



## ŠTATÚT SÚŤAŽE EFFIE® SLOVAKIA

### Preambula

EFFIE® Slovakia je slovenská národná súťaž efektivity marketingovej komunikácie pôvodných reklamných kampaní (ďalej len „EFFIE®“). Marketingová komunikácia je nevyhnutnou kombináciou: komunikačnej, mediálnej a kreatívnej stratégie, mediálneho plánovania, prieskumu trhu, kreativity a account managementu (ďalej len „reklamná kampaň“).

### Prvá časť ZÁKLADNÉ USTANOVENIA

#### Čl. 1 Kategórie EFFIE®

(1) Ocenenia EFFIE® sa udeľujú každoročne v týchto kategóriách:

1) PRODUKTOVÉ KATEGÓRIE

- a) FMCG
- b) Finančné služby
- c) Telekomunikačné služby
- d) Employer Branding<sup>1</sup>
- e) Dobročinný marketing
- f) Ostatné

2) ŠPECIÁLNE KATEGÓRIE

- g) David a Goliáš
- h) Small Budgets<sup>2</sup>
- i) Media Inovations/Events
- j) Digital<sup>3</sup>

(2) V súťaži EFFIE® môže porota v každej kategórii podľa odseku 1 udeliť ocenenia:

- a) zlatá EFFIE®,
- b) strieborná EFFIE®,
- c) bronzová EFFIE®,
- d) shortlist; reklamným kampaniam, ktoré dostanú ocenenie vo forme uvedenia na shortlist bude vystavený certifikát.

(3) Porota môže okrem cien z Čl.1 bodu 2) udeliť aj jednu mimoriadnu cenu - Grand EFFIE.

<sup>1</sup> Do kategórie Employer Branding môže byť prihlásená taká kampaň, ktorá nepromuje konkrétny produkt alebo službu, ale jej cieľom je zlepšiť reputáciu spoločnosti s cieľom zefektívniť nábor nových zamestnancov, udržanie si existujúcich zamestnancov, alebo promovať spoločnosť ako atraktívneho zamestnávateľa.

<sup>2</sup> Do kategórie Small budgets môže byť prihlásená kampaň, ktorá nepresiahla výšku celkových nákladov v mediálnej a produkčnej hodnote 50.000 Eur.

<sup>3</sup> Do kategórie Digital môže byť prihlásená taká kampaň, ktorej mediálne výdavky v online sú v rozmedzí 70% - 100% z celkových mediálnych výdavkov kampane.

- (4) Časový harmonogram pre každý ročník súťaže EFFIE® zverejní výkonný riaditeľ Klubu reklamných agentúr Slovenska (ďalej aj „KRAS“) na internetovej stránke súťaže EFFIE®; harmonogram obsahuje najmä termín uzávierky prihlášok pre príslušný ročník, termín odoslania podkladov porotcom, termín odovzdania hodnotení porotcov, termíny zasadnutia poroty, termíny zasadnutia dozorného výboru KRAS, termín slávnostného vyhlásenia výsledkov súťaže EFFIE®.

