KRiSTAL ELMA FESTiVALi 2016

REKLAMCILAR DERNEĞİ

> Film - TV, Sinema

F1 Gıda
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, kahvaltılıklar. Çikolata, Şekerleme & Çerez kategorisine girmeyen yiyecekler. **Önemli Not:** Probiyotik yoğurtlar, diyet yiyecekler, gıda destek ürünleri ve diyabet ürünleri için "sağlık & sağlık ürünleri" kategorisine bakınız.

F2 Çikolata, Şekerleme, Çerez
Bisküvi, çikolata, gofret, işlenmiş kuruyemiş & çerezler, fındık-fıstık ezmesi, dondurma, şekerleme, sakız, pasta & pastane ürünleri.

F3 İçecekler
Her türlü alkolsüz içecek. Meyve suları, gazlı içecekler, kahve, çay, karışım tozları, süt, ayran, su vd. **Önemli Not:** Diyet çayları için "sağlık & sağlık ürünleri" kategorisine bakınız.

F4 Kozmetik , Kişisel Bakım/Güzellik
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. **Önemli Not:** Bu kategoride yer almayan ürünler için "Diğer" ve "Sağlık & Sağlık Ürünleri" kategorilerine de bakınız.

F5 Ev, Konut, Mobilya, Dekorasyon
Beyaz eşya ile elektronik cihazlar hariç ev ve mutfak araç ve gereçleri, pişiriciler, dikiş makinesi, sofra setleri, cam ve porselen eşya, çatal-bıçak takımları. Yapı ve yapı malzemeleri, konut yapım, 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/cephe boyaları, halı. Bu kategoride bulunan başlıklar ile ilgili içerik ve satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet bu kategoriye başvurabilir. **Önemli Not:** Beyaz eşya, elektrikli mutfak aletleri için "Elektronik & Beyaz Eşya" kategorisine bakınız.

F6 Ev Temizlik Ürünleri
Her türlü ev temizlik ve bakım ürünü. Çamaşır, bulaşık, banyo, ev temizlik ürünleri, deterjanlar, haşere ilaçları, mutfak kağıt havluları.

F7 Otomotiv ve Otomotiv Ürünleri/Hizmetleri
Her tür binek otomobil, mopet, 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.

F8 Elektronik 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.

F9 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.

F10 Banka, Sigorta ve Finansal Hizmetler
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.

F11 Teknoloji Hizmetleri
Sabit – dijital – mobil – dijital yayıncılık / servis sağlayıcıları. Cep telefonu operatörleri ve internet servis sağlayıcılar tarafından sunulan her türlü hizmet.

F12 Medya, Yayın, Eğlence
Mecra olarak basın, televizyon, radyo, sinema, gazete, dergi, kitap, ansiklopedi, katalog, televizyon ve radyo program ve istasyonları, sinema salonları, dijital yayıncılık, internet portallerinin tanıtımı. Her türlü eğlence faaliyetinin tanıtımı.

F13 Turizm ve Taşımacılık
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.

F14 Perakende Satış, E-ticaret
Farklı marka ve ürünlerin perakende olarak birlikte satıldığı noktalar, alışveriş merkezleri, süpermarket, hipermarket ve restoranlar, kafe ve barlar, fast-food zincirleri, kahve zincirleri, teknomarketler, yapı marketleri, outletler. Internette 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.

F15 Diğer
Oyuncak, evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler, kırtasiye malzemeleri, prezervatif ve başka herhangi kategori tanımına girmeyen iletişim çalışmaları.

F16 Kurumsal İmaj
Spesifik 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 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, savunu yapmak için hazırlanan iletişim çalışmaları. Özel günlere yönelik yayımlanan çalışmalar, kutlamalar, sponsorluk, ödüller, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman/relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

F17 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.
17 a) Ticari kuruluşların ve markaların katılımına açıktır.
17 b) Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşlarının katılımına açıktır.

F18 Promosyon
Başvuruda bulunan promosyon çalışmalarında sektörel ayrım gözetilmez.

F19 Sağlık ve Sağlık Ürünleri
T.C. Sağlık Bakanlığı ruhsatlı ve tanıtım kısıtlaması bulunan ürünler dışında kalan sağlık ve sağlık ürünleri ile ilişkili tüm ürün ve hizmetler, hijyenik pedler, antibakteriyel sabunlar, vitaminler, diyet çayları, diyet ürünleri, diyabet ürünleri, gıda takviyeleri.

