

# EFFIE TÜRKİYE REKLAM ETKİNLİĞİ YARIŞMASI YÖNETMELİĞİ - 2017

## Açıklama

Reklamcılar Derneği ve Reklamverenler Derneği, 2014 itibarıyla, her yıl tekrarlanmak üzere Effie Türkiye Reklam Etkinliği Yarışması'nı düzenlemektedir. A.M.A. American Marketing Association ve Effie Worldwide Inc. (2011 sonrası) alınan lisansla yürütülen yarışmayla ilgili bilgiler ve kurallar aşağıda sunulmaktadır.

## AMAÇ VE KAPSAM

Reklamın amacı markaların pazarlama hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmaktır. Effie reklamın işlevini, pazarlama kaynaklarının etkili ve yararlı kullanımı olarak tanımlamakta ve desteklemektedir. Bu bağlamda yarışmanın temel amacı, ticari etkinliği yüksek, sonuç getiren reklam ve pazarlama iletişim kampanyalarını seçerek ödüllendirmektir. Reklam, pazarlama hedeflerine ulaşmadaki katkısı ve rolüyle değerlendirilmektedir.

Yarışmaya katılan kampanyalar, etkili pazarlama programı kapsamındaki disiplinler olan pazar araştırması, stratejik planlama, medya, yaratıcılık ve iş yönetimini başarıyla birleştirmelidir. Yaratım, yönetim ve marka oluşturmada ajans ve reklamverenin ortak hedefe yönelik işbirliğini göstermelidir.

## EFFIE 2017 YARIŞMA DÖNEMİ

Yarışmaya 01 Ocak 2016 - 01 Mart 2017 dönemi içinde yayınlanmış ulusal kampanyalar katılabilir. (Sürdürülebilir Başarı hariç) Katılan kampanyalar TV, basın, radyo, açık hava, sinema, internet mecralarından en az birinde yayınlanmış olmalıdır. Ayrıca doğrudan pazarlama, satış promosyonu, satış noktası etkinlikleri, halkla ilişkiler gibi diğer iletişim çözümlerini de içerilebilir.

## KATILIM KOŞULLARI

- 1- Effie Türkiye çoklu katılım olanağı sağlamaktadır. Çoklu katılım hem iletişimdeki yakınsamanın, hem de fikri mülkiyetin sektörümüz için taşıdığı önemin altını çizmektedir. Başvuran Ana Ajansın ve Reklamveren'in yanısıra 6 ajansa kadar ulaşabilen, katkıda bulunan ajanslar, Effie başvurusunda sahiplik iddiasında bulunabilir. Başvuran ana ajansın veya katkıda bulunan ajansların her birinin yaratıcı, medya, doğrudan pazarlama, etkinlik, PR gibi alanlardan olması mümkündür. Başvuran ana ajansın kim olacağına ilişkin karar, reklamveren'in mutabakatı ile oluşur.
- 2- Yarışma başvurusu, reklamveren ve reklam ajansınca ortaklaşa yapılır.
- 3- Yarışmaya başvurular sitede yüklenmiş PDF form ve izinler belgesi ile yapılır. Formda punto, vuruş sayısı kısıtlanmıştır, form üzerinde herhangi bir değişiklik yapılamaz. PDF formlar 4. Maddede belirtilen tarihler arasında effie@rd.org.tr adresine iletdikten sonra, aynı formun ajans/reklamveren yetkili imzasını içeren bir kopyası Reklamcılar Derneği İstiklal Cad. No: 203 K.1 34433 Beyoğlu adresine getirilir.
- 4- Başvuruların eki olan yaratıcı çalışmaların ıslak imzalı başvuru formuyla birlikte RD'ye iletilmesi gerekmektedir. Yaratıcı çalışmaların teknik spesifikasyonları "Yaratıcı Çalışmaların Teslimi" başlığı altındadır.
- 5- I. Katılım ücreti 17 Mart 2017'ye kadar 1.900 TL + KDV, II. Katılım ücreti 24 Mart 2017'ye kadar 2.000 TL + KDV ve III. ve son katılım ücreti 28 Mart 2017'ye kadar 2.300 TL + KDV'dir.
- 6- Yarışmaya son başvuru tarihi 28 Mart 2017'dir. 29 Mart tarihinden itibaren, hiçbir başvuru kabul edilmeyecektir.
- 7- Bir kampanya en fazla bir sektörel kategori ve bir özel kategoriye katılabilir. Aynı kampanyayla birden fazla özel kategoriye katılmak mümkün değildir.
- 8- Bir işin 2. Kategoriye başvuru katılım bedeli dönemindeki başvuru ücretiyle aynıdır.

