

**REGLEMENT
ADCN JAARPRIJZEN VOOR RECLAME & VORMGEVING
2009/2010**

INHOUD	ARTIKEL			PAGINA
Algemeen	1.1	t/m	1.17	1
Restricties inzending	2.1	t/m	2.13	2
Aanlevervoorwaarden	3.1	t/m	3.9	3
Jury's	4.1	t/m	4.16	4
Categorieën	5.1			5
Toelichtingen categorieën	5.2			7
Aanleverspecificaties	6.1	t/m	6.11	10
Overzicht aantallenmenu	7.1	t/m	7.8	15
Kosten	8.1	t/m	8.7	17

- 1.1 De Art Directors Club Nederland (ADCN) biedt inzenders de mogelijkheid tot mededinging naar de Jaarprijzen voor Reclame & Vormgeving in één of meer van de daartoe bepaalde categorieën.
- 1.2 Inzender dient kennis te hebben genomen van de inhoud en tevens in te stemmen met het Reglement geldend voor het inzenden voor de Jaarprijzen voor Reclame & Vormgeving.
Inzender dient daartoe voor akkoord te tekenen op het online gegenereerde en uitgeprinte Specificatie/Verzamelformulier. De ADCN dient dit Specificatie/Verzamelformulier ondertekend per post of fax te ontvangen.
- 1.3 Mededinging staat open voor inzenders van alle uitingen welke gepubliceerd dan wel op andere wijze openbaar gemaakt zijn in de periode tussen 1 januari 2009 en 31 december 2009.
- 1.4 Naast het fysiek inzenden van materialen volgens de aanleverspecificaties stelt de ADCN een online database beschikbaar waar de inzender zich dient te registreren, deelnameformulieren aan te maken én audio-, video- en beeldbestanden up te loaden volgens de aangegeven upload-specificaties.
- 1.5 Een fysieke inzending dient slechts toegevoegd te worden indien dit is aangegeven door ADCN en dient tevens te voldoen aan de restricties, aanlevervoorwaarden en -specificaties. Let op! Zo min mogelijk fysiek aanleveren en géén kartonnen met opgeplakte uitingen aanleveren. Deze beelden worden immers digitaal full-screen getoond op een zeer groot LCD-HD scherm.
- 1.6 Deelnameformulieren dienen door inzender met grote zorgvuldigheid en zo volledig mogelijk te worden ingevuld. Inzender is verantwoordelijk voor de juistheid van de ingevulde gegevens. De gegevens op het deelnameformulier worden als definitieve kopij beschouwd voor alle offline en online presentaties en publicaties. De ADCN behoudt zich het recht voor om correcties aan te brengen en te bepalen welke gegevens worden gepresenteerd en gepubliceerd.
- 1.7 Door in te zenden worden gebruiks- en reproductierechten van het ingezonden werk voor onbepaalde tijd afgestaan aan de ADCN ten behoeve van alle on- en offline presentaties en (vak-)publicaties m.b.t. de ADCN Jaarprijzen voor Reclame & Vormgeving.
- 1.8 Over presentatie en publicatie van de inzending wordt vooraf geen ruggespraak gehouden.
- 1.9 De inzender staat ervoor in dat hij gerechtigd is de toestemming als bedoeld in art. 1.7 te geven en vrijwaart de ADCN voor alle aanspraken van derden ter zake van het openbaar maken of verveelvoudigen van het ingezonden materiaal.
- 1.10 De ADCN is niet aansprakelijk voor schade welke veroorzaakt wordt door verkeerde plaatsing van het materiaal, verwisseling van het materiaal, etc.
- 1.11 Een inzending komt voor beoordeling van de daartoe gekozen jury door inzender in aanmerking indien het voldoet aan de bepalingen opgesteld in het Reglement, aanlevervoorwaarden en -specificaties en betalingsvoorwaarden.
- 1.12 Inzending van een uiting door twee of meer partijen gezamenlijk, geldt als één inzending en kan als zodanig meedingen naar één prijs. Indien een uiting door twee of meer partijen onafhankelijk van elkaar wordt ingezonden voor dezelfde categorie neemt de ADCN contact op om vast te stellen welke partij (of misschien beide partijen) beschouwd moet worden als officiële inzender van de uiting.
- 1.13 De ADCN beschouwt de betalende partij als inzender. Met het bekend maken van de nominaties is de inzender officieel de genomineerde. ADCN maakt onderscheid tussen bureau en inzender, indien het bureau niet de inzender is.
- 1.14 Verzending/transport, gebruik en eventueel retourneren van fysiek materiaal geschiedt voor risico van de inzender; desgewenst dient de inzender het risico zelf te verzekeren. De ADCN en haar medewerkers zijn niet aansprakelijk voor enige schade aan het ingezonden fysieke materiaal.
- 1.15 In beginsel blijven de ingezonden materialen eigendom van de ADCN. Inzender kan aangeven dat hij het fysieke materiaal retour wil. Inzenders krijgen bericht wanneer en waar ze hun inzending kunnen ophalen en zijn zelf verantwoordelijk voor het tijdig ophalen ervan. Indien de ADCN de fysieke materialen niet kan retourneren, kan de inzender hieraan geen rechten ontlenuen of aanspraak maken op enige vergoeding. Met het ophalen van de fysieke materialen wordt het eigendom hiervan aan de inzender terug overgedragen. Na de sluitingsdatum van de gehele editie heeft de ADCN het recht inzendingen te vernietigen, dan wel te verwijderen uit de online inzendedatabase.
- 1.16 In geval van twijfel altijd contact opnemen met de ADCN.
- 1.17 In zaken waarin het Reglement niet voorziet, beslist de directie (eventueel met bestuur en/of jureringscommissie).