F20 Kültür ve Sanat, Spor, Hobi
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.

> Basın

B1 Gıda
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, kahvaltılıklar. Çikolata, Şekerleme & Çerez kategorisine girmeyen yiyecekler. **Önemli Not:** Probiyotik yoğurtlar, diyet yiyecekler, gıda destek ürünleri ve diyabet ürünleri için "sağlık & sağlık ürünleri" kategorisine bakınız.

B2 Çikolata, Şekerleme, Çerez
Bisküvi, çikolata, gofret, işlenmiş kuruyemiş & çerezler, fındık-fıstık ezmesi, dondurma, şekerleme, sakız, pasta & pastane ürünleri.

B3 İçecekler
Her türlü alkolsüz içecek. Meyve suları, gazlı içecekler, kahve, çay, karışım tozları, süt, ayran, su vd. **Önemli Not:** Diyet çayları için "sağlık & sağlık ürünleri" kategorisine bakınız.

B4 Kozmetik , Kişisel Bakım/Güzellik
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. **Önemli Not:** Bu kategoride yer almayan ürünler için "Diğer" ve "Sağlık & Sağlık Ürünleri" kategorilerine de bakınız.

B5 Ev, Konut, Mobilya, Dekorasyon
Beyaz eşya ile elektronik cihazlar hariç ev ve mutfak araç ve gereçleri, pişiriciler, dikiş makinesi, sofra setleri, cam ve porselen eşya, çatal-bıçak takımları. Yapı ve yapı malzemeleri, konut yapım, 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/cephe boyaları, halı. Bu kategoride bulunan başlıklar ile ilgili içerik ve satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet bu kategoriye başvurabilir. **Önemli Not:** Beyaz eşya, elektrikli mutfak aletleri için "Elektronik & Beyaz Eşya" kategorisine bakınız.

B6 Ev Temizlik Ürünleri
Her türlü ev temizlik ve bakım ürünü. Çamaşır, bulaşık, banyo, ev temizlik ürünleri, deterjanlar, haşere ilaçları, mutfak kağıt havluları.

B7 Otomotiv ve Otomotiv Ürünleri/Hizmetleri
Her tür binek otomobil, mopet, 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.

B8 Elektronik 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.

B9 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.

B10 Banka, Sigorta ve Finansal Hizmetler
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.

B11 Teknoloji Hizmetleri
Sabit – dijital – mobil – dijital yayıncılık / servis sağlayıcıları. Cep telefonu operatörleri ve internet servis sağlayıcılar tarafından sunulan her türlü hizmet.

B12 Medya, Yayın, Eğlence
Mecra olarak basın, televizyon, radyo, sinema, gazete, dergi, kitap, ansiklopedi, katalog, televizyon ve radyo program ve istasyonları, sinema salonları, dijital yayıncılık, internet portallerinin tanıtımı. Her türlü eğlence faaliyetinin tanıtımı.

B13 Turizm ve Taşımacılık
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.

B14 Perakende Satış, E-ticaret
Farklı marka ve ürünlerin perakende olarak birlikte satıldığı noktalar, alışveriş merkezleri, süpermarket, hipermarket ve restoranlar, kafe ve barlar, fast-food zincirleri, kahve zincirleri, teknomarketler, yapı marketleri, outletler. Internette 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.

B15 Diğer
Oyuncak, evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler, kırtasiye malzemeleri, prezervatif ve başka herhangi kategori tanımına girmeyen iletişim çalışmaları.

B16 Kurumsal İmaj
Spesifik 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 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, savunu yapmak için hazırlanan iletişim çalışmaları. Özel günlere yönelik yayımlanan çalışmalar, kutlamalar, sponsorluk, ödüller, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman/relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

B17 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.
17 a) Ticari kuruluşların ve markaların katılımına açıktır.
17 b) Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşlarının katılımına açıktır.

B18 Promosyon
Başvuruda bulunan promosyon çalışmalarında sektörel ayrım gözetilmez.

