

## RADOŠĀS IZCILĪBAS FESTIVĀLS ADWARDS

### Nolikums

#### 1. Darbu iesniegšanas kārtība, izmaksas un kategorijas

##### 1.1. Iesniegšanas kritēriji

- 1.1.1. Radošās izcilības festivālā ADWARDS var piedalīties jebkurš radošs darbs, kas iekļaujas festivāla kategorijās un ir realizēts noteiktā laika posmā.
- 1.1.2. Reģistrējot savu dalību festivālā, konkursants apstiprina, ka ir iepazinies ar šiem noteikumiem
- 1.1.3. Festivālam kvalificējas tikai realizēti darbi. Koncepti un idejas netiks vērtēti.
- 1.1.4. Darbiem jābūt realizētiem laika posmā no 2021. gada 31. marta līdz 2022. gada 30. jūnijam.
- 1.1.5. Darbi jāiesniedz tikai caur pieteikšanās platformu, kas izvietota mājaslapā [www.adwards.lv](http://www.adwards.lv), pieteikumi citādā veidā (e-pastā, sociālajos tīklos u.c.) netiek uzskatīti par iesniegtiem.
- 1.1.6. Darbus, kuri vērtējami vairākās kategorijās, jāiesniedz katrā kategorijā kā atsevišķu pieteikumu.
- 1.1.7. Darbiem jābūt radītiem Latvijā vai Latvijas autoru vadībā.
- 1.1.8. Festivālā var piedalīties gan fiziskas personas, gan juridiskas personas.

#### 2. Izmaksas

- 2.1. Pieteikumu iesniegšana festivālam norisinās divos posmos, divu mēnešu garumā.
- 2.2. Pirmajā posmā katrs iesniegtais pirmais darbs ir bez maksas, bet katrs nākamais – 100 eiro plus pievienotās vērtības nodoklis.
- 2.3. Fiziskas personas – individuāli radošie, pirmā posma laikā var iesniegt pirmos divus darbus bez maksas.
- 2.4. Otrajā posmā katrs iesniegtais darbs ir 130 eiro plus PVN.
- 2.5. Darbu iesniegšana kategorijā “Young Creative” ir bez maksas un neierobežotam pieteikumu skaitam visu pieteikumu iesniegšanas laiku.
- 2.6. Pēc darba iesniegšanas un apstiprināšanas pieteikumu platformā, biedrība “Latvian Art Directors Club” sagatavo rēķinu un nosūta to uz pieteikumā norādīto e-pasta adresi. Tiešsaistē norēķināties nav iespējams.
- 2.7. Pieteikumi, uz kuriem attiecas izmaksas, bet par kuriem maksājums nav veikts, netiek vērtēti.

### 3. Kategorijas

#### **A Integrētās kampaņas**

- A1 Produkti, pakalpojumi, tēls
- A2 Korporatīvā sociālā atbildība, labdarība un sociālā reklāma

#### **B TV & radio**

- B1 TV un Kino. Produkti, pakalpojumi, tēls
- B2 TV un Kino. Korporatīvā sociālā atbildība, labdarība un sociālā reklāma
- B3 Animācijas, VFX & 3D Craft
- B4 Korporatīvie video
- B5 Tiešsaistes video
- B6 Film Craft
- B7 Radio
- B8 Sound Craft

#### **C Interaktīvie un digitālie risinājumi**

- C1 Digitālās kampaņas
- C2 Tiešsaistes lapas
- C3 Banneri, rich media
- C4 Mobilās aplikācijas
- C5 Sociālo mediju komunikācija
- C6 Citi digitālie risinājumi

#### **D Print Art & Design Craft**

- D1 Grafiskā komunikācija. Drukātie reklāmas materiāli (plakāti, tiešais pasts, ielūgumi, apsveikumu kartītes, datu vizualizācija u.c.) Kategorijā tiek vērtēta dizaina meistarība.
- D2 Izdevniecība. Grāmatas, žurnāli, katalogi, korporatīvie izdevumi, gada pārskati, kalendāri u.c.
- D3 Zīmola vizuālā identitāte
- D4 Ilustrācija
- D5 Fotogrāfija
- D6 Iepakojumu dizains
- D7 Telpas un pieredzes dizains.

#### **E Preses un vides reklāma**

- E1 Vides reklāma. Produkti, pakalpojumi, tēls
- E2 Vides reklāma. Korporatīvā sociālā atbildība, labdarība un sociālā reklāma
- E3 Preses reklāma

#### **F Zīmola stāsts**

- F1 Jauns zīmols. Jauna zīmola radošais koncepts, nosaukums, zīmola stāsts, vizuālā identitāte, komunikācija.
- F2 Zīmola atjaunināšana (rebrand). Esoša zīmola atjaunināšana vai pilnīga pārveidošana. Stāsts sevī ietver radošo konceptu, jaunu identitāti, komunikāciju, vai tikai dažus no minētajiem elementiem.

