem du er, hvor mange dere er, om dere er medlem eller ikke og ikke minst hvor mange arbeider dere har sendt inn og i hvilke kategori.

Du finner informasjonen du trenger på www.hoom.no, men skulle du likevel ha noen spørsmål, kan du sende dem til post@hoom.no.

I ÅR FLYTTES FESTEN TIL NYE LOKALER:

VELKOMMEN TIL SCANDIC HOTELL FRADAG 28.10.2011 KL 18:30.

Vangsveien 121, 2318 Hamar.

Priser for overnatting på Scandic Hotell er: Enkeltrom fra 860,- Dobbeltrom fra 1060,- Frokost er inkludert

KATEGORIER:

1. Annonse // 2. Kampanje // 3. DM // 4. Radio // 5. Film // 6. Web / interaktiv
7. Logo / identitetsdesign // 8. Design i trykte medier // 9. Foto // 10. Tekst

HVORDAN LEVERE INN ARBEIDENE, OG HVA KAN LEVERES:

SKJEMAER:

For hvert arbeid man ønsker å sende inn, må det fylles ut to innsendingsskjemaer.

Skjema 1: Hvert arbeid må på dette innsendingsskjemaet registreres med kategori, i tillegg til alle relevante opplysninger om hvem som er ansvarlige for arbeidet.

Dette skjemaet må printes ut og legges i en lukket konvolutt som klebes på baksiden på hvert av arbeidene.

Vær nøye med at innsendingsskjemaene er korrekt utfylt, da de oppgitte opplysningene danner grunnlag for det som evt. vises/sies under utdelingen.

Skjema 2: Hvert arbeid må på dette skjemaet merkes med kategori og skal inneholde en kortversjon av strategi (den oppgave) reklamen/designet er tenkt til å løse. Dette arket limes på baksiden av hvert arbeid, godt synelig for juryen.

Hvem som har utarbeidet arbeidet må KUN stå på innsenderskjemaet, hvor det er satt av plass til dette.

INNPAKKING OG MONTERING AV ARBEIDER:

OBS INNPAKKING:

I år, skal ALLE jobber leveres innpakket i gråpapir samlet etter kategori. Tydelig merket med kategori.

Som eksempel: Alle jobber ditt byrå sender inn i kategorien DM, pakkes i én pakke, tydelig merket med kategori DM.

Arbeider som ikke fyller disse kriteriene risikerer å ikke bli juryert.

MONTERING:

Alle arbeider skal leveres som print, med unntak av radio og film.

- Printen limes på maks 70 x 100 cm kartong. Store arbeider skal avfotograferes og limes på 70 x 100 cm kartong.

- Fysiske eksemplarer av arbeidet (brosjyre, bøker etc) legges i en lukket, godt festet/pålimt plastlomme på kartongen.

- Arbeider i kategoriene radio og film, skal kun leveres på CD/DVD. Disse festes på papp i en pålimet CD-konvolutt.

På baksiden av denne pappen festes innsendingsskjemaene etter samme kriterier som nevnt over.

DIGITALE SPESIFIKASJONER:

Alle innsendte arbeider i alle kategorier, skal leveres digitalt på en CD/DVD.

PRINT OG BILDER: Som .jpg i 72 dpi. Max 1024px bredde og max 768px høyde

FILM: Som .avi, .mpg eventuelt .mov format

LYD/RADIO: Som .mp3 format, minimum 128 bitrate.



KRITERIER FOR KATEGORIENE:

ANNONSE:

Denne kategorien omfatter enkeltannonser og annonsekampanjer. Annonse for oppdragsgiver som er rykket inn i dags-, uke-, eller fagpresse.

KAMPANJE:

Reklamekampanjer hvor det kreative konseptet er tatt ut i to eller flere ulike medier blant kategoriene: Print, Film, Radio, DM og Interaktive medier. Kategorien skal belønne samspeillet mellom de ulike mediene og evnen til å utnytte hvert enkelt medies unike fordeler.

