



effie

Türkiye

EFFIE TÜRKİYE 2025

NELER YENİ?



EFFIE TÜRKİYE 2025'TE NELER YENİ?

1. KATEGORİ DEĞİŞİKLİKLERİ

- 🏠 Yeni Kategoriler
- 🏠 İsim & Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler
- 🏠 Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler
- 🏠 İsim Değişikliği Yapılan Kategoriler

2. DİĞER DEĞİŞİKLİKLER

- 🏠 İzinler Belgesi içerik değişikliği
- 🏠 Başvuru sistemindeki değişiklikler



EFFIE TÜRKİYE 2025



KATEGORİ DEĞİŞİKLİKLERİ

YENİ KATEGORİLER



Tüm kategorilere ait detaylı açıklamalar için **Kategori Dokümanı**'ni inceleyebilirsiniz.

SEKTÖREL KATEGORİLER:

- 👉 Bebek Sağlığı ve Bakımı Ürünleri
- 👉 Buzdolabı Atıştırmalıkları, Dondurulmuş Gıda ve Dondurmalar

ÖZEL KATEGORİLER:

- 👉 Lansmanın Hakkını Verenler
- 👉 Mizaha Cesaret Edenler
- 👉 Promosyonu Etkili Kullananlar
- 👉 Taze Reklamverenler
- 👉 Ünlü & Tanınmış Kişi Stratejik İş Birlikleri



EFFIE TÜRKİYE 2025



KATEGORİ DEĞİŞİKLİKLERİ
İSİM & KATEGORİ AÇIKLAMASI
DEĞİŞİKLİĞİ YAPILAN KATEGORİLER



İsim & Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler



Tüm kategorilere ait detaylı açıklamalar için **Kategori Dokümanı**'nı inceleyebilirsiniz.

SEKTÖREL KATEGORİLER:

👉 Tatlı Tuzlu Atıştırmalıklar

2025 - Tatlı Tuzlu Atıştırmalıklar:

Bisküvi, kek, kraker, gofret, çikolata, çikolatalı ürünler, işlenmiş kuruyemiş, tatlı ve tuzlu çerezler, şekerleme, sakız vb.

2024 - Atıştırmalıklar:

Bisküvi, kek, kraker, gofret, çikolata, çikolatalı ürünler, işlenmiş kuruyemiş, tatlı ve tuzlu çerezler, şekerleme, sakız, hazır pudingler, sütlü tatlılar, buzdolabı tatlıları, çocuklara yönelik sütlü ürünler, dondurmalar vb.



EFFIE TÜRKİYE 2025



KATEGORİ DEĞİŞİKLİKLERİ

KATEGORİ AÇIKLAMASI





DEĞİŞİKLİĞİ YAPILAN KATEGORİLER



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

Tüm kategorilere ait detaylı açıklamalar için **Kategori Dokümanı**'ni inceleyebilirsiniz.

SEKTÖREL KATEGORİLER:

-  İçecek
-  Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri
-  Sağlık Destek Ürünleri
-  Temel Gıda

ÖZEL KATEGORİLER:

-  Küçük Bütçeyle Büyük Başarı
-  Reklamda Toplumsal Cinsiyet Eşitliği



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

SEKTÖREL KATEGORİLER:

İçecek

2025:

Su, meyve suları, gazlı içecekler, sıcak ve soğuk çaylar, iime hazır kahveler, ayran, kefir, aromalı sütler, fonksiyonel içecekler (sporcu, probiyotik, protein, kolajen vb.) enerji içecekleri gibi her tür meşrubat, karışım tozları vb. sıvı ve toz içecek formatlarını kapsar.

2024:

Su, meyve suları, gazlı içecekler, sıcak ve soğuk çaylar, iime hazır kahveler, **süt**, ayran, kefir, aromalı sütler, fonksiyonel içecekler (sporcu, probiyotik, protein, kolajen vb.) enerji içecekleri gibi her tür meşrubat, karışım tozları vb. sıvı ve toz içecek formatlarını kapsar.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

SEKTÖREL KATEGORİLER:

 Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri

2025:

Sabun, şampuan, tıraş bıçağı-köpükleri-jelleri, ağız ve diş bakım ürünleri, parfüm, kozmetikler, kolonya, deodorant, güneş koruyucu ürünler, kulak temizleme çubukları, yüz ve vücut losyonları-kremleri, her türlü makyaj, yüz ve vücut bakım ürünleri vb., **hijyenik ped.**

Not: Bebek bakım ürünleri için Bebek Sağlığı ve Bakımı Ürünleri kategorisini inceleyiniz.