B19 Sağlık ve Sağlık Ürünleri
T.C. Sağlık Bakanlığı ruhsatlı ve tanıtım kısıtlaması bulunan ürünler dışında kalan sağlık ve sağlık ürünleri ile ilişkili tüm ürün ve hizmetler, hijyenik pedler, antibakteriyel sabunlar, vitaminler, diyet çayları, diyet ürünleri, diyabet ürünleri, gıda takviyeleri.

B20 Kültür ve Sanat, Spor, Hobi
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.

> Açıkhava

ARVAK AÇIKHAVA REKLAMCILARI VAKFI

Kategori Sponsoru

Açıkhava kategorisi ev dışı iletişim ve pazarlama çalışmalarındaki yaratıcılığı ödüllendirir. Kamuya açık alanlarda/mekanlarda tüketiciye dokunarak marka tecrübesine katkı sağlayan fikirler değerlendirilecektir. **Önemli Not**: Kategori detayları için "Film ya da Basın" kategorilerine bakınız.

A Poster, Billboard
A1 Hızlı Tüketim
Gıda; Çikolata, şekerleme, çerez; İçecekler; Kozmetik, kişisel bakım/güzellik; Ev temizlik ürünleri.
A2 Dayanıklı Tüketim
Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri; Ev, konut, mobilya, dekorasyon; Elektronik ve beyaz eşya.
A3 Hizmet
Bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler; Teknoloji hizmetleri; Medya, yayın, eğlence; Turizm ve taşımacılık.
A4 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.
A5 Promosyon
Açıkhavada yayınlanmış promosyon afişleri, kampanyaları sektörel ayrım gözetmeksizin değerlendirilir.
A6 Kurumsal İmaj ve Toplumsal Sorumluluk
Spesifik 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.

B Etkileşimli & Dijital Açıkhava
B1 Etkileşimli & Dijital Açıkhava
Bu alt kategoride başvurular sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilecektir. Başvurular statik dijital billboard uygulamaları olabileceği gibi hedef kitleleri ile etkileşime geçerek farklı kullanıcı tecrübesi yaşatmayı amaçlayan çalışmalar veya online etkileşimi amaçlayan çalışmalar olabilir. Teknolojinin kullanıldığı çalışmalarda iletişim stratejisinin çıkış noktasının açıkhava mecrası olması değerlendirme kriterleri arasında yer alacaktır.

C Büyük ve Küçük Ölçek Ambient
Alt kategori tanımları için "A Poster Billboard" alt kategorisine bakınız.
C1 Hızlı Tüketim
C2 Dayanıklı Tüketim
C3 Hizmet
C4 Diğer.
C5 Promosyon
C6 Kurumsal İmaj ve Toplumsal Sorumluluk

! Açıkhava kategorisinde yatay görseller en fazla 1920 piksel en, dikey olanlar ise 1920 piksel yüksekliğe sahip, JPEG formatında olmalıdır. Proje videoları maksimum 2dk olmalı ve **1920 x 1080 MP4 H.264 MP3 ses** formatında yüklenmelidir.

> Radyo

Özellikle radyoda yayınlanmak üzere üretilmiş ya da bu mecraya özgü unsurlar içeren çalışmalar. TV reklam filmlerinin söz düzenleri, müzikleri ve cıngılları ile söz düzeni ve cıngılın uzun veya kısa versiyonları bu dalda başvurular için uygun değildir. Radyo kategorisi sadece tekil başvurulara açıktır.
Radyo kategorisinde çalışmanın ses dosyasının yanı sıra dilendiği takdirde 2dk süreyi aşmayacak proje videosu yüklenebilir.
Not: Kategori ayrıntıları için TV ve/veya Basın bölümüne bkz.

R1 Hızlı Tüketim
Gıda; Çikolata, şekerleme, çerez; İçecekler; Kozmetik ve kişisel bakım; Ev bakım ve temizlik ürünleri.
R2 Dayanıklı Tüketim
Otomotiv ve otomotiv ürünleri; Ev araç ve gereçleri; Yapı ve yapı malzemeleri; Dekorasyon; Elektronik.
R3 Hizmet
Bankacılık; Sigortacılık ve diğer finansal hizmetler; Bilişim teknolojileri; Medya ve yayın; Turizm, eğlence, taşımacılık.
R4 Diğer
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.
R5 Promosyon
Radyoda yayınlanmış promosyon spotları, kampanyaları sektörel ayrım gözetmeksizin değerlendirilir.