- 9- Aynı iş ikinci bir kategoride yarışırken başvuru dosyasında değişiklik yapıldığında, bir uyarı notu ile formda durumun belirtilmesi gerekir.
- 10- Başvurularda tüm sorumluluk başvuran kuruluşa aittir.
- 11- Reklam Özdenetim Kurulu tarafından yanıtıcı bulunarak değiştirilmesi veya yayınlanmaması gerektiği sonucuna varılmış reklamlar yarışmaya katılamaz. Kurul kararına uygun biçimde değiştirilerek yarışma dönemi içinde yayınlanmış reklamlar düzeltilmiş oldukları biçimde yarışmaya katılabilirler. Herhangi bir şikayet veya ortaya çıkması durumunda, söz konusu Kurul tarafından yanıtıcı bulunan reklamın ödülü geri alınır.
- 12- Yarışmaya katılabilmek için, kampanyaların hedefleri açık ve net olarak tanımlanmalı; ulaşılan hedefler somut ve objektif verilerle desteklenmeli, araştırma sonuçlarının kaynağı belirtilmelidir.
- 13- Jüri katılımların doğru kategoride olup olmadığını belirleme ve gösterilen kaynakların doğruluğunu denetleme hakkına sahiptir.
- 14- Katılımcıların sitede yer alan İzinler Belgesini imzalayarak, ilgili yayın haklarını Effie Türkiye ile Effie Inc'e devretmesi beklenmektedir.
- 15- Başvuru sahiplerinin yarışma kurallarına titizlikle uymaları beklenir. Başvurunun diskalifiye olmasına neden olabilecek unsurlar [www.effieturkiye.org.tr](http://www.effieturkiye.org.tr) adresinde tanımlanmıştır.

## EFFIE ETKİLİLİK ENDEKSİ

Effie Etkililik Endeksi, dünya genelinde pazarlama iletişimi endüstrisinin en etkili ajanslarını, reklamverenlerini, markalarını saptamak amacıyla oluşturulmaktadır. Endeksin oluşumuna, dünya genelinde düzenlenen Effie yarışmalarında finalist olanlar ve ödül kazananlara ilişkin data temel teşkil etmektedir. Effie Türkiye Endeksine girebilmek için ön eleme aşamasını geçmiş olmak gerekmektedir.

## JÜRİ

- Jüri Reklamcılar Derneği üyesi 6 reklamcı, Reklamverenler Derneği üyesi 6 reklamveren, 2 pazar araştırmacısı, iletişim veya işletme fakültelerini temsilen 3 öğretim görevlisi, 1 halkla ilişkiler uzmanı olmak üzere 18 kişiden oluşur.
- Jüri başkanlığı, Reklamcılar Derneği ve Reklamverenler Derneği arasında dönüşümlü olarak yapılır. 2017 Jüri Başkanı Reklamcılar Derneği Başkanı Nil Bağcıoğlu'dur.
- Yarışma Yönetmeliği'nin uygulanmasından, değerlendirme çalışmalarının düzgün ve sağlıklı yürütülmesinden Jüri Başkanı sorumludur.
- Tüm jüri üyelerinin bir Gizlilik Beyanı'na imza atmaları istenerek, katılımcıların paylaştıkları bilgi ve belgelerin güvence altına alınması sağlanır.