2024:

Sabun, şampuan, tıraş bıçağı-köpükleri-jelleri, ağız ve diş bakım ürünleri, parfüm, kozmetikler, kolonya, deodorant, güneş koruyucu ürünler, kulak temizleme çubukları, yüz ve vücut losyonları- kremeleri, her türlü makyaj, yüz ve vücut bakım ürünleri vb.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

SEKTÖREL KATEGORİLER:

 Sağlık Destek Ürünleri

2025:

OTC ürünleri, prezervatifler, vitaminler, gıda takviyeleri, hijyen ürünleri ([maske vb.](#)), hasta bezleri vb. (Not: Eczane kanalıyla satılsa bile kişisel bakım ürünleri bu kategoriye değil, Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri kategorisine girer. [Hijyenik ped Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri kategorisine girer.](#) [Bebek bezi vb. bebek bakım ürünleri Bebek Sağlığı ve Bakımı Ürünleri kategorisine girer.](#))

2024:

OTC ürünleri, prezervatifler, vitaminler, gıda takviyeleri, [bebek bezleri](#), [ped](#) ve hijyen ürünleri, hasta bezleri vb. (Not: Eczane kanalıyla satılsa bile kişisel bakım ürünleri bu kategoriye değil, Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri kategorisine girer)



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

SEKTÖREL KATEGORİLER:

 Temel Gıda

2025:

Margarin, makarna, sıvı yağ, tereyağı, peynir, **süt**, şarküteri ürünleri, tavuk, balık, et, çorba, konserve, reçel, salça, sos, yoğurt, **ısıtmaya hazır yemekler** vb.

2024:

Margarin, makarna, sıvı yağ, tereyağı, peynir, şarküteri ürünleri, tavuk, balık, et, çorba, konserve, reçel, salça, sos, yoğurt, **bebek maması, probiyotik yoğurtlar, meyveli yoğurtlar, dondurulmuş ürünler**, vb.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler



ÖZEL KATEGORİLER:

 Küçük Bütçeyle Büyük Başarı

2025:

Kampanya bütçesi sınırlı olan başvurular içindir. Kampanya dönemi bütçesi (Tüm medya, aktivasyon ve **ünlü iş birlikleri** dahil yapılan tüm harcamaları dahil) **7.5 Milyon TL**'nin altında olan başvurulara açıktır. 360 derece bir kampanyanın parçası ile bu kategoride yarışmak mümkün değildir.

2024:

Kampanya bütçesi sınırlı olan başvurular içindir. Kampanya dönemi bütçesi (Tüm medya ve aktivasyon harcamaları dahil) 5 Milyon TL'nin altında olan başvurulara açıktır. 360 derece bir kampanyanın parçası ile bu kategoride yarışmak mümkün değildir.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

ÖZEL KATEGORİLER:

Reklamda Toplumsal Cinsiyet Eşitliği

2025 - Reklamda Toplumsal Cinsiyet Eşitliği:

Bu kategori, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin temelini oluşturan kalıp yargıları dönüştüren, ayrımcılık ve adaletsizliği olumlu yönde etkilemeye çalışan iletişim ve aksiyonları olan markalar içindir. Başvuran markanın sadece 8 Mart gibi özel günleri kutlama noktasında kalmaması, uzun soluklu ve toplumsal cinsiyete duyarlı bir iletişim stratejisine sahip olması beklenmektedir. **Buna konuyla ilgili yapılan iç iletişimler ve aksiyonlar da dahildir.**

Marka;

- Cinsiyetçi kalıpların dışına çıkma ve/veya çeşitliliği ve kapsayıcılığı iletişimde öne çıkarma,
- Kadınların ve erkeklerin farklı ihtiyaç ve önceliklerini temsil etme,
- Olumlu ve ilerici toplumsal cinsiyet temsillerini bilinçli olarak kullanma,
- Kadınların ve kız çocuklarının bakış açısını dahil etme,
- Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık ile mücadele etme cesaretini göstermelidir.

Projenin performans değerlendirmesinde toplumsal cinsiyet odaklı mesajlarının anlaşılabilirliği ve markanın ilerici ve gelişimi destekleyen tavrına yönelik skorlarındaki pozitif değişim toplumsal cinsiyet eşitliği gündemine pozitif katkı olarak değerlendirilir.



