

Regulamin konkursu „Performance Marketing Diamonds CEE” 2022

§ 1 Definicje

W niniejszym regulaminie konkursu „Performance Marketing Diamonds CEE”, zwanym dalej „Regulaminem”, pod poniższymi pojęciami należy rozumieć:

1. Organizator – Izba Gospodarki Elektronicznej z siedzibą w Warszawie (00-845), przy ul. Łucka 18 lok. 76 wpisana do rejestru stowarzyszeń, innych organizacji społecznych i zawodowych, fundacji oraz samodzielnych publicznych zakładów opieki zdrowotnej oraz do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS: 0000474028, o numerze NIP: 701-039-19-22.
2. Konkurs – konkurs prowadzony na podstawie Regulaminu pod nazwą „Performance Marketing Diamonds CEE”.
3. Prezentacja – element zgłoszenia lub zgłoszeń, załączany przez Uczestnika do formularza zgłoszeniowego, na podstawie którego Jury dokonuje oceny Uczestnika. Wymagana forma i treść Prezentacji zostały określone w § 3 Regulaminu.
4. Członkowie Jury – osoby wybrane przez Organizatora, których wiedza i doświadczenie w zakresie performance marketingu pozwala na ocenę Uczestników w poszczególnych Kategoriach Konkursu.
5. Uczestnicy – podmioty, które zgłosiły się do udziału w Konkursie.
6. Rynek CEE – rynek usług obejmujący następujące państwa: Polska, Czechy, Słowacja, Węgry, Litwa, Łotwa, Estonia, Białoruś, Ukraina, Słowenia, Chorwacja, Bośnia i Hercegowina, Serbia, Czarnogóra, Macedonia Północna, Albania, Bułgaria i Rumunia.
7. Nagroda – statuetka i tytuł Laureata Nagrody „Performance Marketing Diamonds CEE”, przyznawane Laureatowi w danej Kategorii Konkursu.
8. Nagroda Grand Prix – statuetka i tytuł Laureata Nagrody Grand Prix „Performance Marketing Diamonds CEE” przyznawane Laureatowi wyłonionemu spośród Laureatów pozostałych Kategorii, z wyłączeniem Main Categories (Kategorii głównych).
9. Laureat – Uczestnik, który wygrał Konkurs w danej Kategorii.
10. Nominowani Uczestnicy – maksymalnie pięciu Uczestników w danej Kategorii, którzy w wyniku głosowania przez Członków Jury otrzymali najwyższą średnią punktów w danej Kategorii.
11. Kategoria – określona kategoria Konkursu, wskazana w § 3 ust. 10 Regulaminu.

12. Strona Konkursu – strona internetowa o adresie URL: <http://performancedaycee.com/pmdiamonds/>
13. Gala – gala wręczenia Nagród: Performance Marketing Diamonds CEE, która odbędzie się w dniu określonym w § 2 ust. 1 lit. g) Regulaminu, w miejscu podanym przez Organizatora z odpowiednim wyprzedzeniem przez zamieszczenie informacji na Stronie Konkursu.

§ 2

Harmonogram Konkursu 2021

1. Konkurs będzie przeprowadzony w następujących etapach:
 - a) Etap I (19.01 - 23.02) – zgłoszenia Uczestników,
 - b) Etap II (18.03 - 28.03) – preselekcja zgłoszeń: formalna i merytoryczna,
 - c) Etap III (01.04 - 14.04) – głosowanie online Członków Jury: ocena Uczestników przez Członków Jury w poszczególnych Kategoriach Konkursu,
 - d) Etap IV (22.04.2022r.) - obrady Jury i głosowanie online Jury wyłaniające laureata Nagrody Grand Prix,
 - e) Etap V (25.04 - 28.04) – audyt wyników,
 - f) Etap VI (9.05.2022r.) - ogłoszenie na Stronie Konkursu listy Nominowanych Uczestników w poszczególnych Kategoriach Konkursu,
 - g) Etap VII (19.05.2022r.) – Gala wręczenia Nagród i Nagrody Grand Prix.
2. Organizator jest uprawniony do zmiany terminów poszczególnych etapów Konkursu oraz miejsca i sposobu przeprowadzenia Gali, o których mowa w ust. 1 powyżej, za uprzednim poinformowaniem Uczestników i Członków Jury z odpowiednim wyprzedzeniem.

§ 3

Zgłoszenia do Konkursu

1. Zgłoszenie Uczestnika odbywa się przez dokonanie następujących, niżej wymienionych czynności w okresie przyjmowania zgłoszeń, o którym mowa w § 2 ust. 1 lit. a):
 - a) wypełnienie formularza zgłoszeniowego, dostępnego na Stronie Konkursu. Uczestnik wypełnia pola formularza zgodnie z podaną w nim instrukcją;
 - b) załączenie do formularza zgłoszeniowego Prezentacji zgodnej z ust. 12 poniżej;
 - c) załączenie do formularza zgłoszeniowego oświadczenia o zgodności danych ze stanem faktycznym, zgodnie z ust. 14 poniżej;
 - d) akceptację treści Regulaminu i wyrażenie zgody na udział w Konkursie, które następują poprzez zaznaczenie odpowiedniego pola;
 - e) uiszczenie opłaty za uczestnictwo w Konkursie zgodnie z postanowieniami Regulaminu.
2. Do Konkursu może zgłosić się każdy podmiot mający siedzibę w dowolnym kraju świata przy jednoczesnym prowadzeniu kampanii z obszaru performance marketingu lub/i marketingu afiliacyjnego na rynku CEE. Uczestnik musi prowadzić działalność z obszaru performance marketingu lub/i marketingu afiliacyjnego na rynku CEE w dniu dokonywania

zgłoszenia, jak również w dniu, w którym zamyka się głosowanie przez Członków Jury. Przedmiotem zgłoszenia mogą być kampanie prowadzone na rynku CEE w okresie od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r.

