

## NAČIN IZBORA OGLAŠEVALCA LETA 2015

Oglaševalec leta 2015 je:

- podjetje, ki je v preteklem koledarskem letu izstopalo predvsem z izvirnostjo in inovativnostjo svojega nastopa na trgu ter tako na svojevrsten način zaznamovalo leto 2015 v tržno-komunikacijskem smislu ali
- podjetje, katerega nastop na trgu zaznamuje strokovno, inovativno in izvirno delo na področju tržnega komuniciranja v daljšem časovnem obdobju, ki se odraža v presežkih in celostni odličnosti nastopa na trgu v preteklem koledarskem letu.

Izbiramo oglaševalca leta /podjetje/ in ne komunikacijske akcije. Pri predlaganju kandidatov naj se predlagatelji osredotočijo na tržno-komunikacijske aktivnosti podjetja, ki so potekale v koledarskem letu 2015.

**Pri predlaganju kandidatov za Oglaševalca leta upoštevajte tudi naslednja izhodišča / kriterije:**

1. kreativnost in konsistentnost komunikacijskih sporočil, ki se odražata v celostni komunikacijski odličnosti;
2. inovativnost pri doseganju ciljnih skupin (tudi pri uporabi medijev);
3. osvojene domače in mednarodne nagrade na področju oglaševanja in tržnega komuniciranja v koledarskem letu 2015 (SOF, Effie, Golden Drum, Sempl, Sporto, Diggitt, Cannes Lions, Eurobest, Euro Effie, LIAA, New York Festivals, Cresta, Golden Quill in druge);
4. strokovni prispevek k razvoju oglaševalske stroke (npr. aktivno vključevanje v dejavnosti SOZ in sorodnih stanovskih organizacij, posredovanje znanja v okviru izobraževalnih dogodkov s področja tržnega komuniciranja kot npr. SOF, MF, Dobro jutro, oglaševalci!, prispevek k oblikovanju in uveljavljanju visokih strokovnih in samoregulativnih standardov kot npr. sodelovanje v delovnih skupinah za oblikovanje dokumentov Dobre prakse, Slovenskega oglaševalskega kodeksa, medijskih valutnih raziskav ter pri njihovi implementaciji in predstavitev, strokovni prispevki / članki s področja oglaševanja in širše marketinga;
5. spoštovanje strokovnih in samoregulativnih standardov (Slovenski oglaševalski kodeks, dokumenti Dobre prakse, drugo).

**Izbor Oglaševalca leta se opravi v treh krogih:**

### **I. Prvi krog: Nominacija**

#### **I.1.**

**Pravico nominiranja** v prvem krogu imajo vsi člani SOZ s pravico glasovanja, kot jo opredeljuje Statut SOZ. Vsak član SOZ lahko predlaga enega kandidata. Člani SOZ ob upoštevanju izhodišč po lastni presoji predlagajo podjetje, za katerega ocenjujejo, da si zasluži naziv »Oglaševalec leta 2015«. Predlagatelji svoj predlog na predpisanem obrazcu kratko utemeljijo.

#### **I.2.**

**Pregled in dopolnitev kandidatur**

##### **1.2.1.**

Upravni odbor SOZ ima pravico, da na listo kandidatov **doda še do tri nominirance**.

##### **1.2.2.**

Iz pisarne SOZ prejete kandidature posredujejo nominiranim oglaševalcem v pregled in dopolnitev na predpisanem obrazcu (vsebinsko in strukturno poenotenje obrazložitve za preglednejše in informirano odločanje v 2. in 3. krogu izbora). K utemeljitvi pozovejo tudi nominirance, ki jih je predlagal Upravni odbor SOZ.

#### **I.3.**

Vsa nominirana podjetja, ki so kandidature potrdila, se uvrstijo v drugi krog izbora.

### **II. Drugi krog: Izbor finalistov**

#### **II.1. Glasovanje članov SOZ**

Vsi člani SOZ s pravico glasovanja, kot jo opredeljuje Statut SOZ, glasujejo za tri nominirance, pri čemer so jih dolžni razvrstiti na mesta od 1 do 3.

## II.2. Točkovanje:

- **Glasovi članov SOZ prinašajo naslednje število točk**
- ✓ Prvo mesto 30
- ✓ Drugo mesto 20
- ✓ Tretje mesto 10
  
- **Nagrade prinašajo naslednje število točk:**
- ✓ Zlati Effie Slovenija\* in katerikoli Euro Effie 40
- ✓ veliko priznanje in znamka leta SOF, Golden Drum Grand Prix, srebrni Effie\* 30
- ✓ zlato priznanje SOF, Golden Drum, bronasti Effie\* 20
- ✓ srebrno priznanje SOF, Silver Drum 15
- ✓ vse ostale domače in tuje nagrade se točkujejo od 20 točk navzdol (najvišje priznanje torej prinaša 20 točk, drugo najvišje priznanje 15 in tretje 10 točk).