## JÜRİNİN ÇALIŞMA SÜRESİ VE YÖNTEMİ

Değerlendirme İlkeleri

- Effie Türkiye jürisi 4 temel ölçüt üzerinde değerlendirme yapacaktır.
  1. Karşı karşıya bulunulan stratejik durum ve hedefler
  2. Temel Fikir
  3. Fikrin hayata geçirilmesi
  4. Elde edilen sonuçlar
- Yaratıcı çalışmanın değerlendirilmesi aşamasında, çalışmaların yaratıcı stratejiyle ne kadar örtüştüğü, tüm pazarlama çalışmasına katkısı, mesajın hedefinin nasıl tanımlandığı, kampanyanın parçalarının tek tek ve bütündeki etkisi göz önüne alınır.
- Bu ölçütlerle birlikte, reklamcılığın toplumsal sorumlulukları gereği, toplumsal ve kültürel değerlere saygı ve katkı, tüketicinin korunması, dürüst reklam gibi hususlar da önemle dikkate alınır.
- Jürinin kategoriler, yönetmelik maddeleri gibi konularda danışma gereği duyması halinde başvuracağı merci, moderatörlerdir.

## Değerlendirme Süresi ve Yöntemi

- Jüri, yönetmeliği gözden geçirmek ve değerlendirme sürecini netleştirmek amacıyla, ön değerlendirme tarihinden önce toplanır.
- Jürinin ön ve ana değerlendirme süreleri en az ikişer gün olmak üzere toplam dört gündür.
- Değerlendirme elektronik oylama ile yapılır. Jüri üyeleri puanlama öncesi aralarında görüş alışverişinde bulunabilir.
- Jüri üyeleri kendilerinin ve rakip ürünlerin işlerine, doğrudan bağlantıları olan işlere puan veremezler. Bu nedenle gerek görülürse, jüri üyeleri ikiye ayrılarak paralel oturumlarda değerlendirme yapabilirler.

## Ön Eleme

- Jüri, kategori ayırımına ve yaratıcı çalışmalara bakmaksızın, katılım sırasına göre düzenlenmiş vakaları hedef/sonuç başlıklarıyla değerlendirir.
- Jüri için ayrılmış mekanda, mekandan dışarı çıkarılmayan tablet bilgisayarlar 10 gün süreyle ilk tur okuma ve oylamaya hazır olarak bekletilir.
- Ön eleme için jüri üyeleri 1 – 0 (1 Geçer, 0 Kalır) ölçeğini kullanarak puan verir. Bir başvurunun aldığı toplam puan, -varsa- puanlamaya katılmayan Jüri üyesi/üyeleri dışındaki Jüri üye sayısına bölünür salt çoğunluğun geçer oyunu alan başvurular finale kalır.
- Jüri ön eleme sırasında gerek görürse sonuçların kanıtı olarak sunulan verilerin doğruluğunu denetler, denetletir.

## Finalistlerin Açıklanması

- Ön eleme sonuçları yarışmaya katılanlara mail yoluyla ve basın bülteni ile duyurulur.
- Ayrıca, diskalifiye edilen başvurular hakkında başvuruda bulunan ajans ve reklamverene bildirim yapılır.