3. Do Konkursu może zgłosić się Uczestnik będący grupą podmiotów, która wspólnie prowadziła kampanię zgodnie z ust. 2 powyżej i w której każdy z tych podmiotów spełnia warunki, o których mowa w ust. 2 powyżej. Każdy z podmiotów z grupy powinien zostać wskazany w formularzu zgłoszeniowym. Grupa podmiotów wyznacza w formularzu zgłoszeniowym przedstawiciela grupy, który będzie ją reprezentował jako Uczestnika i któremu będzie doręczana wszelka korespondencja związana z Konkursem. Opłaty za zgłoszenie Uczestnika będącego grupą podmiotów do danej Kategorii naliczane są w wysokości odpowiadającej liczbie zgłaszanych podmiotów w ramach grupy.
4. W zgłoszeniu Uczestnik deklaruje, do którego rodzaju podmiotów należy:
 - członków/partnerów Izby Gospodarki Elektronicznej (Organizatora),
 - podmiotów nie będących członkiem/partnerem Izby Gospodarki Elektronicznej (Organizatora).

W przypadku Uczestnika będącego grupą podmiotów, każdy podmiot w grupie deklaruje swoją przynależność do w/w rodzaju podmiotów samodzielnie i niezależnie od pozostałych członków grupy. Przynależność jednego lub części podmiotów z grupy do Izby Gospodarki Elektronicznej (Organizatora) nie ma wpływu na wysokość opłaty za zgłoszenie, która jest indywidualnie naliczana lub ją samodzielnie uiszczają podmioty nie będące członkiem / partnerem Izby Gospodarki Elektronicznej (Organizatora).

5. Dla podmiotów będących członkami lub partnerami Organizatora w rozumieniu jego statutu, zgłoszenie do Konkursu jest płatne – w wysokości wskazanej w ust. 8 pkt 1) poniżej.
6. Dla podmiotów nie będących członkami lub partnerami Organizatora w rozumieniu jego statutu, zgłoszenie do Konkursu jest płatne – w wysokości wskazanej w ust. 8 pkt 2) lub 3) poniżej.
7. Uczestnik może zostać zaproszony do Konkursu przez Organizatora. Uczestnicy zaproszeni do Konkursu przez Organizatora nie mają obowiązku uiszczenia opłaty za zgłoszenie.
8. Uczestnicy, o których mowa w ust. 5 i 6 powyżej, zobowiązani są do uiszczenia opłaty za zgłoszenie:
 - 1) członkowie i partnerzy Organizatora w rozumieniu jego statutu: zgłoszenie w terminie od 19.01.2021r. do 06.02.2021r. – 899 zł netto za każde zgłoszenie w danej Kategorii, od 07.02.2022r. - 1299 zł za każde zgłoszenie w danej Kategorii.
 - 2) podmioty nie będące członkami/partnerami Organizatora w rozumieniu jego statutu: zgłoszenie w terminie od 19.01.2022r. do 06.02.2022r. – 1899 zł netto za każde zgłoszenie w danej Kategorii, od 07.02.2022r. - 2299 zł za każde zgłoszenie w danej Kategorii.

9. Kwoty powiększone o należny podatek VAT należy wnosić na rachunek bankowy Organizatora prowadzony przez Bank (PKO BP SA Oddział 1 w Warszawie) o numerze 79 1020 1013 0000 0302 0291 6963.

W przypadku Uczestnika będącego grupą podmiotów wszelkie faktury związane z Konkursem będą wystawiane przez Organizatora na podmiot z grupy wskazany w formularzu zgłoszeniowym jako przedstawiciel grupy lub na każdy podmiot oddzielnie w zależności od ustaleń Organizatora z Uczestnikiem na etapie zgłoszenia do Konkursu. W przypadku braku powyższych ustaleń faktury zostaną wystawione na każdy podmiot oddzielnie.

10. Uczestnicy mogą zgłaszać się lub być zgłaszani do Konkursu w następujących Kategoriach:

- the most effective mobile campaign
- the most effective lead generation campaign
- the most effective social media campaign
- the most effective SEM campaign
- the most effective affiliate program
- the most effective video campaign
- the most effective sales campaign
- the most effective use of influencer marketing in performance
- best pandemic effects
- long term performance cooperation
- the most effective content marketing campaign
- the most effective performance campaign for CEE (excluding Polish market), przy czym zgłoszenie w tej kategorii jest zastrzeżone tylko dla Uczestników, którzy nie prowadzili kampanii na rynku polskim.
- The integrated campaign of the year

Main Categories:

- Performance or/and Affiliate Agency of the year
- Media Publisher of the year
- Performance Brand of the year
- Performance Technology of the year

Opis Kategorii:

- the most effective mobile campaign – nagroda przyznawana jest za efektywne prowadzenie działań przy wykorzystaniu kanału mobile skutkujące zwiększeniem sprzedaży, generowaniem leadów lub osiągnięciem innych założonych celów kampanii. Działania muszą być wdrażane w okresie od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r.

- the most effective lead generation campaign – nagroda przyznawana jest za najbardziej efektywne działania prowadzące do wygenerowania konwersji i osiągnięcia założonych celów przy użyciu takich działań, jak: pozycjonowanie, marketing w wyszukiwarkach, e-mail marketing, reklama w social media itp.

Działania muszą być realizowane w okresie od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r.

- the most effective social media campaign - nagroda przyznawana jest za najefektywniejsze działania reklamowe w mediach społecznościowych. Kategoria dotyczy kampanii prowadzonych od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r. Zgłaszane działania mogą być prowadzone przy użyciu dostępnych na rynku narzędzi służących do realizacji kampanii w social media. Nagrodzony zostanie projekt, który w innowacyjny sposób wykorzystuje media społecznościowe zapewniając tym samym realizację postawionych przed nim celów. Ocenie zostanie poddana strategia działań, egzekucja jej założeń, sposób dotarcia do grupy docelowej, wykorzystane kreacje oraz wyniki koncentrujące się wokół mierników sukcesu projektu, np. rentowność kampanii, koszt konwersji (transakcje, lead'y, rejestracje w serwisie itp.), generowanie jakościowego ruchu na stronę.