*\*Upoštevajo se nagrade Effie Slovenija 2014 (bronaste, srebrne in zlate), ki so bile podeljene v okviru SOF 2015, marca 2015 v Portorožu.*

**Točke iz naslova glasovanja članov SOZ prinašajo 50% in točke iz naslova osvojenih nagrad 50%.** Nato se na podlagi končnega seštevka točk vseh nominiranih kandidatov izračunajo ponderji. Ponder za kandidata z najvišjim seštevkom znaša 100, za ostale pa se le-ta izračuna kot relativni odnos med najvišjim seštevkom in doseženim seštevkom posameznega kandidata. **V tretji, zaključni krog izbora se uvrsti tistih pet kandidatov, ki imajo najvišje število točk.**

### II.3.

Finaliste pisarna SOZ pozove, da ponovno pregledajo in potrdijo pisno utemeljitev kandidature po zaključenem 1. krogu izbora. Priporočljivo je, da dodajo zaključek, v katerem povzamejo ključne elemente utemeljitve ter po lastni presoji dodajo druge aktivnosti na področju marketinga, ki niso neposredno predmet opredeljenih kriterijev, so pa relevantni za dokazovanje marketinške usmerjenosti podjetja. Utemeljivti priložijo ključne kreativne rešitve /vizualne elemente/ najpomembnejših tržno-komunikacijskih aktivnosti v letu 2015 v e-obliki.

## III. Tretji krog: Izbor

### III.1. Komisija

Komisija zaključnega kroga izbora ima osem članov: predsednik Slovenskega združenja oglaševalcev (SZO) oziroma drug predstavnik združenja, ki ga predsednik pooblasti ter še dva predstavnika SZO, ki jih imenuje Upravni odbor SZO, predsednik Slovenskega združenja medijev (SZM) oziroma drug predstavnik združenja, ki ga predsednik pooblasti, predsednik Slovenskega združenja oglaševalskih agencij (SZOA) oziroma drug predstavnik združenja, ki ga predsednik pooblasti, predsednik Oglaševalskega razsodišča (OR) oziroma drug član OR, ki ga predsednik pooblasti in predsednik Upravnega odbora SOZ oziroma drug član UO SOZ, ki ga predsednik pooblasti ter predsednica Društva za marketing Slovenije med nominiranci, ki so se uvrstili v 3. krog izbora, izberejo »Oglaševalca leta«.

Člani komisije se pri ocenjevanju izločajo pri tistih nominirancih, pri katerih so osebno vpleteni, oziroma, če se želijo iz katerega koli drugega razloga sami izločiti iz ocenjevanja.

### III.2. Glasovanje / Ocenjevanje komisije

Člani komisije na podlagi utemeljitev kandidatur vsakega finalista ocenijo po kriterijih kot so opredeljeni v Načinu izbora Oglaševalca leta za leto 2015. Pri ocenjevanju ima vsak član Komisije pravico glasovanja s točkami 10, 8, 6, 4, 2 ali nič (isto število točk vsak član komisije lahko dodeli le enemu finalistu).

Na podlagi osvojenega števila točk iz naslova ocenjevanja komisije se izračunajo ponderji.

Ponder za finalista z najvišjim seštevkom znaša 100, za ostale pa se le-ta izračuna kot relativni odnos med najvišjim seštevkom in doseženim seštevkom posameznega kandidata.

### III.3. Izbor zmagovalca

Zmagovalec se določi na podlagi točkovanja po treh kriterijih:

- Glasovanje članov SOZ 20%

Upošteva se število točk po zaključenem 2. krogu izbora, nato se izračunajo ponderji; ponder za finalista z najvišjim seštevkom znaša 100, za ostale pa se le-ta izračuna kot relativni odnos med najvišjim seštevkom in doseženim seštevkom posameznega kandidata.

➤ Osvojene nagrade 50%

Upošteva se število točk, ki jih je nominiranec zbral iz naslova osvojenih nagrad po sistemu točkovanja, kot je opredeljen v točki II.2. Nato se izračunajo ponderji; ponder za finalista z najvišjim seštevkom znaša 100, za ostale pa se le-ta izračuna kot relativni odnos med najvišjim seštevkom in doseženim seštevkom posameznega kandidata.

➤ Ocenjevanje komisije 30%

Upošteva se število točk / ponder, kot je opredeljen v točki III.2.

**Nagrado prejme podjetje z najvišjim seštevkom točk. Komisija je dolžna pripraviti kratko pisno utemeljitev nagrade.**

**III.4.**

- Nagrada »Oglaševalec leta« za leto 2015 se podeli na Zaključni prireditvi s podelitvijo nagrad 25. SOF.

**III.5.**

Oglaševalec leta pridobi pravico do uporabe vizualne oznake "Oglaševalec leta 2015", ki jo lahko uporablja do podelitve nagrade Oglaševalec leta 2016.

***Način izbora Oglaševalca leta 2015 je predlagalo Slovensko združenje oglaševalcev, potrdil pa Upravni odbor SOZ na seji 17. 12. 2015.***

**Okvirna časovnica izbora**

***Prvi krog***

- nominacija 8. – 19. 1. 2016
- širše utemeljitve nominirancev 20. – 29. 1. 2016

***Drugi krog***

- glasovanje članov SOZ 2. – 10. 2. 2016
- pregled / dopolnitev utemeljitev finalistov 12. – 25. 2. 2016

***Tretji krog***

- izbor zmagovalca / seja komisije do 18. 3. 2016

***Podelitev nagrade***

8. 4. 2016 na 25. SOF-u v Portorožu