## Final Değerlendirme

- Ön eleme çalışmaları ardından jüri final değerlendirme için toplanır.
- Finale kalan kampanyalar kategorilere ayrılarak tekrar incelenir ve Effie'de belirlenmiş puan baremlerine göre oylanır.
- Bu aşamada jüri üyeleri her katılımı hem pazarlama etkinliği, hem de yaratıcı uygulamalarıyla değerlendirir.
- “Karşı karşıya bulunulan stratejik durum + Hedefler = % 23.3”, “Fikir = % 23.3”, “Fikir’in hayata geçirilmesi (uygulama) = % 23.3”, “Elde edilen sonuçlar = % 30” ağırlıklı olmak üzere puanlama yapılır. Her kampanyanın puanları, Jüri üyelerince verilen puanların ağırlıklı ortalaması alınarak bulunur.
- Seçici Kurul üyeleri, değerlendirmelerini 5-100 ölçeğinde puan vererek yapar.
- Final değerlendirmede her kampanyanın aldığı toplam puan, -varsa- puanlamaya katılmayan jüri üyesi/üyeleri dışındaki jüri üye sayısına bölünür. Çıkan ortalama puan esas alınır.
- Her kategoride altın, gümüş ve bronz ödül verilir. Altın Effie için alt sınır 70, Gümüş Effie için 60 ve Bronz Effie için 50 puan olarak önerilmektedir, ancak jüri bu eşiklere ilişkin yeniden değerlendirme yapma hakkını saklı tutar. Bu kararın final değerlendirme başlamadan önce alınması tavsiye edilir.
- Eşit puan alan kampanyalar, puanlarının gerektirdiği ödülü alırlar. Eşitlik nedeniyle yeniden değerlendirme yapılmaz.

## Effie Briefi

- Brief giriş, iş stratejisi, pazarda genel durum, tüketici bilgileri/içgörüler, pazarlama iletişimi uygulamaları, sonuçlar ve etkinliğin ispatı konularını kapsar. Rekabet ortamını, kampanyanın amaç ve hedeflerini, sonucun kanıtlarını ayrıntılarıyla anlatır.

- Brief yazılırken PDF Katılım Formu'ndaki sayfa sınırlamasına sabit font büyüklüğüne uymak zorunludur. Formda belirtilen sayfa sayısını geçen briefler değerlendirmeye alınmaz. Grafikler metin içine gömülmeden ek dosya olarak verilmelidir.
- Brief'te yer alan kampanyanın amacı net olmalı, hedefine ulaştığını somut ve objektif kanıtlarla göstermelidir.
- Tüm veriler belirli bir kaynağa dayanmalıdır. Kaynak, reklamveren, ajans veya bağımsız araştırma şirketleri olabilir. Bağımsız araştırmalar, muhasebe kayıtları, sektörel araştırmalar ve diğerleri kaynak teşkil edebilir. Araştırmanın yapıldığı tarih, yarışma dönemi içinde olmalıdır. Yarışma jürisinin, verinin doğruluğunu belirtilen kaynaktan doğrulama hakkı vardır. Kaynak belirtilmeyen briefler yarışmaya katılamaz.
- Brief'ler açık, öz, net ve "marketing challenge" olarak adlandırılan, pazarlamada yüzleşilen güçlüğü ortaya koyucu biçimde kaleme alınmalıdır. Abartıdan uzak, okunması ve anlaşılması kolay biçimde hazırlanmalıdır. Katılım formlarındaki sayfa ve boşlukların dışına çıkılmamalıdır.
- Brief'te katılımcı ajansın ismi, şirketlerin ve markaların logoları, fotoğraf, resim ve diğer yaratıcı çizimler yer almamalıdır. Ancak, veriler grafik ve tablolarla ekte gösterilebilir. Araştırma tablolarında yaratıcı görsellerin yer almadığından emin olmak gerekir.
- Teknik açıklama gerektiren durumlarda bir açıklayıcı video sunulması mümkündür. Videonun müzik, animasyon gibi estetik unsurlardan arındırılmış olması, hiçbir biçimde vakayı anlatma çabası içinde olmaması gerekir. Azami süre 3 dakika ile sınırlıdır.

## ÖDÜLENDİRME

- Ödüller, reklamveren ve reklam ajansına birer adet verilir.
- Ödüller her kategoride Bronz, Gümüş ve Altın Effie sırasıyla verilir.