Kategori Açıklaması Değişikliği Yapılan Kategoriler

2024- Reklamda Toplumsal Cinsiyet Eşitliği:

Bu kategori, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin temelini oluşturan kalıp yargıları dönüştüren, ayrımcılık ve adaletsizliği olumlu yönde etkilemeye çalışan iletişim ve aksiyonları olan markalar içindir. Başvuran markanın sadece 8 Mart gibi özel günleri kutlama noktasında kalmaması, uzun soluklu ve toplumsal cinsiyete duyarlı bir iletişim stratejisine sahip olması beklenmektedir.

Marka;

Cinsiyetçi kalıpların dışına çıkma ve/veya çeşitliliği ve kapsayıcılığı iletişiminde öne çıkarma,

Kadınların ve erkeklerin farklı ihtiyaç ve önceliklerini temsil etme,

Olumlu ve ilerici toplumsal cinsiyet temsillerini bilinçli olarak kullanma,

Kadınların ve kız çocuklarının bakış açısını dahil etme,

Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık ile mücadele etme, cesaretini göstermeli ve bu cesarete karşılık pazarlama ve satış hedeflerine ulaşabilmiş olmalıdır.

Ayrıca toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini azaltma ve toplumsal cinsiyete dayalı kalıp yargıları dönüştürme amaçlı iletişim ve aksiyonları olan markalar bu yönde sağladıkları katkıyı net sonuçlarla göstermelidir.



EFFIE TÜRKİYE 2025



KATEGORİ DEĞİŞİMLERİ

İSİM DEĞİŞİKLİĞİ YAPILAN KATEGORİLER



İsim Değişikliği Yapılan Kategoriler

Tüm kategorilere ait detaylı açıklamalar için **Kategori Dokümanı**'nı inceleyebilirsiniz.

SEKTÖREL KATEGORİLER:

 Ev Dekorasyon / **Mobilya** / Züccaciye

(2024: *Ev Dekorasyon / Züccaciye*)

 **Konut** / İnşaat / Yapı Malzemeleri

(2024: *Emlak / İnşaat / Yapı Malzemeleri*)



EFFIE TÜRKİYE 2025



DIĞER DEĐİŐİŐİKLİKLER

İZİNLER BELGESİ İÇERİK DEĐİŐİŐİKLİĐİ



İzinler Belgesi İçerik Değişikliği

Effie Türkiye 2025 **İzinler Belgesi**'ni inceleyebilirsiniz.

2025:

1. Effie Türkiye 2025 Yarışmasına Katılım İzni
- 2. Kreatif İçerik Beyanı (YENİ)**
3. Effie Türkiye 2025 E-book Yayın İzni

2024:

1. Effie Türkiye 2024 Yarışmasına Katılım İzni
2. Effie Türkiye 2024 E-book Yayın İzni
- 3. Effie Türkiye 2024 İpsos Araştırmasına Katılım İzni**



KREATİF İÇERİK BEYANI:

Bu bölüm, Effie Türkiye 2025 yarışmasına katıldığınız kampanyanın aşağıdaki koşullara uygunluğunu belirtir.

- ✎ Reklam Özdenetim Kurulu tarafından yanılııcı bulunmadığını,
- ✎ Ticaret Bakanlığı Reklam Kururu tarafından ceza almadığını,
- ✎ Reklam Özdenetim Kurulu tarafından yanılııcı bulundu ve/veya Ticaret Bakanlığı Reklam Kururu tarafından ceza aldı ise, buna uygun şekilde düzeltildiğini belirtir.



EFFIE TÜRKİYE 2025



DIĞER DEĞİŞİKLİKLER

BAŞVURU SİSTEMİNDEKİ DEĞİŞİKLİKLER



Başvuru Sistemindeki Değişiklikler



1. KÜNYE EK BİLGİLER:

Global Effie Index sisteminde istenen **il, Ülke, Network& Holding** bilgileri Künye adımıda sisteme eklenmiştir.

Marka, Reklamveren, Başvuran Ana Ajans ve Katkıda Bulunan ajans künyelerinde bu bilgiler doldurulmalıdır.



Başvuru Sistemindeki Değişiklikler

MARKA:

İl: İl bilgisi yazın (Form başlangıçta İstanbul olarak açılmaktadır).

Ülke: Ülke bilgisi yazın (Form başlangıçta Türkiye olarak açılmaktadır).