### ***G Sabiedriskās attiecības***

- G1 Korporatīvā komunikācija un reputācija. Kampanas, aktivitātes organizāciju un uzņēmumu zīmola atpazīstamības un ilgtermiņa reputācijas veicināšanai.
- G2 Consumer Relations. Produktu un pakalpojumu kampanas, aktivitātes B2C segmentam.
- G3 Korporatīvā sociālā atbildība un ilgtspēja. Uzņēmumu un organizāciju programmas, kas iekļauj sociālos un vides apsvērumus, rīkoties ētiski, veicināt ekonomisko attīstību un uzlabot dzīves kvalitāti sabiedrībā.
- G4 Iekšējā komunikācija. Kampanas, aktivitātes organizāciju un uzņēmumu biedriem un darbiniekiem.

### ***H Netradicionālā komunikācija***

- H1 Netradicionālā komunikācija

### ***I Pasākumi un sponsorēšana***

- I1 Pasākumi un sponsorēšana

### ***J Branded Content & Entertainment***

- J1 Branded Content & Entertainment. Zīmola satura radīšanas process un tā integrācija oriģinālajā zīmola vēstījumā. Kā zīmols strādā individuāli, radot saturu pats vai cik veiksmīgi tas tiek integrēts eksistējošā formātā, sadarbojoties ar medijiem u.c., lai attīstītu un radītu publikai izklaidējošu, uztveramu un saistošu saturu.

### ***K Radošās izcilības eksports***

- K1 Radošās izcilības eksports. Latvijas autoru vadībā tapuši darbi, kas paredzēti ārvalstu klientiem un auditorijām, vai sadarbojoties ar ārvalstu aģentūrām.

### ***L Young Creative***

- L1 Young Creative. Bezmaksas kategorijā darbus iesniedz jaunie radošie talanti līdz 28 gadu vecumam. Kvalificējas reklāmas, grafiskā un digitālā dizaina, realizētie vai potenciālie projekti. Kategoriju vērtēs LADC skolas pasniedzēju īpašā žūrija. Nedrīkst iesniegt darbus, kuros konkursa dalībnieks ir bijis viens no izpildītājiem lielākas radošās grupas ietvaros.

## **4. Formātu specifikācijas**

- 4.1. Video – kādā no video straumēšanas platformām augšuplādēts video, pieteikuma platformā norādot saiti uz to. Video nedrīkst saturēt nekādu informāciju par iesniedzēju. Vēlams darbu iesniegt no anonīma vai privāta konta, lai nebūtu redzams iesniedzējs.
- 4.2. Attēli – katram pieteikumam līdz 8 attēliem. Maksimālais platums 2048px, rezolūcija 72dpi, faila izmērs līdz 5MB.
- 4.3. Drukātie materiāli un materiālu paraugi – produktu paraugi to reālajā izpildījumā, un/vai planšetes A2 vai A3 formātā. Paraugi jāiesniedz transportēšanai draudzīgā iepakojumā, uz pieteikuma norādot pieteicēja nosaukumu un pieteikuma numuru, kas uzģenerēts

pieteikšanās sistēmā. Ja nepieciešams materiālu pēc konkursa saņemt atpakaļ, tas jānorāda uzreiz sūtot, pretējā gadījumā darbi var netikt atdoti.

## **5. Autortiesības**

- 5.1. Iesniegtā darba visas iesaistītās puses (klients, izpildītājs u.c.) savstarpēji vienojas par iesniegtā darba autorību un balvas saņēmēju.
- 5.2. Iesniegtie materiāli pēc konkursa rīkotāju ieskatiem turpmāk var tikt uzglabāti LADC arhīvā un izmantoti tikai un vienīgi nekomerciāliem un izglītojošiem mērķiem.