! Film kategorisinde videolar **1920 x 1080 MP4 H.264 192 kbps stereo MP3 ses** formatında olmalıdır.
Basın kategorisinde yatay görseller en fazla 1920 piksel en, dikey olanlar ise 1920 piksel yüksekliğe sahip, JPEG formatında olmalıdır.

! Radyo ses dosyaları **MP3 192 kbps Stereo** formatında olmalıdır. İstenildiği takdirde çalışmanın ses dosyasına ek olarak maksimum 2 dk'lık **1920 x 1080 MP4 H.264 MP3 ses** formatında proje videosu da yüklenebilir.

> Kampanyalar

Kategori ayrımı gözetmeksizin film, basın, radyo, açıkhava-OOH kampanyalar. TV, basın, radyo, açıkhava-OOH mecralarında, kampanya bütünlüğü taşıyan işler yarışabilir. Önceki yıl tekil olarak yarışan bir çalışma, sonraki yıl bir kampanyanın parçası olarak yarışmada yer alabilir. Ancak, önceki yıl yarışmaya kampanya olarak katılan çalışmalar, sonraki yıl kampanyanın parçası ya da tekil olarak yarışamaz.

KTV1 TV Kampanyası
KB2 Basın Kampanyası
KR3 Radyo Kampanyası
KA4 Açıkhava-OOH Kampanyası

! Kampanya kategorisinde film çalışmaları **1920 x 1080 piksel MP4 H.264 MP3 ses** formatında olmalıdır. Radyo spotları M3 olarak yüklenmelidir. Basın ve açıkhava çalışmalarında JPEG formatı geçerlidir.

> Entegre Kampanyalar

Medya planı doğrultusunda kullanılmış mecra sayısının en az 3 ve 3'ün üzerinde olduğu, film, basın, açıkhava-OOH, radyo, dijital ve sinemayı içeren çok mecralı kampanyalarda yarışan çalışmaların, bahsi geçen mecralardan en az üçünde yayınlanmış birer reklamdan oluşması gerekir.
Önemli Not: Kategori detayları için "Film ya da Basın" kategorilerine bakınız.

E1 Hızlı Tüketim
Gıda; Çikolata, şekerleme, çerez; İçecekler; Kozmetik, kişisel bakım/güzellik; Ev temizlik ürünleri.
E2 Dayanıklı Tüketim
Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri; Ev, konut, mobilya, dekorasyon; Elektronik ve beyaz eşya.
E3 Hizmet
Bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler; Teknoloji hizmetleri; Medya, yayın, eğlence; Turizm ve taşımacılık.
E4 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.; Promosyon; Kurumsal İmaj; Toplumsal sorumluluk.

! Entegre Kategorisinde proje filmi **maksimum 2dk** uzunluğunda olmalıdır. Ayrıca, kampanyayı taşıyan mecraların 3'ünden örnek çalışmalar da yüklenmelidir.

> Uygulamada Mükemmellik

T Tasarım
EARM Eli Acıman Reklam Metni Ödülü
Tüm mecralarda metnin gücüne dayanan reklamlar başvurabilir.
SYF En İyi Sanat Yönetimi - Film
TV, sinema ve dijital kanallarda yayınlanan özgün, yenilikçi, sanat yönetimiyle fark yaratan filmler.
SYB En İyi Sanat Yönetimi - Basılı / Dijital
Basın, açıkhava ve dijital mecralarında yayınlanan özgün, yenilikçi, sanat yönetimiyle fark yaratan görsel çalışmalar.
T En İyi Tipografi
Basın ve baskılı işlerdeki tipografi kullanımıyla fark yaratan çalışmalar.
İ En İyi İllüstrasyon
Basın, televizyon, sinema ve dijital kanallarında illüstrasyon kullanımıyla fark yaratan çalışmalar.
KK En İyi Kurumsal Kimlik Tasarımı
Kurumsal kimlik lansmanı veya relansmanı. Tasarımın farklı mecralarda (ambalaj, ambient, film, baskı) ve kurumsal varlıklarda (antet, kartvizit, vd) uygulaması. Bu kategoride kurumsal kimlik uygulamaları en az 3 farklı örnek ile belgelenmelidir.
AT En İyi Ambalaj Tasarımı
Ürünün albenisini artırmaya yönelik tasarlanan ambalaj çalışmaları.