## Čl. 2 Porota

- (1) Člen poroty je fyzickou osobou, ktorá môže byť aj zo zahraničia.
- (2) Členovia poroty sa volia vždy pred každým ročníkom súťaže EFFIE®. Jedna fyzická osoba môže byť členom poroty najviac tri roky za sebou.
- (3) Porotu súťaže volí Valné zhromaždenie KRAS na základe návrhu, ktorý vznikne na otvorenom zasadnutí prezídia KRAS, kde budú prizvaní všetci členovia s hlasovacím právom. Minimálne kvórum pre schválenie návrhu sú traja zástupcovia KRAS. Prezídium predkladá návrh zloženia poroty pre prvé i druhé kolo a navrhuje i predsedu poroty. Ak by návrh nebol schválený Valné zhromaždenie bude hlasovať o každom nominantovi osobitne, pričom poradie určuje počet získaných hlasov.
- (4) Každá členská agentúra KRAS má možnosť nominovať do poroty prísediaceho bez hlasovacieho práva a možnosti zapojiť sa do diskusie.
- (5) Porota pre prvé kolo hodnotenia je v minimálnom počte 10 osôb. Každú prácu by malo hodnotiť minimálne 10 porotcov, tak aby neboli v konflikte záujmov s prihlasovateľom práce a maximálny počet posudzovaných prác jedným porotcom by nemal prekročiť počet 12 prác. Porota je zložená zo zástupcov zadávateľov reklamy a zástupcov reklamných agentúr v približnom pomere 3:2 až 4:2. Porota je nominovaná a volená valným zhromaždením KRAS.
- (6) Porota pre druhé kolo hodnotenia je v minimálnom počte 15 osôb. Porotcovia z prvého kola hodnotenia môžu byť zvolení aj za porotcov v druhom kole hodnotenia. Zloženie profesionálneho zamerania poroty podľa odseku 1 je minimálne:
- štyria zástupcovia reklamných agentúr,
  - štyria zástupcovia zadávateľov reklamy,
  - dvaja zástupcovia mediálnych agentúr
  - piati odborníci z oblasti marketingovej komunikácie
  - špecialista kategórie Employer Branding.
- (7) Zástupcov reklamných agentúr, zástupcov zadávateľov reklamy, zástupcov mediálnych agentúr, špecialistu kategórie Employer Branding a odborníkov z oblasti marketingovej komunikácie volí valné zhromaždenie KRAS nadpolovičnou väčšinou všetkých členov KRAS.
- (8) Právo predložiť návrhy na zástupcov reklamných agentúr a zástupcov zadávateľov reklamy a životopisom navrhovaného člena poroty má každý člen KRAS, a to na základe výzvy výkonného riaditeľa KRAS v lehote určenej v tejto výzve.
- (9) Právo predložiť návrh na zástupcov mediálnych agentúr spolu s životopisom navrhovaného člena poroty má AMA na základe výzvy výkonného riaditeľa KRAS.



(10) Návrh na špecialistu kategórie Employer Branding pre prvé a druhé kolo predkladá so životopisom navrhovaného člena partner súťaže na základe výzvy výkonného riaditeľa KRAS.

(11) Právo predložiť návrhy na odborníkov z oblasti marketingovej komunikácie majú profesijné združenia ako ADMA, SAVA, IAB Slovakia, AKA, slovenské univerzity marketingového zamerania alebo ktorákoľvek fyzická či právnická osoba s výnimkou členských agentúr KRAS. Ak tieto subjekty nenavrhnú príslušný počet členov poroty, zvolí zvyšných členov poroty valné zhromaždenie KRAS na základe návrhu prezídia KRAS alebo návrhu ktoréhokoľvek člena KRAS. Členov KRAS vyzve na predloženie takýchto návrhov výkonný riaditeľ KRAS.

(12) Predseda poroty:

- a) vedie zasadnutia poroty,
- b) je zodpovedný valnému zhromaždeniu KRAS za riadny priebeh súťaže,
- c) dohliada spolu s výkonným riaditeľom KRAS nad dodržiavaním tohto štatútu,
- d) rieši pripomienky a návrhy členov poroty,
- e) je zodpovedný za riadnu kontrolu námietok členov poroty v procese posudzovania reklamných kampaní.

Ak fyzická osoba súhlasila s nomináciou za člena poroty, súhlasila zároveň aj s výkonom funkcie predsedu poroty.

## **Druhá časť PRAVIDLÁ SÚŤAŽE EFFIE®**

### **Čl. 3 Základné pravidlá**

Súťaž EFFIE® je slovenská národná súťaž reklamných kampaní vytvorených pre slovenský trh, s pôvodným konceptom komunikačnej stratégie a pôvodnou kreativitou. Pre vylúčenie pochybností sa pod pôvodným konceptom komunikačnej stratégie a pôvodnou kreativitou rozumie stratégia a kreativita vytvorená pre slovenský trh.