## SEKTÖREL KATEGORİ ÖDÜLLERİ

- 1- Otomotiv
- 2- Otomotiv Ürünleri ve Hizmetleri
- 3- Ulaşım-Kargo
- 4- Banka ve Kart Ödeme Sistemleri
- 5- Sigorta ve Finansal Hizmetler
- 6- Ev Temizlik ve Bakım Ürünleri
- 7- Kozmetik - Güzellik ve Kişisel Bakım Ürünleri
- 8- Sağlık ve Kişisel Korunma
- 9- Medya-Yayın
- 10- Telekomünikasyon
- 11- Turizm, Eğlence, Spor
- 12- Perakende
- 13- Moda Tekstil Aksesuar
- 14- Dayanıklı Eşya, Küçük Ev Aletleri, Züccaciye, Oyuncak
- 15- Elektronik Ürünler
- 16- Emlak Yapı Dekorasyon
- 17- Temel Gıda
- 18- Buzdolabı Atıştırmalıkları ve Dondurmalar
- 19- Tatlı / Tuzlu Atıştırmalıklar
- 20- İçecek
- 21- B2B Pazarlama
- 22- Sivil Toplum Kuruluşları

## ÖZEL ÖDÜLLER

Özel ödüller bölümünde sektörel kategori ayrımı yapılmaz.

Yarışmaya özel kategorilerde katılan bir kampanyanın, diğer bir sektörel kategoride yarışması mümkündür. Herhangi bir kampanya sektörel kategoriye katılmadan, sadece özel ödüllere katılabilir.

Ancak, her durumda 1 + 1 kuralı geçerlidir. Her bir kampanya en fazla bir sektörel kategori ve bir özel ödüle katılabilir.

Özel ödüllerde yalnızca Altın Effie verilir.

Özel Ödüller Bölümü'nde yer alan kategoriler şöyledir:

23- Markalı İçerik

24- Özgün Marka Yönetimi - Aktivasyonda Başarı

25- Topluluk Yönetiminde Başarı

26- Medyayı Yeniden Yaratanlar

27- Sürdürülebilir Başarı

28- İtibarla Büyüyenler

29- Taze Reklamverenler

30- Yeniden Doğanlar

31- Yerelde Fark Yaratanlar (Başvuruya, medya ajansından sadece yerelde yayınlandığına dair belge eklenmelidir)

32- Küçük Bütçeyle Büyük Başarı

33- Özel Günde Başaranlar

## GİZLİLİK

- Brieflerdeki bilgiler jüri üyelerince gizli tutulur. Brieflerin içeriği değerlendirme dışında hiç kimseyle paylaşılmaz. Değerlendirme sırasında özel not tutulmaz, reklam malzemeleri, Effie 'ye ait tablet bilgisayarlar, briefleri herhangi bir nedenle dışarı çıkarılmaz.
- Jüri üyeleri değerlendirme çalışmalarını öncesi gizlilik kuralına uyacaklarına dair yazılı olarak beyanda bulunur.
- Brieflerin ticari gizli bilgiler kapatılarak düzenlenmiş biçimi için reklamveren ve reklam ajansının yayın öncesi onayı alınır.
- İşbu Yönetmeliğin Fikri Mülkiyet Hakları maddesine uygun olarak, yarışmada ödül kazanan markaların başarı öyküleri yarışmayla ilgili yayınlarda kullanılabilir. Katılımcılar başvuru sırasında vakaların kitap veya e-kitap olarak yayınına ilişkin izni yazılı olarak verir.
- Tüm başvuru sahiplerinin, kampanyalarının kitaplaştırılması, yayınlanması ve kamuoyu ile bilgi paylaşılması için 2017 İzinler başlıklı dokümanı okuduğu ve kabul ettiği varsayılacaktır.

## FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI:

Katılımcı, yarışmaya katılım formunu imzalamakla, yarattığı/tasarladığı/vücuda getirdiği reklam ve/veya pazarlama iletişim kampanyasına ilişkin olarak, söz konusu kampanyayı oluşturan bilgi, belge, çizim, resim, müzik vesair her türlü öğenin FSEK kapsamında sahibi olduğunu veya eser sahiplerinden akdettiği/akdedeceği sözleşmeler çerçevesinde tüm bu bilgi ve belgelerin mali haklarını yer, süre, sayı sınırlaması olmaksızın devir aldığını ve Katılımcı olarak bu hakların sahibi olduğunu, buna göre de, Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun 21. maddesinde düzenlenen "İşleme Hakkı"nı, 22. maddesinde belirtilen "Çoğaltma Hakkı"nı, 23. maddesinde yer alan "Yayma Hakkı"nı, 24. maddesinde düzenlenen "Temsil Hakkı"nı ve 25. maddesinde yer alan "İşaret Ses ve/veya Görüntü Nakline Yarayan Araçlarla Umuma İletim Hakkı"nı kullanma hakkını bilabedel süre, yer, sayı ve muhteva itibarıyla gayrimahdut olarak Reklamcılar Derneği'ne ve Effie Inc'e devredeceğini beyan, kabul ve taahhüt etmiştir.

Katılımcı, reklam veya pazarlama iletişim kampanyasını oluşturan tüm bu bilgi, belge, çizim, resim, müzik dahil her türlü öğenin vücuda getirilmesinde emeği geçmiş tüm kişilerin, FSEK uyarınca doğmuş ve doğacak her türlü haklarının, Reklamcılar Derneği'ne geri dönülmez biçimde sorumludur. Katılımcı,

hak sahiplerinden veya üçüncü kişilerden gelebilecek her türlü hak ve/veya talepleri üstleneceğini, hukuki ve cezai takiplerden sorumlu olacaktır.

## YARATICI ÇALIŞMALARIN TESLİMİ

- Yarışmaya katılacak her kampanya için sitede yer alan PDF katılım formu doldurulur ve effie@rd.org.tr adresine iletilir. Ayrıca, aynı formun ıslak imzalı bir örneği ve yaratıcı çalışmalar Reklamcılar Derneği, İstiklal Cad. No: 203 K.1 Beyoğlu, adresine iletilir.
- Yaratıcı malzeme en fazla altı örnek ile sınırlı olarak teslim edilir. 6 örneği aşan durumlarda seçim rassal olarak yapılır.
- Her kampanyanın hangi kategoride yarışacağı katılma formu, katılma etiketi ve katılma zarfı üzerine ilgili kategori numarası yazılarak belirtilir.
- Katılımcılar, açıklama gerektiren kampanyalar için yaratıcı süsleme yapılmaksızın maksimum 3 dakika uzunluğunda teknik videolar hazırlayabilirler (bkz. Effie Brief'i başlığı altında Sayfa 4)
- Teslim edilen işlerin kalite ve izlenilirliğinden başvuru sahipleri sorumludur.
- Yaratıcı malzeme teslim şartları aşağıdadır:

## Televizyon - Sinema

TV & Sinema filmleri flash disk ortamında; filmin tamamını; başında ve sonunda siyah olmayacak şekilde 1920 x 1080 piksel Quicktime Apple Pro Res Codec 4:2:2, 48kHz 16bit Stereo ses olarak teslim edilir.

Başvurulan filmlerin aynı sayıda ve aynı filmler olarak 1920x1080 piksel Quicktime MP4 formatında maksimum 100 megabayt izleme kopyası teslim edilir.

## Basın

Gazete/dergi ilanları, flash disk ortamında; dosya boyutu 20MB'ı aşmayacak şekilde RGB JPEG formatında kreatif çalışma (Yatay görsellerde maksimum 1920px en, dikey görsellerde maksimum 1920px boy). Birden fazla başvuru aynı flash disk ortamında vak'a adı belirtilerek kaydedilebilir.