- the most effective SEM campaign - nagroda przyznawana jest dla najefektywniejszej kampanii SEM wdrożonej w okresie od 01 stycznia 2021r. do 31 grudnia 2021 r. Efekty działań w obszarze SEM powinny obowiązkowo zawierać wyniki zarówno działań PPC, jak i SEO.

- the most effective affiliate program - nagroda przyznawana jest za wdrożenie programu afiliacyjnego mogącego wykazać się dużą efektywnością, zarówno z punktu widzenia wydawcy, jak i reklamodawcy. Doceniane będzie użycie innowacyjnych technologii w obszarze targetowania, analizy danych i oceny skuteczności programu. Kategoria dotyczy działań prowadzonych w okresie od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r.

- the most effective video campaign- nagroda przyznawana jest za najbardziej efektywne wykorzystanie formatu video w kampaniach performance/afiliacyjnych, prowadzonych w okresie od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r. Format video może być wprowadzony do działań z obszaru programmatic, social media, e-mail marketing, mobile.

- the most effective use of data - nagroda przyznawana jest za najefektywniejszą analizę oraz użycie danych w prowadzonych kampaniach w poszczególnych kanałach. Kategoria dotyczy kampanii sprzedażowych lub generujących leady - brane pod uwagę są wskaźniki rentowności (np.: CPA, ROAS czy ERS). Analiza danych, także przy użyciu innowacyjnych technologii, musi bezpośrednio wpływać na proces komunikacji z użytkownikiem, optymalizację kampanii, targetowanie, a działania analityczne powinny wspierać ocenę efektywności i atrybucję konwersji.

Kategoria dotyczy okresu od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r.

- the most effective sales campaign - nagroda przyznawana jest za najbardziej efektywną kampanię sprzedażową prowadzoną w okresie od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r. Nagroda przyznawana za najbardziej efektywną kampanię generującą sprzedaż. Nagrodzona zostanie kampania z ciekawym, innowacyjnym pomysłem na generowanie sprzedaży, wykorzystujących różnorodne lub nieoczywiste kanały dotarcia w dowolnych modelach

rozliczeniowych, a także kampanie w których wdrożenie dodatkowych narzędzi analitycznych pozwoliło zoptymalizować koszty pozyskania sprzedaży. KPI oceniane w tej kategorii to między innymi: konwersja, wzrost sprzedaży, CAC, ROI, koszt pozyskania sprzedaży.

- the most effective use of influencer marketing in performance - nagroda przyznawana jest za najbardziej efektywne działania prowadzone we współpracy z influencerami. Nagrodzona zostanie kampania, która w najlepszy sposób wykorzystuje potencjał tego kanału jednocześnie wpisując się w jego specyfikę oraz realizując postawione cele. KPI oceniane w tej kategorii to między innymi: zasięg, zaangażowanie, konwersja, koszt pozyskania konwersji.

W tej kategorii brane są pod uwagę kampanie z okresu od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r.

- best pandemic effects - nagrodzona zostanie efektywna kampania prowadzona w okresie od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r. Działania mają dotyczyć efektów osiągniętych w trudnej pandemicznej sytuacji. Oceniane będą bariery oraz dostosowania się firmy do zmian rynkowych wynikających z pandemii COVID-19. Oceniamy wysoką efektywność biznesową, innowacyjność i szybkość reakcji na zmieniającą się rzeczywistość. W tej kategorii brane są pod uwagę kampanie z okresu od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r.

- long term performance cooperation - do tej kategorii agencje mogą zgłosić współpracę z jednym klientem, która trwa dłużej niż 5 lat (liczone jako 60 pełnych miesięcy kalendarzowych). Oceniana będzie efektywność biznesowa będąca wynikiem wieloletniej współpracy. Zgłaszający zobowiązany jest do wykazania rozwoju współpracy oraz ewolucji efektywności biznesowej, natomiast case studies pokazywane w prezentacji muszą być prowadzone w okresie od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r.

- the most effective content marketing campaign – nagrodzona zostanie kampania z najwyższą efektywnością komunikacji w oparciu o treść oraz prowadzenie odbiorcy przez lejek sprzedażowy za pomocą content marketingu. Oceniany jest wskazany średni czas konsumpcji treści pozyskanych odbiorców, powracający użytkownicy (im więcej, tym lepiej), poziom zagłębienia użytkowników w treści, ścieżka użytkownika po kolejnych etapach lejka sprzedażowego, social proof, jakość contentu, zaangażowanie odbiorców w poszczególne treści, umieszczone na różnych etapach lejka sprzedażowego, oraz organiczne generowanie kolejnych interakcji z treściami w wyniku pierwszego kontaktu
Kategoria dotyczy okresu od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r.

- the most effective performance campaign for CEE (z wyłączeniem rynku polskiego) – nagroda przyznawana jest za najbardziej efektywną kampanię prowadzoną na rynku CEE z wyłączeniem rynku polskiego. Zgłoszone działania mogą dotyczyć dowolnego obszaru działań performance marketingu. W tej kategorii oceniana jest realizacja wyznaczonego celu, wykorzystane narzędzia i automatyzacja procesów oraz innowacyjne i nieszablonowe podejście do wyzwania digital marketingu. Zgłaszający powinien zdefiniować cele projektu, opisać otoczenie kampanii w zakresie uwarunkowań rynkowych, krótko przedstawić wdrożone rozwiązanie i działania wykonane na potrzeby zrealizowania celów, pokazać w wartościach

bezwzględnych najważniejsze rezultaty kampanii oraz wskazać ewentualne efekty uboczne kampanii, np w zakresie wizerunkowym.