Marka Adı *	Marka arayın	Marka Adı
Marka İli: *	İstanbul	
Marka Ülkesi: *	Türkiye	
Kampanya Adı: *	Kampanya Adı	
Kategori:	Sektörel Kategoriler	▼
Alt Kategori:	01. Banka ve Finans Kuruluşları	▼



Başvuru Sistemindeki Değişiklikler

REKLAMVEREN:

İl: İl bilgisi yazın (*Form başlangıçta İstanbul olarak açılmaktadır*).

Ülke: Ülke bilgisi yaz (*Form başlangıçta Türkiye olarak açılmaktadır*).

Network & Holding: Reklamverenin bağlı olduğu Network & Holding'i çoktan seçmeli listeden seçin.

- Eğer kurum ismi listede yok ise, en altta bulunan "**Yeni Network & Holding Ekle**" butonuna tıklayarak yeni network & holding ekleyebilirsiniz.
- Eğer reklamveren bir networke bağlı değilse **NON-NETWORK/BAĞIMSIZ** seçebilirsiniz.



Başvuru Sistemindeki Değişiklikler



REKLAMVEREN:

ÖRNEK 1:

Marka: Algida

Reklamveren: Unilever Türkiye

Network & Holding: Unilever

ÖRNEK 2:

Marka: TikTok

Reklamveren: TikTok

Network & Holding: NON-NETWORK/BAĞIMSIZ



Başvuru Sistemindeki Değişiklikler

REKLAMVEREN:

Reklamveren:

Reklamveren Adı *

Reklamveren arayın

Reklamverenin Adı

Adresi: *

Reklamverenin Adres bilgileri

İli: *

İstanbul

Ülkesi: *

Türkiye

Network & Holding: *

Network & Holding arayın

Network & Holding

Web Sitesi: *

NON-NETWORK/BAĞIMSIZ

Yetkili 1, Pozisyon: *

Aksoy Grup

Alterna Gıda

Anadolu Grubu

Arçelik A.S.

Bayer

Boyer K...

Yeni Network & Holding Ekle

Başvuran Ana Ajans:

Ajans Adı *

Ajansın Adı

Adresi: *



Başvuru Sistemindeki Değişiklikler

BAŞVURAN ANA AJANS & KATKIDA BULUNAN AJANS:

İl: İl bilgisi yazın (*Form başlangıçta İstanbul olarak açılmaktadır*).

Ülke: Ülke bilgisi yaz (*Form başlangıçta Türkiye olarak açılmaktadır*).

Bağlı olduğu Network: Reklamverenin bağlı olduğu Network'ü çoktan seçmeli listeden seçin.

- Eğer kurum ismi listede yok ise, en altta bulunan **"Yeni Network Ekle"** butonuna tıklayarak yeni Network ekleyebilirsiniz.
- Eğer reklamveren bir networke bağlı değilse **NON-NETWORK** seçebilirsiniz.

Bağlı olduğu Holding: Reklamverenin bağlı olduğu Holding'i çoktan seçmeli listeden seçin.

- Eğer kurum ismi listede yok ise, en altta bulunan **"Yeni Holding Ekle"** butonuna tıklayarak yeni Holding ekleyebilirsiniz.
- Eğer reklamveren bir holdinge bağlı değilse **BAĞIMSIZ** seçebilirsiniz.



Başvuru Sistemindeki Değişiklikler

BAŞVURAN ANA AJANS & KATKIDA BULUNAN AJANS:

ÖRNEK 1:

Ajans: McCann Istanbul

Network: McCann Worldgroup

Holding: Interpublic (IPG)

ÖRNEK 2:

Ajans: Rafineri

Network: NON-NETWORK

Holding: BAĞIMSIZ



Başvuru Sistemindeki Değişiklikler

BAŞVURAN ANA AJANS - NETWORK:

Başvuran Ana Ajans:		
Ajans Adı *	Ajans arayın	Ajansın Adı
Adresi: *	Ajansın Adres bilgileri	
İli: *	İstanbul	
Ülke: *	Türkiye	
Web Sitesi: *	Web Sitesi	
Bağlı Olduğu Network: *	Network arayın	Bağlı Olduğu Network
Bağlı Olduğu Ajans Holding: *	NON-NETWORK	Bağlı Olduğu Ajans Holding
Yetkili 1, Pozisyon: *	360i	
	72andSunny	
	AB InBev	
	Accenture Song	
	Ad Factors PR	
Katkıda Bulunan Ajanslar *	genişlemesini sağlayan/katkıda bulunan ajansları lütfen belirtiniz. (Maksimum 4 Adet)	
Ajans 1:		Ajans Adı
	Yeni Network Ekle	