## Açık hava

Açık hava reklamları, Dosya boyutu 20MB'ı aşmayacak şekilde RGB JPEG formatında kreatif çalışma (Yatay görsellerde maksimum 1920px en, dikey görsellerde maksimum 1920px boy) ile uygulama fotoğraf(lar)ı flash disk'de teslim edilir.

## Radyo

Radyo reklamları, MP3, 256 Kbps, Stereo formatında başvurunun ses dosyası flash disk'de teslim edilir.

## Internet

Kurumsal web siteleri, mikro siteler ve advergamelere linki, uygulamalar yayında değilse test linki verilir. Online reklamlar yayındaysa doğrudan linki, değilse örnek bir sayfaya uygulamak suretiyle linki verilir. Bahsi geçen uygulamalar PC platformunda çevrimdışı (off-line) olarak, sorunsuz çalışabilecek nitelikte, flash disk'e kaydedilerek teslim edilir.

## DİSKALİFİYE NEDENLERİ

Aşağıdaki durumların mevcut olduğu başvurular diskalifiye edilecek ve başvuru ücretleri geri verilmeyecektir.

- **Referansı olmayan veri**

Başvuru formunun herhangi bir bölümünde kullanılan tüm veri ve savlar spesifik, kanıtlanabilir kaynağa sahip olmalıdır. Kaynak gösterilmeksizin veri kullanılması başvurunun jüri tarafından doğrudan diskalifiyeye sebep olacaktır.

Tüm kanıtlar mümkün olduğunca kesin dokümente edilmelidir. Veri kaynakları, ilgili araştırmalar ve kapsanan zaman dilimi sunulmalıdır. Effie katılımına uygunluk için belirtilen dönem tüm sonuçların tarih belirtilerek kullanılmasını elzem kılmaktadır.

- **Ajans isimleri / logoları**

Effie ajanslara eşit mesafede duran bir yarışmadır; jüri tarafından değerlendirme aşamasında kullanılacak herhangi bir yazılı doküman, yaratıcı malzeme vb (başvuru formu, medya eki, kreatif video, kreatif görseller) ile ajans isimleri yer almamalıdır.

- **Effie katılım kurallarına uymama**

Vakalarda sunulan veri, kampanya kapsamı Türkiye’de uygulanmalı, Türkiye pazarı için olmalıdır. Yarışma dönemi 01 Ocak 2016 - 01 Mart 2017 tarihleri arasındadır. Bu tarih aralığı için istisnalar “Sürdürülebilir Başarı” kategorisidir. Projenin Effie yarışma döneminden önce hayata geçmiş olması veya sonrasında devam edecek olması başvuru için bir sorun teşkil etmese de, jüri üyelerine sunulan projenin Effie yarışma döneminde uygulanmış olması zorunludur. Jürinin değerlendireceği sonuçlar da Effie yarışma dönemine ait olmalı, ancak tarihsel bağlam kurulabilmesi için eskiye dayalı veri de dahil edilebilir. 01 Ocak 2016 - 01 Mart 2017 tarihinden sonra oluşan veri kullanılmamalıdır.

- “Sürdürülebilir başarı” kategorisinde sonuçların en az 01 Ocak 2014 tarihine kadar veya daha öncesine kadar geriye dönük uzanması gerekir.

- **Başvuruda Yer Alması Gerekenler Talimatlarına Uyma**

Başvuru formunun “Başvuruda Yer Alması Gerekenler” tablosuna uymayan başvurular diskalifiye edilecektir. Bu gereksinimler arasında font, renk, görsel unsurlar, soruları boş bırakma ve başvuru formunda herhangi bir bölümü çıkarma bulunmaktadır.

- **Tercüme eksikliği / Kreatif izleme kılavuzu**

Yabancı dilde üretilmiş olan tüm kreatif malzemenin tercümesi başvuru formunun sonuna eklenmelidir (kreatif malzemelerde altyazı kullanımı kabul edilir)