### **Čl. 4 Prihlasovateľ**

- (1) Prihlasovateľom reklamnej kampane môže byť výlučne osoba, ktorá:
  - a) je podnikateľom a je zapísaná v Obchodnom registri alebo v živnostenskom registri príslušnej krajiny, v ktorej pôsobí
  - b) vytvorila alebo podieľala sa na vzniku pôvodného konceptu komunikačnej stratégie a
  - c) / alebo pôvodnej kreativity kampane podľa zadania klienta
  - d) vytvorila alebo podieľala sa na vzniku kampane, ktorá bola vytvorená pre použitie v Slovenskej republike
  - e) je reklamnou agentúrou, kreatívnou agentúrou, digitálnou agentúrou, PR agentúrou, mediálnou agentúrou alebo iným subjektom, ktorý je tvorcom pôvodného konceptu reklamnej kampane pre klienta, prípadne je konzorciom takýchto subjektov
- (2) Prihlasovateľ môže v jednom roku prihlásiť aj viac ako jednu reklamnú kampaň.



- (3) Prihlasovateľ každú prácu prihlasuje v kooperácii s klientom, a teda ako konzorcium tvorené agentúrou a klientom, prípadne viacerými subjektmi. V prípade získania ocenenia, je ocenená rovnako agentúra ako aj klient.
- (4) Reklamná kampaň môže byť prihlásená iba do jednej z produktových kategórií alebo do jednej zo špeciálnych kategórií podľa Čl. 1 ods. 1 a len do jedného ročníka EFFIE®. Do príslušného ročníka EFFIE® možno prihlásiť reklamnú kampaň, ktorá prebiehala od 1. augusta predchádzajúceho roka do 30. septembra príslušného roka. Začiatok kampane pritom môže začať i pred týmto termínom za dodržania pravidla, že koniec kampane spadá do tohto časového intervalu. Pre stanovenie termínu ukončenia reklamnej kampane je rozhodujúci termín uvedený v brieфе o efektívite v časti Dosiahnuté výsledky, dokladajúcej dosiahnuté parametre po kampani. Pri reklamnej kampani, ktorá začala pred obdobím platným pre príslušný ročník súťaže, platí ale podmienka, že takáto reklamná kampaň musí prezentovať výsledky, ktoré neboli použité v predchádzajúcich ročníkoch súťaže EFFIE®.
- (5) Prihlasovateľ podaním prihlášky zároveň poskytuje KRAS súhlas so zverejnením prihlásenej reklamnej kampane v odborných periodikách a/alebo jej sprístupnením na internetovej stránke súťaže EFFIE® a KRAS.
- (6) Prihlásená reklamná kampaň nemôže byť stiahnutá z posudzovania porotou alebo z výsledkovej listiny klientom ani treťou osobou; právo stiahnuť prihlášku má len prihlasovateľ.

## Čl. 5

### Prihláška

- (1) Prihláška reklamnej kampane sa predkladá na elektronickom formulári, ktorý tvorí prílohu č. 1 tohto štatútu. Formulár prihlášky je zverejnený na internetovej stránke súťaže EFFIE®.
- (2) Prihláška a všetky jej prílohy musia byť doručené KRAS elektronicky najneskôr v termíne poslednej uzávierky.
- (3) Prihláška sa skladá zo súčastí:
  - a) Brief o efektívite,
  - b) Agentúrne kredity a kredity klienta,
  - c) Súhlas klienta s prihlásením a potvrdenie správnosti výsledkov
  - d) Potvrdenia správnosti údajov podľa Čl. 8.
- (4) Prihlasovateľ popri prihláške dodáva aj case video, alebo PPT prezentáciu, ktoré budú slúžiť na prezentačné účely a budú zverejnené až po odovzdaní hodnotenia poroty.

## Čl. 6

### Brief o efektívite

- (1) Brief o efektívite presne pomenúva marketingovú situáciu na trhu, značku, produkt alebo službu uvádzanú alebo podporovanú reklamnou kampaňou, marketingové a komunikačné ciele kampane, cieľovú skupinu, komunikačnú, kreatívnu a mediálnu stratégiu, výsledky kampane a kreatívnu ukážku kampane v rozsahu, v akom je definovaný elektronický formulár pre prihlásenie dostupný na webovej stránke súťaže.
- (2) Brief o efektívite je základom pre posudzovanie reklamnej kampane porotou.