Başvuru Sistemindeki Değişiklikler

BAŞVURAN ANA AJANS - HOLDİNG:

Başvuran Ana Ajans:

Ajans Adı *

Adresi: *

İli: *

Ülke: *

Web Sitesi: *

Bağlı Olduğu Network: *

Bağlı Olduğu Ajans Holding: *

Yetkili 1, Pozisyon: *

Yetkili Ekle +

BAĞIMSIZ

Yeni Holding Ekle



Başvuru Sistemindeki Değişiklikler

KATIKIDA BULUNAN AJANS - NETWORK

Katkıda Bulunan Ajanslar * Başvuran Ana Ajansın yanı sıra, kampanyanın çeşitli alan/disiplinlerde genişlemesini sağlayan/katkıda bulunan ajansları lütfen belirtiniz. (Maksimum 4 Adet)

Ajans 1:

Ajans Adı * Ajans arayın Ajans Adı

İli: * İstanbul

Ülkesi: * Türkiye

Web Sitesi: * Web Sitesi

Bağlı Olduğu Network: * Network arayın Bağlı Olduğu Network

Bağlı Olduğu Ajans Holding: * NON-NETWORK Bağlı Olduğu Ajans Holding

Formu Dolduran:

Adı, Soyadı: * Formu Dolduran Kişinin Adı, Soyadı

Görevi: * Formu Dolduran Kişinin Görevi

Telefon: * Formu Dolduran Kişinin Telefonu

Telefon numaranızı başında 0 olmadan yaz

Yeni Network Ekle



Başvuru Sistemindeki Değişiklikler

KATIKIDA BULUNAN AJANS - HOLDING

Katkıda Bulunan Ajanslar * Başvuran Ana Ajansın yanı sıra, kampanyanın çeşitli alan/disiplinlerde genişlemesini sağlayan/katkıda bulunan ajansları lütfen belirtiniz. (Maksimum 4 Adet)

Ajans 1:

Ajans Adı * Ajans arayın Ajans Adı

İli: * İstanbul

Ülkesi: * Türkiye

Web Sitesi: * Web Sitesi

Bağlı Olduğu Network: * Network arayın Bağlı Olduğu Network

Bağlı Olduğu Ajans Holding: * Holding arayın Bağlı Olduğu Ajans Holding

Formu Dolduran:

Adı, Soyadı: * Formu Dolduran Kişinin Adı, Soyadı

Görevi: * Formu Dolduran Kişinin Görevi

Telefon: * Formu Dolduran Kişinin Telefonu
Telefon numaranızı başında 0 olmadan yazınız

E-Posta: * Formu Dolduran Kişinin E-Posta Adresini Giriniz

BAĞIMSIZ

AB InBev

Accenture

Amazon

Ariadna Holding Group

Baidu

Yeni Holding Ekle



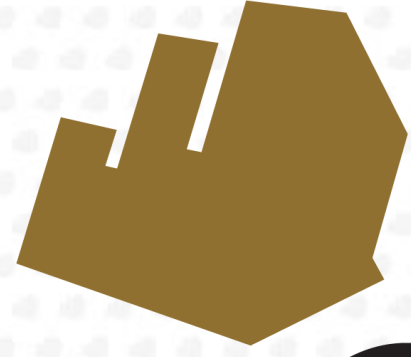
2. Toplam Medya Harcamaları

Başvuru formunda “Hedef” adımıındaki “1C-Toplam Medya Harcamaları” baremleri değişti.

1C - Toplam Medya Harcamaları

Sponsorluk, barter vb. yöntemler ya da geleneksel yöntemler dışında yapılan medya harcamalarını da dahil ediniz.

- 0 - 7.5 milyon TL
- 7.5 - 20 milyon TL
- 20 - 45 milyon TL
- 45 - 90 milyon TL
- 90- 150 milyon TL
- 150 - 225 milyon TL
- 225 -300 milyon TL
- 300 milyon TL ve üzeri



effie
Türkiye

TEŞEKKÜRLER



effie@rd.org.tr



<https://www.ffiaturkiye.org>



[Effie Türkiye IG Hesabı](#)



rd