Przedstawione kampanie muszą dotyczyć okresu od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r.

- the integrated campaign of the year - kampania, która łączyła 5 lub więcej obszarów z podstawowych kategorii i osiągnęła znaczące wyniki efektywności w wyniku połączenia kanałów, formatów oraz technologii.

Kampanie prowadzone w okresie od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r.

- Performance or/and Affiliate agency of the year - agencja performance i/lub afiliacyjna, która w kategoriach regularnych otrzymała najwięcej nagród wśród wszystkich Uczestników będących agencjami. W przypadku otrzymania przez kilku Uczestników takiej samej ilości nagród, nagroda w tej kategorii jest przyznawana podmiotowi, który uzyskał najwyższą średnią punktów wśród wygranych kategorii.

- Media Publisher of the year - Wydawca, na którego łamach kampanie performance realizowane w okresie od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r.. osiągają najefektywniejsze wyniki. Dane mierzone na podstawie takich wskaźników jak: CPL, CPD, CPA, CPS.

- Performance Brand of the year - brand (klient), który w kategoriach regularnych otrzymał najwięcej nagród wśród wszystkich Uczestników będących brandami (klientami). W przypadku otrzymania przez kilku Uczestników takiej samej ilości nagród, nagroda w tej kategorii jest przyznawana podmiotowi, który uzyskał najwyższą średnią punktów wśród wygranych kategorii.

- Performance technology of the year - Dostawca technologii, która w innowacyjny i skuteczny sposób wspiera działania performance. Technologia, która ułatwia prowadzenie działań lub w znacznym stopniu zmienia sposób ich prowadzenia, sposób analizy danych, rozliczania lub otwiera nowe obszary oraz możliwości prowadzenia kampanii.

Dane pokazujące efektywność technologii i narzędzia muszą pochodzić z okresu od 01 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r.

11. Jeżeli Uczestnik dokona zgłoszeń do więcej niż 3 (trzech) Kategorii, wówczas przy ustalaniu Laureatów Konkursu – jeżeli w wyniku głosowania w tych Kategoriach okaże się, że Uczestnik powinien zostać Laureatem w więcej niż 3 (trzech) Kategoriach – Organizator przyzna mu status Laureata w 3 (trzech) Kategoriach, w których uzyskał najwyższą średnią punktów spośród wszystkich dokonanych przez Uczestnika zgłoszeń, zaś zgłoszenia Uczestnika dokonane w pozostałych Kategoriach nie będą brane pod uwagę przy ustalaniu Laureatów.

12. Obowiązkowym elementem zgłoszenia jest załączenie Prezentacji sporządzonej w języku angielskim, w formacie pdf. Prezentacja nie może zawierać więcej niż 15 slajdów ani linków kierujących do dodatkowych materiałów. Treść prezentacji powinna być dostosowana do kryteriów ocen zawartych w § 9 ust 1-4. Uczestnik zgłaszający się w

regularnych kategoriach (poza Kategoriami Głównymi) zobowiązany jest sporządzić Prezentację wyłącznie na podstawie szablonu udostępnionego przez Organizatora do pobrania w wersji edytowalnej na Stronie Konkursu. Do zgłoszeń w kategoriach głównych: Media Publisher of the year oraz Performance technology of the year dodawane są prezentacje własne zgłaszających.

Prezentacja Uczestnika będącego grupą podmiotów powinna swoją treścią obejmować działania każdego z tych podmiotów.

13. Dana Prezentacja może być elementem zgłoszeń do różnych Kategorii. Uczestnik może zaznaczyć w ramach wypełniania formularza zgłoszeniowego kilka Kategorii, przy czym każda wskazana w zgłoszeniu Kategoria będzie traktowana jako odrębne zgłoszenie, za które należy uiścić opłatę.

Prezentacja pochodząca od Uczestnika będącego grupą podmiotów może być wyłącznie elementem zgłoszenia wszystkich podmiotów łącznie działających jako Uczestnik. Zgłoszenie Uczestnika do danej Kategorii opłacane jest przez każdy z podmiotów wchodzących w skład grupy lub przez Przedstawiciela grupy, na zasadach opisanych w ust. 4.

14. Obowiązkowym elementem zgłoszenia jest podpisanie i załączenie przez Uczestnika do zgłoszenia oświadczenia potwierdzającego zgodność ze stanem faktycznym podanych w Prezentacji danych. Wzór oświadczenia należy pobrać ze Strony Konkursu, wydrukować oraz podpisać i załączyć do zgłoszenia w postaci pliku w formacie pdf.

W przypadku Uczestnika będącego grupą podmiotów, każdy z podmiotów załącza własne oświadczenie, przy czym możliwe jest załączenie oświadczeń w jednym pliku pdf.

15. Organizator nie odpowiada za zgłoszenia niezgodne ze stanem faktycznym. W przypadku nieprawdziwości informacji podanych przez Uczestnika, Organizator uprawniony jest do wykluczenia Uczestnika z udziału w Konkursie. W przypadku takiej decyzji Organizatora wniesiona przez Uczestnika opłata nie podlega zwrotowi. Od decyzji Organizatora o wykluczeniu z Konkursu nie przysługuje odwołanie.
16. Zgłoszenia do Konkursu będą przyjmowane w okresie wskazanym w § 2 ust. 1 a) Regulaminu.
17. Organizator ma prawo do odmowy przyjęcia zgłoszenia do Konkursu, jeśli byłoby ono niezgodne z prawem, zasadami współżycia społecznego, dobrymi obyczajami oraz obowiązującymi standardami etycznymi lub mogłoby naruszyć dobre imię Organizatora. Ponadto, każdy z Uczestników, przystępując do Konkursu potwierdza, że prowadzi swoją działalność zgodnie z zasadami etyki.