DM:

Direktoreklamer for oppdragsgivere som er sendt/levert til mottager adressert/uadressert. Så langt det er mulig skal den fysiske DM-en sendes inn/vedlegges som dokumentasjon.

RADIO:

Radioreklamer for oppdragsgivere som er kjørt på radio.

Radiospotter sendes inn på CD/DVD som .mp3 format, minimum 128 bitrate. Send inn én CD/DVD pr radio/radio-kampanje, festet på papp i en pålimet CD-konvolutt. På baksiden av denne pappen festes innsendingsskjemaene etter samme kriterier som nevnt tidligere. Hver papp/CD må inneholde alle skjemaene.

FILM:

Reklamefilmer for oppdragsgivere som er vist på TV, kino, Internett eller via andre relevante offentlige kanaler som skjermer på messer/kjøpesentre/flyplasser/tog etc.

I kategorien film sendes arbeidet inn på CD/DVD som .avi, .mpg eventuelt .mov format. Send inn én CD/DVD pr film/filmkampanje, festet på papp i en pålimet CD-konvolutt. På baksiden av denne pappen festes innsendingsskjemaene etter samme kriterier som nevnt tidligere. Hver papp/CD må inneholde alle skjemaene.

Virale arbeider med et vesentlig interaktivt aspekt, skal sendes inn i kategori web/interaktiv.

WEB/INTERAKTIV:

Denne kategorien omfatter nettsider - både merkevarebyggende og tjenesteytende løsninger.

Interaktive kampanjer: Må ha en viss grad av interaktivitet.

Applikasjoner: Både desktop- applikasjoner og browser-baserte.

Mobil apps: Kan leveres i denne kategorien.

Kategorien omfatter både sider/løsninger som er utarbeidet for en bestemt periode, og sider som skal eksistere over lengre tid.

I kategorien web/interaktiv sendes arbeidet inn på CD/DVD, eller en link til nettsiden, samt at «skjermdumper» pappes opp.

LOGO/IDENTITETSDESIGN:

Alle profiler, små og store. Løsningene kan være profiler for bedrifter i alle bransjer, private og offentlige etater.

Enkeltelementer av en visuell profil, som kun logo vurderes ikke isolert. Kun profiler, applisert på flere flater f.eks gjennom profilprogram, t-shirts, bildekor o.l vil bli vurdert.

DESIGN I TRYKTE MEDIER:

Omfatter grafiske konsepter og layout for bøker, brosjyrer og magasiner eller grafiske konsepter applisert på andre typer produkter som pakningsdesign, plakater, skilting, formgivning av årsrapporter, foldere, prospekt, kataloger, reklameaviser, tidsskrifter, og andre trykksaker.

TEKST:

Omfatter tekst som er benyttet i en reklame- eller designjobb. Teksten sendes inn pappet opp, implementert i den kommersielle jobben. Tekster til radio og film kan også leveres.

FOTO:

Denne kategorien gjelder for foto som er benyttet i en reklame- eller designjobb. Foto sendes inn pappet opp, implementert i den kommersielle jobben.

JURYERING:

Det er 6-7 personer i hver jury. En av disse blir oppnevnt til juryleder og har ansvaret for at alt går korrekt for seg. Juryen tar hensyn til kriterier for juryering som er utarbeidet i samarbeid med Grafill, Norsk Designråd og KreativtForum. Juryene skal utarbeide en begrunnelse for valg av vinner i hver kategori.

PREMIERING:

DIPLOM:

Kun et fåtall innsendte arbeider vil kvalifisere til diplom. Max tre diplomer. Vurderes ut fra nivå og antall innsendte arbeider. Diplom fungerer som nominering til gull, dvs. at en av diplomene vinner gull.

GULL:

Tildeles det beste arbeidet i hver kategori. Arbeidet premieres med statuett og diplom. Vurderes ut fra nivå og antall innsendte arbeider.