- (3) Brief o efektívite musí obsahovať informácie podľa pokynov uvedených vo formulári elektronickej prihlášky, a to v základných bodoch:
- stratégia a idea,
  - exekúcia,
  - dosiahnuté výsledky.
- (4) Všetky informácie uvedené v Briefe o efektívite musia byť pravdivé, overiteľné a musia pochádzať z dôveryhodného zdroja.

### **Čl. 7**

#### **Agentúrne kredity a kredity klienta**

- (1) Agentúrne kredity a kredity klienta musia obsahovať:
- názov kampane,
  - agentúrne kredity; súčasťou agentúrnych kreditov sú aj mená a priezviská maximálne dvoch zodpovedných pracovníkov agentúry s presným určením ich pracovnej pozície, názov siete alebo skupiny agentúr,
  - kredity klienta; súčasťou kreditov klienta sú aj mená a priezviská maximálne dvoch zodpovedných pracovníkov klienta s presným určením ich pracovnej pozície, sieť klienta.

### **Čl. 8**

#### **Prílohy prihlášky**

- (1) Povinnými prílohami k prihláške sú:
- potvrdenie klienta o správnosti údajov a jeho súhlas s prihlásením reklamnej kampane do súťaže a s uvedením klientom určenej osoby zodpovednej za marketingové a komunikačné ciele a výsledky,
  - potvrdenie mediálnej agentúry o správnosti údajov uvedených v prihláške; to platí, ak mediálnu stratégiu, plánovanie a nákup médií realizovala mediálna agentúra,
  - potvrdenie výskumnej agentúry o uvedených údajoch a popis metodiky použitých prieskumov a uvedenie osoby zodpovednej za realizáciu a výstupy predmetného prieskumu (ak boli prezentované komunikačné ciele a výsledky); prieskum musí byť realizovaný výskumnou agentúrou, ktorá je členom Slovenskej asociácie výskumných agentúr (SAVA) alebo inej odbornej výskumnej asociácie na zahraničnom trhu.

Vzory formulárov k povinným prílohám k prihláške sú dostupné na webovej stránke súťaže.

### **Čl. 9**

#### **Náležitosti reklamnej kampane a dôvody vylúčenia prihlásenej reklamnej kampane**

- (1) Prihláška reklamnej kampane musí spĺňať:
- formálne náležitosti, a to rozsah strán a veľkosť písma podľa pokynov uvedených v elektronickej formulári prihlášky a prílohy podľa Čl. 8,
  - obsahové náležitosti, a to štruktúra a obsah podľa pokynov uvedených v elektronickej formulári prihlášky, ako aj ďalšie obsahové náležitosti predpísané štatútom súťaže EFFIE® alebo formulárom prihlášky (napr. pri mediálnych výdavkoch, či sú uvedené v monitorovaných cenách TNS Slovakia, pri prieskumoch, ak sú uvedené, spôsob a typ prieskumu, popis metodiky a presné znenia otázok a pod.),
  - vecné náležitosti, a to pôvodný koncept komunikačnej stratégie a pôvodná kreatíva, ako aj určenie reklamnej kampane pre slovenský trh.