## **6. Darbu vērtēšana**

### **6.1. Žūrijas darba organizēšana**

- 6.1.1. Festivālā iesniegtos darbus vērtē starptautiska žūrija 10 cilvēku sastāvā.
- 6.1.2. Žūrijai ir prezidents, kurš vada darbu vērtēšanu. Žūrijas prezidentam ir dubultā balss Grand Prix vērtēšanas gadījumā.
- 6.1.3. Žūrija tiek atlasīta pēc objektīviem kritērijiem. Tajā nedrīkst būt pārstāvēts vairāk kā viens konkrētas aģentūras pārstāvis, neatkarīgi no tā, vai aģentūra darbojas Latvijā, vai ir ārvalstīs. Visi žūrijas locekļi ir jau piedalījušies žūrijas darbā citos konkursos, vai arī saņēmuši balvas citos starptautiskos konkursos.
- 6.1.4. Žūrijas darbs norisinās trīs posmos:
  - 1) priekšatlase jeb Shortlist,
  - 2) zelta un sudraba godalgoto darbu atlase,
  - 3) Grand Prix noteikšana.

### **6.2. Priekšatlase (shortlist)**

- 6.2.1. Pirmajā vērtēšanas posmā visi žūrijas locekļi izvēlas darbus, kuri tālāk cīnīsies par zelta un sudraba godalgām. Vērtēšanas darbs ir individuāls, tas norisinās tiešsaistē un tiek veikts festivāla darbu vērtēšanas platformā.
- 6.2.2. Priekšatlases posmā iekļaujamo darbu skaits nav ierobežots.
- 6.2.3. Tikai priekšatlāsē izvēlētie darbi turpina dalību konkursā un cīņu par sudraba un zelta godalgām, un Grand Prix.

### **6.3. Zelta un sudraba godalgotie darbi**

- 6.3.1. Priekšatlases kārtu izturējušie darbi piedalās nākamajā kārtā, kur žūrijas grupas, kopīgi izvērtējot darbus, piešķir sudraba un zelta ordeņus.

### **6.4. Grand Prix**

- 6.4.1. Darbi, kuri ieguvuši zelta ordeņus, turpina dalību nākamajā kārtā, kur žūrijas grupu prezidenti izvērtē, vai kāds darbs pretendē uz Grand Prix.
- 6.4.2. Grand Prix piešķiršana nav obligāti noteikta.

## 6.5. Vērtēšanas kritēriji

- 6.5.1. Festivāla darbu vērtēšanā tiek ņemta vērā idejas oriģinalitāte, koncepcijas ietvars, radošais izpildījums jeb craft.
- 6.5.2. Darbus vērtējot, tiem tiek piešķirti punkti:
- Shortlist – 0,5 punkti
  - Sudraba ordenis – 3 punkti
  - Zelta ordenis – 5 punkti
  - Grand Prix – 20 punkti
- 6.5.3. Viens pieteikums var nopelnīt vienu punktu skaitu.
- 6.5.4. Ja vienu darbu iesniedz vairāki iesniedzēji ar vienu pieteikumu, pieteikums tiek uzskatīts par dalītu pieteikumu, un vērtēšanā punktu skaits tiek sadalīts proporcionāli starp iesniedzēju skaitu. Punktu skaits netiek dubultots vai palielināts par tik reizēm, cik pieteikumā norādīti partneri. Nav obligāta prasība norādīt pieteikumā visus projektā iesaistītos partnerus.
- 6.5.5. Ja vienu un to pašu darbu iesniedz dažādi iesniedzēji ar dažādiem pieteikumiem (piemēram, dizaineri iesniedz grāmatas koncepciju un skices, bet tipogrāfija atsevišķi nodrukāto izdevumu), punktus saņem katrs pieteikums atsevišķi.
- 6.5.6. Ja iesniegtais darbs iegūst sudraba vai zelta ordeni, tam summējas klāt arī shortlist iegūtais punktu skaits.
- 6.5.7. Iesniedzējs, kurš iegūvis summāri visaugstāko punktu skaitu par visiem tā iesniegtajiem un novērtētajiem darbiem, iegūst "Agency of the Year" titulu.

## 7. Citi noteikumi

- 7.1. Zelta un sudraba godalgu ieguvēji, kā arī "Shortlist" iekļautie darbi automātiski kvalificējas "Art Directors Club of Europe" konkursam "ADCE AWARDS". Dalības maksa "ADCE AWARDS" ir atkarīga no šī konkursa organizatoru noteikumiem.
- 7.2. Festivālā var tikt piešķirtas arī īpašas nominācijas un apbalvojumi no sadarbības partneriem.
- 7.3. Festivāla organizatoriem, biedrībai "Latvian Art Directors Club", ir tiesības mainīt vai papildināt festivāla "ADWARDS" nolikumu.

Jebkuru jautājumu vai neskaidrību gadījumā aicinām sazināties ar LADC:

Žanete Eglīte, LADC izpilddirektore

Mob: 28338033

E-pasts: [zanete@ladc.lv](mailto:zanete@ladc.lv)