§ 4 Preselekcja zgłoszeń

Organizator przeprowadza preselekcję zgłoszeń w dwóch etapach (preselekcja formalna oraz preselekcja merytoryczna):

1. W pierwszej kolejności Organizator weryfikuje formalną poprawność zgłoszenia. W szczególności Organizator jest uprawniony do badania:
 - a) czy Uczestnik i przedmiot zgłoszenia Uczestnika spełnia warunki, o których mowa w § 3 ust. 2 Regulaminu,
 - b) czy Uczestnik będący grupą podmiotów i przedmiot zgłoszenia Uczestnika spełnia warunki, o których mowa w § 3 ust. 3 w zw. z § 3 ust. 2 Regulaminu, oraz czy została uiszczona opłata za dane zgłoszenie przez wszystkie podmioty z grupy,
 - c) czy deklaracja Uczestnika jako członka/partnera Izby Gospodarki Elektronicznej lub podmiotu niebędącego członkiem/partnerem Izby Gospodarki Elektronicznej została dokonana prawidłowo,
 - d) czy Uczestnik załączył prawidłowo sporządzone oświadczenie o prawdziwości danych oraz informację o poleceniu,
 - e) czy Uczestnik wskazał prawidłową liczbę Kategorii,
 - f) czy Uczestnik zachował wymogi co do formy i treści Prezentacji,
 - g) czy zgłoszenie zostało prawidłowo opłacone.
2. W przypadku stwierdzenia przez Organizatora, że zgłoszenie zostało dokonane nieprawidłowo, Organizator skontaktuje się drogą elektroniczną z Uczestnikiem w celu wskazania mu, jakie poprawki w zgłoszeniu są niezbędne lub w celu wezwania do uzupełnienia opłaty za zgłoszenie i wyznaczenia terminu na dokonanie poprawek lub uzupełnienia opłaty, nie krótszego niż 3 dni, liczonego od dnia otrzymania przez Uczestnika informacji o nieprawidłowościach.
3. Zgłoszenia, do których Uczestnik nie wprowadzi poprawek lub nie uzupełni opłaty w wyznaczonym terminie, nie będą brane pod uwagę przy preselekcji merytorycznej, zaś Uczestnik zostaje wykluczony z udziału w Konkursie.
4. W przypadku niespełnienia przez Uczestnika któregokolwiek z warunków, o którym mowa w § 3 ust. 2, a w przypadku Uczestnika będącego grupą podmiotów - § 3 ust. 3 Regulaminu, Organizator wyklucza Uczestnika z Konkursu bez konieczności wzywania go do spełnienia tego warunku.
5. Od decyzji Organizatora, o których mowa w ust. 3-4 powyżej, nie przysługuje odwołanie.
6. Jeżeli co innego nie wynika z postanowień Regulaminu, w przypadkach wykluczenia z udziału w Konkursie wniesiona przez Uczestnika opłata nie podlega zwrotowi.
7. Po przeprowadzeniu preselekcji formalnej danego zgłoszenia, w wyniku której zgłoszenie jest uznane za prawidłowe pod kątem formalnym, Organizator dokonuje weryfikacji merytorycznej poprawności zgłoszenia. Organizator powołuje eksperta marketingu performance. W ramach preselekcji merytorycznej zgłoszenia ekspert uprawniony jest do

merytorycznego badania poprawności treści Prezentacji w zakresie dostosowania jej do Kryteriów danej Kategorii.

8. W przypadku, gdy Prezentacja nie jest dostosowana do kryteriów danej Kategorii, Organizator poinformuje niezwłocznie Uczestnika o konieczności zmiany Kategorii. Zmiana Kategorii następuje po wyrażeniu przez Uczestnika drogą elektroniczną zgody na jej zmianę, w terminie nie późniejszym niż 7 dni od dnia otrzymania informacji od Organizatora. Brak wyrażenia zgody na zmianę Kategorii we wskazanym terminie powoduje pozostanie Uczestnika we wskazanej w zgłoszeniu Kategorii.
9. Organizator ma prawo odwołać przyznanie Nagrody w danej Kategorii, jeśli okaże się, że po przeprowadzonej preselekcji zgłoszeń zostanie mniej niż 2 (dwóch) prawidłowo zgłoszonych Uczestników. Organizator poinformuje pozostałych po przeprowadzeniu preselekcji Uczestników danej Kategorii, drogą elektroniczną, o odwołaniu przyznania Nagrody w danej Kategorii, wyznaczając Uczestnikowi termin 7 dni na dokonanie zmiany Kategorii, o ile jest to możliwe lub na wycofanie się z Konkursu za zwrotem opłaty. Jeżeli zmiana Kategorii nie jest możliwa lub Uczestnik nie dokona zmiany Kategorii w terminie 7 dni, wówczas zostanie wykluczony z udziału w Konkursie przez Organizatora a Organizator zwróci mu uiszczoną opłatę.

§ 5 **Głosowanie**

Głosowanie Jury będzie miało następujący przebieg:

1. Członkom Jury zostanie udostępniony przez Organizatora link do aplikacji obsługującej głosowanie w formie on-line.
2. W przypadku, gdy zachodzą powiązania faktyczne lub powiązania prawne, o których mowa w ust. 3 poniżej, Członka Jury z danym Uczestnikiem lub z podmiotem, na rzecz którego dany Uczestnik prowadził działania zawarte w Prezentacji, Członek Jury zobowiązany jest niezwłocznie poinformować Organizatora o takiej sytuacji i wstrzymać się od głosowania nad przyznaniem punktów w odniesieniu do danego Uczestnika. Jeżeli w ocenie Organizatora, na podstawie powziętych informacji, zachodzi obawa co do braku obiektywności Członka Jury w związku z wyżej wskazanymi powiązaniami faktycznymi lub prawnymi, Organizator wyłącza tego Członka Jury z oceniania zgłoszenia danego Uczestnika.
3. Przez powiązanie prawne Członka Jury z danym Uczestnikiem lub podmiotem, na rzecz którego dany Uczestnik prowadził działania zawarte w Prezentacji rozumie się powiązanie kapitałowe (Członek Jury posiada tytuł prawny do uczestnictwa u Uczestnika lub w tym podmiocie na prawach wspólnika, akcjonariusza itp.) lub personalnie (Członek Jury sprawuje funkcję w organie Uczestnika lub tego podmiotu).