M Müzik
RM En İyi Reklam Müziği
TV, radyo, sinema ve dijital kanallarda yayınlanan veya kullanılan reklam müzikleri, cıngıllar.
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.

S En İyi Seslendirme
Tüm mecralarda seslendirmedeki yorumuyla ürüne/hizmete fark katan çalışmalar.

F Fotoğraf
RF En İyi Reklam Fotoğrafı
Basın, açıkhava ve dijital kanallarda yayımlanan veya kullanılan reklam fotoğrafları.

YY Yapım Yönetim
RY En İyi Reklam Filmi Yönetmeni
TV, sinemalar ve dijital kanallarda yayınlanan reklam filmleri.
RFY En İyi Reklam Filmi Yapımı
TV ve sinemalarda yayınlanan reklam filmleri.
K En İyi Kast
TV, sinemalar ve dijital reklamlarda iz bırakan oyuncular veya oyunculuk.

A En İyi Animasyon
Televizyon, sinema ve dijital kanallar için hazırlanan özgün animasyonlar.

D Dijital
AK En İyi Arayüz Kullanımı
Dijital uygulamalarda tasarım, kullanışlılık, teknik beceri ve etkileşim.

Y Yeni
Y En Yeni
Türk reklamcılığında ufuk açan, geleceğiyle ilgili ilham veren ve sektörü etkileyen mecra bağımsız her türlü iletişim çalışması. Çalışmanın ekine nedenini açıklayan gerekçe konulması gerekmektedir.

> Medya

Bu bölümde, medya kullanımlarının/uygulamalarının başarısı ödüllendirilecektir. Medya kategorisinde yarışan işler için başarı 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 çözümü 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.

A Medya Kullanımı
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.

A01 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 değerlendirilecektir.
A02 Radyo Kullanımı
Radyoda gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir kullanımla buluşması beklenmektedir. (dijital radyo/müzik servislerindeki kullanımlar bu kategorinin dışında tutulacaktır.)
A03 Basın Uygulaması
Basılı gazete, dergi ve eklerinde gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir kullanımla buluşması beklenmektedir. (dijital yayınlar, e-gazete ve e-dergi kullanımları bu kategorinin dışında tutulacaktır.)
A04 Sinema Uygulaması
Sinemada gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir kullanımla buluşması beklenmektedir. (sinema mecrasındaki tüm kullanımlar - perde reklamı, fuaye, v.b. - bu kategori içinde değerlendirilecektir.)
A05 Sponsorluk Uygulaması
Medya kanallarında veya medya kanalları aracılığla gerçekleştirilen yenilikçi ve yaratıcı sponsorluklar...Hedef kitle, marka ve mesaj düşünüldüğünde, hayata geçirilen sponsorluğun markaya değer katması beklenmektedir.
A06 Özel Etkinlik Kullanımı
Marka mesajının tüketicisi ile yenilikçi ve yaratıcı özel etkinlikler aracılığıyla buluşturulması. (Büyük ve küçük ölçekli canlı gösteriler/etkinlikler, deneyimsel etkinlikler, festivaller, konserler, spor etkinlikleri, v.b. dahildir).
A07 Açıkhava Kullanımı
Açıkhavada gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir kullanımla buluşması beklenmektedir. (Geleneksel panolar, raketler, duraklar, megalight ve toplu taşıma araçları gibi standart açıkhava reklam alanlarındaki farklı kullanımlar ile mağaza veya AVM içinde yer alan indoor reklam alanlarının farklı kullanımını kapsamaktadır.)
A08 Ambient Mecra Kullanımı - Büyük Ölçekli
Geleneksel olmayan büyük ölçekli indoor/outdoor kullanımlarının, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir uygulamayla buluşmasını sağlaması beklenmektedir. (Daha büyük ölçekte, 3 boyutlu ve standart olmayan büyüklükte kullanımlar, gişeler, bilet turnikeleri, zeminde medya çalışmaları, diğer dış mekan kullanımları, bina ve sokaklardaki duvarların kullanımı.)
A09 Ambient Mecra Kullanımı - Küçük Ölçekli
Geleneksel olmayan küçük ölçekli indoor/outdoor kullanımlarının, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir uygulamayla buluşmasını sağlaması beklenmektedir. (Barlar ve restoranlardaki küçük ölçekte kullanımlar, bardaklar, paspaslar, servis kağıtları, benzin pompaları, kapı askıları, tabelalar, çıkartmalar, el ilanları.)
A10 Satış Noktalarındaki 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
A11 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.
A12 Sosyal/Video Platform Kullanımı
Sosyal medya ve video dinamiklerini yaratıcı ve yeniliçi 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.
A13 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.
A14 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.
A15 Markalı İçerik Kullanımı
Bu kategorilerde marka değerleri ve hedeflerine uygun olarak tüketicilerin ve ölçülebilen 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.