REGLER FOR INNLEVERING AV ARBEIDER:

1. REKLAMEKRAV

Ideen til innsendte arbeider skal ha opphav lokalt, men kan være produsert og vist utover regionen.

Alle innsendte arbeider skal være produsert og mangfoldiggjort for oppdragsgivers regning, og godkjent for innsendelse av oppdragsgiver. Unntak fra dette er VG-konkurransen, KM, Reklame for Alvor og pro bono for samfunnsnyttige organisasjoner. De skal også ha vært vist, stått på trykk, sendt etc.

2. OFFENTLIGGJØRINGSKRAV

Arbeider kan kun sendes inn en gang og **skal være offentliggjort i perioden fra 01.10 2010 til 01.10 2011.**

3. ORIGINALITETSKRAV

Grunnideen i arbeidene skal være laget av lokale aktører i Hedmark og Oppland. Arbeider hvor ideen i stor grad er inspirert av andre arbeider, norske eller utenlandske, skal ikke sendes inn.

(Se også punkt 6, Behandling av mistanke om plagiat.)

4. LOVLIGHETSKRAV

Arbeider som er i strid med norsk lov, og som er dømt eller stanset av Forbrukerombudet og/eller Markedsrådet, kan ikke delta i konkurransen.

5. HVA MED ARBEIDER SOM IKKE TILFREDSSTILLER DISSE KRAVENE?

Disse arbeidene vil ikke bli juryert. Hvis det er åpenbart at innsender var i god tro da arbeidet ble sendt inn, vil innsendingsavgiften bli refundert etter konkurransen.

6. BEHANDLING AV MISTANKE OM PLAGIAT

Med plagiat menes at et arbeid bygger på en annen ide uten å tilføre denne noe vesentlig. Et plagiat er med andre ord et arbeid som uten særlig grad av tvil er mer enn inspirert av hovedideen i et annet arbeid laget av andre reklameskapere. Har et jurymedlem mistanke om at et arbeid ut i fra denne definisjonen er plagiat, skal vedkommende melde fra til sin juryleder uten å nevne sin mistanke for andre jurymedlemmer. Jurylederen skal så umiddelbart melde fra til juryformannen. Så fort det er fremsatt mistanke om plagiat, skal den som har mistanke, i samarbeid med juryledelsen, forsøke å fremskaffe bevis for påstanden.

Med bevis menes konkret det arbeidet man mener er plagiert. Hvis bevis ikke kan fremskaffes, skal mistanken om plagiat ikke legges frem for diskusjon. Hvis man derimot finner bevis, skal dette legges frem for jurylederne som samlet diskuterer og avgjør om arbeidet er plagiat eller ikke (hvis en juryleder jobber i det anklagede byrået, gjelder vanlig inhabilitet og lederen må forlate rommet). Hvis mulig, skal også den som er beskyldt for plagiat få en mulighet til å argumentere sin sak.

Hvis mistanken om plagiat kommer fra en person utenfor juryen, skal juryledelsen avgjøre hvorvidt mistanken skal legges frem til diskusjon på denne måten. Men også her må man ha bevis for å legge frem mistanken om plagiat for juryen. Mistanke om plagiat skal meldes så tidlig som mulig. Bevis kan legges frem for juryen under hele juryeringsprosessen, og en jobb kan således bli trukket fra konkurransen også etter at den er blitt tildelt premie.

I tvilstilfeller er det juryleder i samarbeid med utvalgt representant fra styret i HOOM som avgjør.

7. INHABILITET

Hvis et jurymedlem jobber i byrået hvis arbeid skal vurderes, gjelder vanlig inhabilitet og medlemmet må forlate rommet mens arbeidet vurderes.

Er det spørsmål vedrørende det praktiske rundt juryeringen kan disse rettes til:

Sine Nesvaag, styret i HOOM på tlf: 976 99 563 eller Siw Grinden, styret i HOOM på tlf: 948 86 557.