- (2) Náležitosti prihlášky podľa odseku 1 kontroluje dozorný výbor KRAS na svojom zasadnutí do troch pracovných dní od termínu uzávierky súťaže EFFIE®; podklady pre dozorný výbor KRAS pripraví výkonný riaditeľ KRAS.
- (3) Ak dozorný výbor KRAS zistí, že niektorá prihláška neobsahuje náležitosti podľa odseku 1, vyzve prihlasovateľa tejto prihlášky, aby do 24 hodín podal vysvetľujúce stanovisko a odstránil nesúlad prihlášky s týmto štatútom.
- (4) Dozorný výbor vylúči zo súťaže EFFIE® prihlášku, ak:
  - a) prihlasovateľ, ktorý bol vyzvaný podľa odseku 3 na odstránenie nesúladu prihlášky s týmto štatútom, nevykoná v určenej lehote nápravu prihlášky,
  - b) reklamná kampaň neprebehla v období podľa Čl. 4 ods. 3 pre príslušný ročník súťaže,
  - c) reklamná kampaň nemá pôvodný koncept komunikačnej stratégie a pôvodnú kreativitu,
  - d) prezentované výsledky prieskumu nie sú od nezávislej výskumnej agentúry – člena SAVA alebo inej odbornej výskumnej asociácie v zahraničí,
  - e) prihlasovateľ nespĺňa podmienky podľa Čl. 4 ods. 1 písm. a) a b).
- (5) Prihlášky, ktoré dozorný výbor KRAS nevylúčil podľa odseku 4 zo súťaže EFFIE®, sú predmetom posudzovania poroty; podklady pre porotu pripraví výkonný riaditeľ KRAS.
- (6) Dozorný výbor môže prihlášku vylúčiť aj po tom, čo mu ju porota vrátila na opätovné posúdenie podľa Čl. 12 ods. 6.

## **Čl. 10**

### **Hodnotenie reklamných kampaní porotou**

- (1) Porota sa pri posudzovaní reklamných kampaní riadi pokynmi pre porotcov, ktoré tvoria prílohu č. 2 tohto štatútu.
- (2) Posudzovanie poroty prebieha v dvoch kolách.
- (3) Pred hodnotením poroty prvého aj druhého kola sa uskutoční osobné, resp. online stretnutie, ktoré slúži na diskusiu medzi predsedom poroty a členmi poroty. Predmetom diskusie by malo byť zosúladenie odborných a etických štandardov súťaže. Stretnutie prebehne za účasti Výkonnej riaditeľky KRASu, ktorá usmerňuje diskusiu, aby bola v súlade so štatútom.
- (4) Výkonný riaditeľ KRAS odošle podklady k prihláseným reklamným kampaniam členom poroty najneskôr dva týždne pred termínom odovzdania hodnotenia poroty v prvom kole.
- (5) V prípade konfliktu záujmu porotca prácu nehodnotí a jeho hlas má hodnotu aritmetického priemeru hlasov ostatných členov poroty pre danú kampaň. Pod konfliktom záujmu sa rozumie spoluautorský vzťah ku kampani, resp. komerčný vzťah k jeho prihlasovateľovi, alebo k tretej osobe, ktorá je majetkovo prepojená alebo personálne prepojená s prihlasovateľom. Majetkovým prepojením sa na účely tohto štatútu rozumie účasť na základnom imaní druhých osôb alebo podiel na hlasovacích právach druhých osôb, personálnym prepojením je účasť na riadení alebo na kontrole druhej osoby, a to aj prostredníctvom spoločníkov obchodnej spoločnosti.



## Čl. 11

### Hodnotenie v prvom kole

- (1) V prvom kole sú práce rozdelené náhodným výberom tak, aby, v prípade ak je to možné, pre porotcu, ktorý bol nominovaný ako zástupca reklamnej agentúry alebo zadávateľa žiadna z prác nebola v konflikte záujmu.
- (2) Členovia poroty pre prvé kolo hodnotia v prvom kole reklamnú kampaň tak, že pridelujú body jednotlivým častiam briefu o efektívnosti:
  - a) Stratégia a idea ( stratégia kampane, kreatívna a mediálna stratégia, nápad agentúry - prínos agentúry) 0 – 40 bodov
  - b) Exekúcia (zavedenie do praxe, kreativita) 0 až 20 bodov
  - c) Dosiahnuté výsledky 0 až 40 bodov
- (3) Reklamné kampane budú zoradené vzostupne od najnižšej bodovej hodnoty po najvyššiu. Na shortlist postúpi každá práca, ktorá prekročí minimálnu hranicu 50 bodov a zároveň bude v prvej 3/5 prác, ktoré získali najviac bodov.
- (4) Ak niektorý z členov poroty neodovzdá úplne vyplnený hodnotiaci formulár, nestihne termín odovzdania alebo inak poruší tento štatút, znižuje sa tým kvórum poroty o tohto člena poroty a uvedený člen poroty nemôže byť pre ďalší ročník súťaže navrhnutý za člena poroty.