Przez powiązanie prawne rozumie się także sytuację, w której inny podmiot, z którym Członek Jury jest powiązany kapitałowo lub personalnie, ma wpływ na działalność

Uczestnika lub podmiotu na rzecz którego dany Uczestnik prowadził działania zawarte w Prezentacji, w rozumieniu art. 4 §1 pkt. 5 Kodeksu spółek handlowych.

4. Jeżeli po przeprowadzeniu głosowania, w następstwie przeprowadzonego audytu lub powzięcia wiarygodnych informacji z innego źródła, okaże się, że dany Członek Jury powinien zostać wyłączony od głosowania zgodnie z ustępami powyżej, Organizator wyłączy tego Członka Jury i dokona ponownego obliczenia średniej głosów, w głosowaniu, w którym brał udział wyłączony Członek Jury, przy czym głosy wyłączonego Członka Jury uważa się za nieistniejące.
5. W przypadku, w którym Członek Jury nie weźmie udziału w głosowaniu on-line w terminie wskazanym w § 2 ust. 1 pkt c) Regulaminu z innych przyczyn niż wyłączenie, oceny Uczestników przypisanych do tego Członka Jury dokona Przewodniczący Jury, według zasad punktacji przedstawionych w ustępach poniżej.
6. Każdy Członek Jury głosuje oceniając Prezentację Uczestnika w danej Kategorii pod kątem wskazanych Kryteriów oceny. Każde Kryterium oceny podlega punktacji w skali 0-1-2-3-4-5 punktów, gdzie 5 (pięć) jest oceną najwyższą, a 0 (zero) jest oceną najniższą.
7. Organizator zbiera i podsumowuje liczbę punktów przyznanych każdemu Uczestnikowi przez wszystkich Członków Jury danej grupy oceniającej, za wszystkie Kryteria w danej Kategorii. Na podstawie tej sumy Organizator wylicza średnią punktów uzyskanych przez Uczestnika w danej Kategorii. Średnia punktów zostaje wyliczona poprzez zsumowanie wszystkich przyznanych Uczestnikowi punktów, a następnie podzielenie uzyskanej sumy przez liczbę członków Jury prawidłowo biorących udział w głosowaniu.
8. Na podstawie średniej punktów uzyskanej przez każdego Uczestnika ustalana jest – w każdej Kategorii – lista maksymalnie pięciu Nominowanych Uczestników o najwyższej średniej punktów. Organizator może według swobodnego uznania ograniczyć liczbę Nominowanych Uczestników.
9. Laureatem zostaje ten spośród Nominowanych Uczestników w danej Kategorii, który uzyskał najwyższą średnią punktów w danej Kategorii.
10. W przypadku uzyskania przez Nominowanych Uczestników równej – najwyższej średniej punktów, o wyborze Laureata decyduje Przewodniczący Jury, biorąc pod uwagę w szczególności efektywność działań podejmowanych przez Uczestnika w ramach danej Kategorii. Jeżeli Przewodniczący Jury podlega wyłączeniu lub z innych przyczyn nie może podjąć decyzji o wyborze Laureata, Organizator wylosuje spośród całego składu Jury – Członka Jury, który będzie mógł podjąć decyzję.
11. Do Nagrody Grand Prix nominowani są automatycznie wszyscy Laureaci danych Kategorii za wyjątkiem Laureatów nominowanych w Main Categories (Kategoriach głównych). Nagroda Grand Prix przyznawana jest przez Jury podczas obrad Jury. Miejsce obrad Jury zostanie podane przez Organizatora. W obradach i głosowaniu nad Nagrodą Grand Prix

biorą udział wszyscy Członkowie Jury bez względu na uprzedni przydział do grupy oceniającej daną Kategorię.

12. Niestawienie się Członka Jury na obradach Jury nie wstrzymuje obrad Jury i nie stanowi przeszkody do przeprowadzenia głosowania podczas jego nieobecności.
13. Nagroda Grand Prix przyznawana jest Uczestnikowi, którego działania zawarte w Prezentacji w sposób znaczący wyróżniają się efektywnością.
14. Jury może uznać, że żadne działania nie kwalifikują się do przyznania Nagrody Grand Prix.
15. Wybór Uczestnika, który otrzyma Nagrodę Grand Prix odbywa się w głosowaniu tajnym za pośrednictwem formularza online. Do głosowania stosuje się odpowiednio ust. 2-7 oraz 9-10 powyżej.

§ 6

Audyt wyników głosowania

Audyt wyników polega na:

- a) sprawdzeniu, czy wszyscy Członkowie Jury dokonali oceny,
- b) sprawdzeniu łącznej liczby punktów uzyskanych przez Uczestnika w danej Kategorii i średniej punktów,
- c) weryfikacji prawidłowości wyłonienia Nominowanych Uczestników i Laureatów w każdej Kategorii,
- d) weryfikacji prawidłowości wyłonienia laureata Nagrody Grand Prix.

§ 7

Ogłoszenie listy Nominowanych Uczestników

1. Lista Nominowanych Uczestników w poszczególnych Kategoriach zostanie zamieszczona na Stronie Konkursu.
2. Nominowani Uczestnicy będą przedstawieni w kolejności alfabetycznej, bez podawania liczby uzyskanych przez nich punktów.