! **Medya** kategorisinde proje videosu maksimum 2 dk süreli, **1920 x 1080 piksel MP4 H.264 192 kbps stereo MP3 ses** formatında olmalıdır. Başvurularda eklenmesi gereken sunum tablosu **A2 boyutunda jpeg** formatında yüklenmelidir.

B Yerel Medya
B01 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 beklenmektedir.

> Medya

C Veriden Beslenen Yaratıcılık
C01 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 kapsamaktadır.

D Entegre Kampanya
D01 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).

E Ürün ve Hizmet
Bu kategoride seçilen ürün veya hizmet için gerçekleştirilmiş en iyi medya kampanyaları değerlendirilecektir.
E01 Hızlı Tüketim
Gıda; Çikolata, şekerleme, çerez; İçecekler; Kozmetik, kişisel bakım/güzellik; Ev temizlik ürünleri.
E02 Dayanıklı Tüketim
Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri; Ev, konut, mobilya, dekorasyon; Elektronik ve beyaz eşya.
E03 Hizmet
Bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler; Teknoloji hizmetleri; Medya, yayın, eğlence; Turizm ve taşımacılık.
E04 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.; Promosyon; Kurumsal İmaj; Toplumsal sorumluluk.

> Doğrudan Pazarlama

Seçilmiş hedef kitle ile marka arasında bire bir ilişki kuran, bağlılık yaratan, satın almaya teşvik eden, interaktif, somut, davetkar, katılımcı ve sonuçları ölçülebilen yaratıcı pazarlama iletişimi faaliyetleri bu kategoride değerlendirilecektir.

DP1 Etkinlik Pazarlaması
Lansman aktiviteleri, gerilla aktiviteleri, roadshow aktiviteleri.
DP2 Veri Tabanına Dayalı Pazarlama
Veri tabanına dayalı doğrudan postalama, e-mail, SMS, MMS, Hedefli IVR ve benzer konvansiyonel ya da dijital mesajlaşma araçları kullanılarak yaratılmış kampanyalar vd.
DP3 Satış Noktalarında Pazarlama
Satış noktalarında, alışverişçiyi yönlendirerek satışa teşvik eden, ürün display, POP, mesaj ve diğer yaratıcı görsel uygulamalarla satın alma kararını etkileyen çalışmalar. Marka iletişim stratejisine uygun olarak, alışverişçiye yönelik, ürünün tanıtımı, tattırımı veya promosyonel taktik içeren projeler.

OR Ortam Reklamı (Ambient)
Ev dışı ortamlardaki tüm projeler; örneğin bardak altlıkları, amerikan servisler, bardak ve kül tablası, market arabalarının üstünde, akaryakıt pompalarının üstünde, uçak biletlerinde vb. yerlerde yer alan çalışmalar; bina cephelerine kalıcı olmayacak şekilde yansıtılan çalışmalar; kapalı mekanlarda, duvarlarda, yerlerde kullanılan çalışmalar.

! Doğrudan Pazarlama kategorisinde proje videosu maksimum 2 dk süreli, **1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 MP3 192 kbs stereo ses** formatında olmalıdır. Görseller JPEG formatında yüklenmelidir.