## Čl. 12

### Hodnotenie v druhom kole

- (1) Prihlasovateľ, ktorého práca postúpila na shortlist, môže odprezentovať svoju prácu pred porotou na jej verejnom stretnutí, pričom na prezentácii musí odprezentovať všetky časti briefu. Na prezentáciu má vyhradený čas 15 minút a porotcovia majú priestor na kladenie otázok 10 minút. Porotca druhého kola nemôže prezentovať prihlášku ako zástupca prihlasovateľa a rovnako sa nemôže zapojiť do diskusie a byť ku kampani dotazovaný. Poradie prezentácii jednotlivých prác bude podľa poradia jednotlivých kategórií definovanom v 1. bode tohto štatútu.
- (2) Členovia poroty pre druhé kolo najskôr o shortlistovaných kampaniach diskutujú na osobnom stretnutí a následne hodnotia shortlistované reklamné kampane samostatne prostredníctvom elektronického hlasovacieho systému. Hodnotiace kritériá, ich váha a bodová škála sú totožné ako v prvom kole hodnotenia.
- (3) Po odhlasovaní všetkými porotcami budú výsledky jednotlivých reklamných kampaní v druhom kole spracované nasledovným postupom:
  - a) Pri každej reklamnej kampani vylúči najnižšie a najvyššie hodnotenie a sčíta absolútnu hodnotu hodnotení.
  - b) Zoradí reklamné kampane vzostupne od najvyššej bodovej hodnoty po najnižšiu.
- (4) Výsledky predloží výkonný riaditeľ KRAS porote priamo na jej zasadnutí, kde ďalej prebehne diskusia o jednotlivých kampaniach. Porotca sa ku kampani, v ktorej je v konflikte záujmu diskusie nezúčastňuje. Diskusie sa zúčastňuje iba ak zodpovedá otázky ostatných členov poroty.
- (5) Po diskusii porota hlasuje nadpolovičnou väčšinou o udelení Zlatých, Strieborných a Bronzových EFFIE®, samostatne pre každú kategóriu, pričom ocenené môžu byť 2/5 z prihlásených prác.
- (6) Porota môže na návrh jedného zo svojich členov posunúť prácu v celkovom poradí o jednu pozíciu vyššie alebo nižšie, ak s tým súhlasí dvojtretinová väčšina porotcov. Každý porotca má právo predložiť len jeden návrh na zmenu v poradí.



- (7) Po rozhodnutí o udelení Zlatých, Strieborných a Bronzových EFFIE®, porota pristúpi k rozhodovaniu o udelení, resp. neudelení Grand EFFIE®. Cena je udelená najlepšiemu reklamnému dielu s prihliadnutím na jeho mimoriadnu úroveň efektivity. Grand EFFIE® je možné udeliť práci, ktorá získala Zlatú EFFIE®, ak s tým súhlasí dvojtretinová väčšina porotcov.
- (8) Konečné výsledky hlasovania poroty o jednotlivých oceneniach sú tajné až do ich slávnostného vyhlásenia. Po slávnostnom vyhlásení výsledkov sa na internetovej stránke EFFIE® a/alebo KRAS zverejní zoznam všetkých reklamných kampaní, ktoré získali shortlist alebo niektoré z ocenení vrátane kompletného Briefu o efektívite.
- (9) Ak v čase posudzovania kampane pred porotami sa preukáže skutočnosť, že prihláška reklamnej kampane nespĺňa náležitosti podľa Čl. 9 ods. 1 alebo sa preukáže skutočnosť podľa Čl. 9 ods. 4 písm. b) až d) alebo porota zistí iné možné porušenie tohto štatútu súťaže EFFIE®, porota vráti predmetnú prihlášku na opätovné posúdenie dozornému výboru, ktorý do troch dní rozhodne o tom, či vylúči túto prihlášku z posudzovania porotou alebo vráti prihlášku porote na posúdenie.
- (10) Všetky rozhodnutia poroty o udelení ocenenia sú konečné bez možnosti podania protestu alebo iného opravného prostriedku.