§ 8

Gala

1. W trakcie Gali zostaną ogłoszeni Laureaci w poszczególnych Kategoriach.
2. W trakcie Gali Laureatom zostaną wręczone Nagrody. W ramach Nagrody każdemu Laureatowi przysługuje jedna statuetka. W przypadku gdy Laureatem zostanie Uczestnik będący grupą podmiotów, każdy podmiot z grupy otrzyma jedną statuetkę przyznawaną w ramach Nagrody.

3. Nominowani Uczestnicy mogą zgłaszać zamówienia dodatkowej statuetki po ogłoszeniu na Stronie Konkursu listy Nominowanych Uczestników w poszczególnych Kategoriach Konkursu, jednakże nie później niż na 7 dni przed planowanym terminem Gali.
4. Płatność za standardową i dodatkową statuetkę wnosi tylko Laureat. Płatność nastąpi na podstawie faktury wystawionej przez Organizatora w terminie w niej wskazanym. Organizator wystawi fakturę po odbyciu się Gali.
5. Z zastrzeżeniem ust. 6 poniżej, udział w Gali jest płatny:
 - Dla członków i partnerów Izby Gospodarki Elektronicznej: 499 zł netto od osoby;
 - Dla podmiotów niebędących członkami ani partnerami Izby Gospodarki Elektronicznej: 1999 zł od osoby.Kwoty te powinny zostać powiększone o należny podatek VAT.
6. Każdemu Nominowanemu Uczestnikowi przysługuje bezpłatna wejściówka na Galę ważna dla jednej osoby a w przypadku gdy Nominowanym Uczestnikiem jest Uczestnik będący grupą podmiotów – dla jednej osoby każdego z podmiotów należących do grupy.
7. Organizator informuje, że liczba wejściówek na Galę jest ograniczona ilością dostępnych miejsc. W związku z tym Organizator nie gwarantuje, że wszystkie zamówienia na wejściówki zostaną zrealizowane. Dla każdego Uczestnika Organizator zapewnia jedną wejściówkę (płatną lub bezpłatną w zależności od tego czy Uczestnik jest Nominowanym Uczestnikiem).
8. W celu zamówienia wejściówki na Galę lub zamówienia dodatkowej statuetki prosimy o kontakt: anastasiya.buryanova@eizba.pl

§ 9

Kryteria oceny Uczestników

1. Wszystkie kategorie, za wyjątkiem kategorii long term performance cooperation, Performance or/and Affiliate agency of the year, Media Publisher of the year, Performance Brand of the year, Performance technology of the year, objęte są kryteriami ocen:
 - wyzwania;
 - strategia i założone cele;
 - przełożenie założeń na działania;
 - efekty i realizacja zakładanego celu;
2. Dla kategorii long term performance cooperation kryteria są następujące:
 - rozwój działań na przestrzeni lat
 - poziom trafienia w nowe potrzeby klienta
 - efekty osiągnięte dzięki wieloletniej współpracy
 - dopasowanie strategii dla realizacji założonego celu

3. Dla kategorii Performance or/and Affiliate agency of the year, Performance Brand of the year kryteria są następujące:
 - liczba wygranych kampanii wśród pozostałych kategorii
4. Dla kategorii Media Publisher of the year kryteria są następujące:
 - efekty realizowanych kampanii performance (np.: wskaźniki CPC, CPL, CPS, CPA, CPD);
 - procentowe dane dotyczące kampanii performance realizowanych u danego wydawcy;
5. Dla kategorii Performance technology of the year kryteria są następujące:
 - mierzalne wskaźniki skuteczności technologii (dane sprzed wdrożenia i po wdrożeniu);
6. Nagroda Grand Prix przyznawana jest przez Jury według następujących kryteriów:
 - w przypadku zgłoszonych kampanii: wyzwania, strategia i założone cele, efekty i realizacja zakładanego celu;

§ 10

Jury

1. Członków Jury w liczbie maksymalnie 25 (dwudziestu pięciu) wybiera Organizator. Lista Członków Jury oceniających Uczestników udostępniona jest na Stronie Konkursu.
2. Spośród wybranych Członków Jury Organizator wybiera Przewodniczącego Jury.
3. Członkowie Jury mają obowiązek poinformowania o fakcie zasiadania w Jury w swoich zawodowych kanałach komunikacji, w szczególności w kanałach social media (np. linkedin).
4. Członkowie Jury nie otrzymują wynagrodzenia od Organizatora.

§ 11

Kanały komunikacji związane z Konkursem

1. Wszelkie informacje związane z Konkursem będą publikowane na Stronie Konkursu.
2. Organizator może umieszczać informacje na temat Konkursu i jego wyników także w innych środkach przekazu, w szczególności w prasie, radiu, telewizji, Internecie oraz na nośnikach reklamy zewnętrznej.
3. Wyniki Konkursu zostaną opublikowane na Stronie Konkursu oraz mogą zostać opublikowane na stronach internetowych patronów medialnych Konkursu i innych podmiotów współpracujących z Organizatorem, według decyzji Organizatora.

4. Uczestnik zgłaszając się do Konkursu wyraża zgodę na publikację przez Organizatora danych Uczestnika, jego logo lub znaku towarowego, którym się posługuje dla oznaczenia prowadzonej przez siebie Działalności oraz jeżeli jest on osobą fizyczną – także jego wizerunku, podczas Gali, na Stronie Konkursu, a także na stronach internetowych, o których mowa w ust. 3 powyżej.