> Dijital

D1 Web Sitesi & Mikro Siteler
D1A Web Sitesi
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.
D1A1 Ürün
D1A2 Hizmet
D1B Mikrositeler
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.
D1B1 Ürün
D1B2 Hizmet

D2 Dijital Reklam
D2A Banner
Bannerlar veya site spesifik uygulamalar, fikir, tasarım, animasyon anlamında yarattıkları farklılık ve yaratıcılık üzerinden değerlendirilecektir.
D2B Mobil
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.
D2C Kalıpları Kıran Mecra Kullanımı
Bu alt kategoride, bir mecranın, fikir, tasarım ve/veya animasyon anlamında farklı bir yaklaşım ile kullanılması değerlendirilecektir.

D3 Markalı İçerik
Dijital platformlarda yer alan ya da marka için üretilmiş olsa dahi içeriğin odak noktasında marka/ürün/hizmet'in bulunmadığı, marka entegrasyonunun bu içeriğe yaratıcı bir şekilde gerçekleştirildiği; görsel, metin, müzik, film ve/veya farklı dijital formatlardaki tüm çalışmalar değerlendirilecektir.
D3A Ürün
Hızlı tüketim, dayanıklı tüketim ve diğer. ("Diğer" tanımı için kampanya kategorisine bakabilirsiniz.)
D3A Ürün
Bankacılık, sigortacılık ve diğer finansal hizmetler, bilişim teknolojileri, medya ve yayın, turizm, eğlence, taşımacılık. Not: Kategori ayrıntıları için TV bölümünü inceleyebilirsiniz.

D4 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 amacını taşımalıdır. Önemli not: Bu kategoriye case video ile başvurmak zorunludur.
D4A Hızlı Tüketim
Gıda, çikolata, şekerleme, çerez, içecekler, kozmetik ve kişisel bakım, ev bakım ve temizlik ürünleri. Not: Kategori ayrıntıları için Film - TV , Sinema kategorisini inceleyebilirsiniz.
D4B Dayanıklı Tüketim
Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri, ev araç ve gereçleri, yapı ve yapı malzemeleri, dekorasyon, elektronik. Not: Kategori ayrıntıları için Film - TV , Sinema kategorisini inceleyebilirsiniz.
D4C Hizmet
Bankacılık, sigortacılık ve diğer finansal hizmetler, bilişim teknolojileri, medya ve yayın, turizm, eğlence, taşımacılık. Not: Kategori ayrıntıları için Film - TV , Sinema kategorisini inceleyebilirsiniz.
D4D 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, sosyal sorumluluk vd. Not: Kategori ayrıntıları için Film - TV, Sinema kategorisini inceleyebilirsiniz.
D4E 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 yarışacaktır.

D5 Mobil
D5A Mobil Site
Marka, ürün veya hizmet için yapılan mobil siteler. Tasarım, kullanıcı deneyimi, metin yazımı gibi kriterler göz önüne alınarak bütünsel değerlendirme yapılacaktır.
D5B Mobil Uygulama
Bu kategoride yarışacak olan uygulamaların, marka, ürün veya hizmetlerin tanıtımı için özel olarak geliştirilmiş olması gerekmektedir. Başvurular, fikir, kullanıcı deneyimi, uygulama, tasarım gibi kriterler göz önüne alınarak bütünsel değerlendirilecektir. Bu kategoride sadece indirilerek çalışan mobil uygulamalar yarışabilir.

D6 İnteraktif Etkinlik/Outdoor Pazarlaması
Herhangi bir etkinlik sırasında ve/veya outdoor'da, marka, ürün veya hizmet mesajını tüketiciye / katılımcıya dijital bir deneyim ile aktaran uygulamalar.

D7 En Yaratıcı Sosyal Sorumluluk Kampanyası
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 katılım gerçekleştirilebilir. Sosyal sorumluluklar kampanyaları sadece bu kategoride yarışabilir, başka kategoriye başvuramaz.

D8 Sosyal Medya
D8A 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.
D8B 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.
D8C 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.
D8D 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.
D8E En Yaratıcı İçerik Stratejisi
Markaların sosyal platformlarda geliştirdikleri içerik stratejileri; yaratıcılık, mecraya uygunluk, devamlılık ve hedef kitle ile kurduğu bağ üzerinden değerlendirilecektir. Kategoriye proje videosu ile başvurmak zorunludur.