### Čl. 13

#### Poplatok za prihlásenie reklamnej kampane

- (1) Výška poplatku (bez DPH) za prihlásenie reklamnej kampane do súťaže EFFIE® je určená pre rok 2020 v závislosti od počtu prihlasovateľov nasledovne:

UZÁVIERKA DDL 4. 11. 2020	Agentúra + Klient	Agentúra + Klient + ďalší subjekt	Agentúra + Klient + 2 ďalšie subjekty	Agentúra + Klient + 3 ďalšie subjekty
PRVOPRIHLASOVATEĽ (1. práca)	250 €	350 €	450 €	550 €
SMALL BUDGET	350 €	490 €	630 €	770 €
KRAS	400 €	560 €	720 €	880 €
NEKRAS	500 €	700 €	900 €	1100 €

- (2) Pre subjekty, ktoré prihlasujú reklamnú kampaň do súťaže EFFIE® historicky po prvý raz, predstavuje výška poplatku za prvú prihlásenú prácu 50% z pôvodnej sumy v závislosti od termínu doručenia prihlášky. Zľava platí len pre jednu prácu. Zľava sa neuplatní ak prácu prihlasuje konzorcium a v konzorciu prihlasovateľov danej reklamnej kampane sa nachádza subjekt, ktorý sa v minulosti už zúčastnil súťaže EFFIE.
- (3) Pre agentúry, ktoré sú členmi KRASu je poskytnutá zľava 20% z výšky základných poplatkov za všetky prihlásené práce.
- (4) Pre kampane v kategórii Small budget je poskytovaná zľava 30% z výšky základného poplatku.
- (5) Zľavy nie je možné kombinovať. V prípade, že má prihlasovateľ právo na viaceré zľavy súčasne, platí, že mu bude poskytnutá tá najvyššia z nich.





- (6) Platba poplatku musí byť pripísaná na účet vyhlasovateľa súťaže KRAS TRADE, spol. s r.o., číslo bankového účtu 2945001538/1100 (IBAN: SK14 1100 0000 00294 500 1538) najneskôr do 24 hodín pred odoslaním podkladov na hodnotenie porotcom výkonným riaditeľom KRAS.
- (7) O povinnosti uhradiť poplatok informuje prihlasovateľov výkonný riaditeľ KRAS zaslaním faktúry.
- (8) Ak ani na základe informácie výkonného riaditeľa KRAS podľa odseku 6 nebude poplatok za prihlásenie včas uhradený, prihlásená reklamná kampaň nebude zaradená do posudzovania porotcami.

**Tretia časť**  
**ZÁVEREČNÉ USTANOVENIA**

**Čl. 14**  
**Záverečné ustanovenie**

- (1) Štatút súťaže EFFIE® schvaľuje, mení, dopĺňa a zrušuje valné zhromaždenie KRAS.
- (2) Vyhlasovateľom súťaže je spoločnosť KRAS TRADE, spol. s r.o., so sídlom Šustekova 51, 851 04 Bratislava, IČO: 35 741 970.
- (3) Odborným garantom súťaže je Klub reklamných agentúr Slovenska, IČO: 31 745 474.

**Čl. 15**  
**Zrušovacie ustanovenie**

- (1) Zrušuje sa Štatút Súťaže EFFIE® Slovakia platný na území Slovenskej republiky pre ročník súťaže EFFIE® 2019.

**Čl. 16**  
**Platnosť a účinnosť**

- (1) Štatút nadobúda platnosť a účinnosť dňom jeho schválenia Valným zhromaždením KRAS.

\* \* \*

Schválené Valným zhromaždením Klubu reklamných agentúr Slovenska  
v Bratislave dňa 20. 10. 2020