§ 12

Dozwolone informowanie o uczestnictwie w Konkursie oraz korzystanie z logotypu Konkursu

1. Każdy Uczestnik oraz podmiot z grupy będącej Uczestnikiem, o którym mowa w § 3 ust. 3 Regulaminu, ma prawo zamieszczać informacje związane ze swoim uczestnictwem w Konkursie (w tym dotyczące faktu uczestnictwa, nominacji, przyznanych nagród, nazwy Konkursu) oraz używać logotypu Konkursu w kontekście zamieszczania informacji o uczestnictwie w Konkursie, we własnych kanałach komunikacji, informacjach prasowych i innych formach promocji Uczestnika.
2. Zamieszczanie informacji związanych z uczestnictwem w Konkursie oraz posługiwanie się logotypem Konkursu przez podmiot, który nie jest Uczestnikiem Konkursu jest zabronione i może stanowić czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 3 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

§ 13

Dane osobowe

1. W przypadku, gdy dane Uczestnika stanowią dane osobowe osób fizycznych, administratorem danych osobowych w rozumieniu art. 4 pkt 7 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (dalej „RODO”) jest Organizator, którego dane zostały wskazane w §1 ust. 1 Regulaminu.
2. Dane osobowe będą wykorzystywane w celu organizacji i przeprowadzenia Konkursu, jego promocji w zakresie, o którym mowa w §11 Regulaminu oraz rozpatrzenia ewentualnych reklamacji.
3. Podstawą prawną przetwarzania danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. b RODO.
4. Na podstawie dodatkowej i dobrowolnej zgody Uczestnika, Organizator może przetwarzać jego dane osobowe w celu marketingu i promocji działalności Organizatora. Zgoda, o której mowa w zdaniu poprzedzającym może zostać w każdej chwili odwołana przez Uczestnika,

w ten sam sposób w jaki wyraził zgodę, co pozostanie bez wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie zgody przed jej cofnięciem.

5. W przypadku wyrażenia takiej zgody podstawą prawną przetwarzania danych osobowych będzie także art. 10 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz art. 172 ustawy z dnia 16.07.2004 r. Prawo telekomunikacyjne.
6. Uczestnik ma prawo żądać: dostępu do swoich danych osobowych, ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania poprzez skierowanie odpowiedniego żądania do Organizatora. Uczestnik ma prawo przenoszenia swoich danych osobowych.
7. Uczestnik ma prawo wniesienia sprzeciwu co do przetwarzania danych osobowych dotyczącego przetwarzania na potrzeby marketingu bezpośredniego.
8. Jeżeli dane osobowe będą przetwarzane niezgodnie z wymogami prawnymi, wówczas Uczestnik będzie miał prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego tj. do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.
9. Podanie przez Uczestnika danych osobowych jest dobrowolne, lecz niezbędne do uczestnictwa w Konkursie.
10. Dane osobowe Uczestnika będą przetwarzane przez czas potrzebny do zrealizowania celu Organizatora, wskazanego w ust. 2 powyżej. Dane osobowe przetwarzane w zakresie prowadzenia działań marketingowych będą przetwarzane przez czas ich prowadzenia przez Organizatora lub do czasu wyrażenia przez Uczestnika sprzeciwu wobec dalszego ich przetwarzania, o ile nie występują dalsze prawnie uzasadnione podstawy przetwarzania danych osobowych w celach marketingowych lub do czasu odwołania zgody, o której mowa w ust. 4 powyżej.

§ 14

Tryb składania i rozpatrywania reklamacji

1. Wszelkie reklamacje dotyczące Konkursu należy zgłaszać za pośrednictwem poczty elektronicznej (e-mail) na adres: anastasiya.buryanova@eizba.pl najpóźniej w terminie 24 godzin od daty odbycia się Gali.
2. Za datę wniesienia reklamacji uważa się datę jej wpłynięcia na serwer poczty elektronicznej Organizatora.
3. Reklamacje, które wpłyną do Organizatora po wyznaczonym terminie, nie będą rozpatrywane.
4. Reklamacja powinna zawierać imię, nazwisko, adres poczty elektronicznej (e-mail) zgłaszającego reklamację, dane Uczestnika, w imieniu którego działa zgłaszający reklamację, jak również podanie przyczyny reklamacji i roszczenie zgłaszane w związku z reklamacją.

5. Reklamacje będą rozpatrywane przez Organizatora w terminie 21 (dwudziestu jeden) dni od daty ich otrzymania.
6. O wyniku rozpatrzenia reklamacji zgłaszający reklamację zostanie powiadomiony za pośrednictwem poczty elektronicznej (e-mail), na adres podany w reklamacji.
7. Od decyzji Organizatora odmawiającej uznania reklamacji i/lub uwzględnienia roszczenia zgłaszającego reklamację nie przysługuje odwołanie do żadnego organu Organizatora.

§ 15

Postanowienia końcowe

1. Regulamin dostępny jest w siedzibie Organizatora oraz na Stronie Konkursu.
2. Regulamin obowiązuje od chwili jego ogłoszenia na Stronie Konkursu.
3. Jeżeli nic innego nie wynika z postanowień Regulaminu, Uczestnik kontaktuje się z Organizatorem za pośrednictwem adresu email: anastasiya.buryanova@eizba.pl.
4. Uczestnicy zobowiązani są do przestrzegania postanowień Regulaminu.
5. Organizator zastrzega sobie prawo do przyznania dodatkowych nagród bądź wyróżnień według własnego uznania i swobodnej oceny.
6. Wszelkie spory związane z Konkursem będą rozpatrywane przez sąd właściwy dla dzielnicy Śródmieście m.st. Warszawy.
7. Organizator zastrzega sobie prawo do podjęcia ostatecznej decyzji, zmiany Regulaminu, a także odwołania Konkursu. W przypadku zmiany Regulaminu lub odwołania Konkursu, Organizator niezwłocznie opublikuje informację na Stronie Konkursu oraz poinformuje Uczestników poprzez wysłanie wiadomości e-mail o wprowadzeniu zmiany.
8. Audytorem Konkursu jest spółka Sowiński i Partnerzy Kancelaria Radców Prawnych i Doradcy Podatkowego sp. p. z siedzibą w Poznaniu, ul. Wrocławska 6/42, 61-837 Poznań.