D9 Online Film
Bu kategoride, ağırlıklı olarak dijital medya yatırım desteği ile kitlesine ulaşmayı başarmış, bir amacı ve bu amaca uygun bir fikri ile uygulaması olan, online reklam filmleri yarışacaktır. TV/sinema filmlerinin online mecraya yüklenmiş kopyaları bu kategoride yarışamaz ve kategoriye case video ile başvurulamaz. **Önemli Not**: D10.Viral Film kategorisine başvuran işler, bu kategoride değerlendirmeye alınmayacaklardır. Kategori ayrıntıları için Film - TV, Sinema kategorisini inceleyebilirsiniz.
D9A Hızlı Tüketim
Gıda, çikolata, şekerleme, çerez, içecekler, kozmetik ve kişisel bakım, ev bakım ve temizlik ürünleri.
D9B Dayanıklı Tüketim
Otomotiv ve otomotiv ürünleri, ev araç ve gereçleri, yapı ve yapı malzemeleri, dekorasyon, elektronik.
D9C Hizmet
Bankacılık, sigortacılık ve diğer finansal hizmetler, bilişim teknolojileri, medya ve yayın, turizm, eğlence, taşımacılık.
D9D Diğer
Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen filmler. 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.

D10 Viral Film
Bu kategoride, belirli bir dijital medya yatırım desteği olsa dahi, kişilerin beğeni, konuşma ve paylaşımları ile büyük kitlelere ulaşmayı başarmış, "viral" olarak adlandırılabilecek filmler yarışacaktır. **Önemli Not**: D9.Online film kategorisine başvuran işler, bu kategoride değerlendirmeye alınmayacaklardır.

YouTube — Online Video Kategori Sponsoru

> Bölge Yarışması

Sadece Ankara, Bursa, İzmir, Konya, Akdeniz, Güney Reklamcılar Dernekleri'ne üye olan ajansların katılımına açıktır.
Kategori ayrıntıları için "Basın" kategorisini inceleyebilirsiniz.

BY BASIN
BYBA Hızlı Tüketim
Gıda; Çikolata, şekerleme, çerez; İçecekler; Kozmetik, kişisel bakım/güzellik; Ev temizlik ürünleri.
BYBB Dayanıklı Tüketim
Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri; Ev, konut, mobilya, dekorasyon; Elektronik ve beyaz eşya.
BYBC Hizmet
Bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler; Teknoloji hizmetleri; Medya, yayın, eğlence; Turizm ve taşımacılık.
BYBD 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.; Promosyon; Kurumsal İmaj; Toplumsal sorumluluk.

BY AÇIKHAVA – OUT OF HOME (OOH)
Sektör ayrımı gözetilmez.

BY BASKILI İŞLER
Sektör ayrımı gözetilmez.

BKK TEK MECRALI KAMPANYA
Kategori ayrımı gözetmeksizin film, dijital, basın, radyo, açıkhava-OOH kampanyalar. TV, dijital, basın, radyo, açıkhava-OOH mecralarında, kampanya bütünlüğü taşıyan işler yarışabilir. Önceki yıl yarışmaya tekil olarak katılan bir reklam, sonraki yıl bir kampanyanın parçası olarak yarışmada yer alabilir.

BKE ENTEGRE KAMPANYA
Medya planı doğrultusunda kullanılmış mecra sayısının en az 3 ve 3'ün üzerinde olduğu, film, basın, açıkhava-OOH, radyo, dijital ve sinemayı içeren çok mecralı kampanyalarda yarışan çalışmaların, bahsi geçen mecralardan en az üçünde yayınlanmış birer reklamdan oluşması gerekir.

> Seçici Kurul Özel Ödülü

Çevre ve Sürdürülebilirlik Özel Ödülü

Su, enerji ve diğer kaynakların, teknolojinin etkin kullanımını içeren, toplumu ve bireyleri çevre bilinci kazanmaya yönelten, dünyamızı daha yaşanır kılmaya yönelik bir iletişim çalışmasına Kristal Elma Ana Kategoriler Seçici Kurulu tarafından verilir.

Tüm kategorilerde yapılan çevre ve sürdürülebilirlik konulu çalışmalar arasından Özel Ödül sahibi belirlenir.

Yayın Tarih Aralığı: 01 Ağustos 2015 - 31 Temmuz 2016

Online Başvurular: www.kristalelmafestivali.com

Son başvuru tarihi: 08 Ağustos 2016

CONTENT LIFT FACTORY