Restricties inzending

- 2.1 Voor elke inzending geldt dat alleen de uitingen in aanmerking komen welke gepubliceerd dan wel op andere wijze openbaar gemaakt zijn tussen 1 januari 2009 en 31 december 2009.
- 2.2 Ingezonden materiaal dat in een andere vorm wordt aangeleverd dan is gepubliceerd valt bij de ADCN onder fraude. De ADCN behoudt zich het recht voor de totale inzending van de inzender te diskwalificeren.
- 2.3 Het concept moet in Nederland zijn ontstaan, hetgeen niet uitsluit dat het buiten Nederland gepubliceerd kan zijn.
- 2.4 Adapties op basis van buitenlands werk zijn uitgesloten.
- 2.5 Werk gemaakt in opdracht van of in samenwerking met de ADCN is uitgesloten.
- 2.6 De inzender is verantwoordelijk voor de keuze van inzenden van het werk qua categorie en jury. De ADCN en haar medewerkers kunnen hiervoor niet aansprakelijk gesteld worden.
- 2.7 Ingestuurd werk (zowel fysiek aangeleverd als online ge-upload) dient overeen te komen met de op het deelnameformulier vermelde gegevens.
- 2.8 Dubbel inzenden in dezelfde categorie is niet toegestaan; een uiting kan slechts éénmaal in één en dezelfde categorie meedingen.
Voorbeeld: Een uiting van een dagbladcampagne kan niet óók worden ingezonden als losse uiting bij de dagbladadvertenties. Dit geldt o.a. voor alle advertenties, buitenreclame en commercials.
Wèl kan de uiting ingezonden worden bij alle overige jury's, indien toepasselijk.
Wat ook kan: Inhoudelijk indentieke uitingen in meer dan één categorie inzenden; één en hetzelfde idee uitgewerkt in dagbladen, tijdschriften en bijvoorbeeld billboard-buitenreclame kan in alle drie de categorieën ingezonden worden.
- 2.9 Per campagne kunnen maximaal 5 uitingen ingezonden worden.
- 2.10 Indien van een commercial een TV-, internet- en bioscoopversie bestaat, dient de inzender een keuze te maken welke wordt ingezonden.
- 2.11 Voor alle inzendingen (zowel fysiek aangeleverd als online ge-upload) geldt dat de naam van de maker (ontwerper, betrokken bureau) op geen enkele manier zichtbaar mag zijn, tenzij de inzending het eigen bedrijf/bureau/persoon betreft.
- 2.12 Inzendingen die niet aan de gestelde voorwaarden voldoen, kunnen worden geweigerd.
- 2.13 Bij een verschil van opvatting tussen de inzender en medewerkers van de ADCN, of wanneer de ADCN directie meent dat de inzender het onderhavige Reglement voor het inzenden verkeerd interpreteert, beslist de Jureringscommissie van de desbetreffende categorie, eventueel in samenspraak met het ADCN Bestuur. Deze aanbevelingen zijn bindend.

Aanlevervoorwaarden

- 3.1 Alle inzendingen (zowel fysiek als online ge-upload) dienen **uiterlijk donderdag 14 januari 2010 vóór 16.00 uur** door inzender aangeleverd te zijn. Inzendingen die na deze sluitingsdatum worden aangeleverd worden uitgesloten van mededinging naar de ADCN Jaarprijzen voor Reclame & Vormgeving.
- 3.2 Inzender dient online via www.adcn.nl zich te registreren, deelnameformulieren aan te maken, audio-, video en beeldbestanden up te loaden volgens de aangegeven upload-specificaties. Daarnaast dienen inzendingen fysiek volgens de aanlevervoorwaarden en -specificaties aangeleverd te worden.
Let op! Geen kartonnen meer aanleveren met het artwork daarop geplakt.
- 3.3 Het fysieke materiaal van de inzending dient goed verpakt per inzending met het deelnameformulier in tweevoud aangeleverd te worden.
- 3.4 Elk deelnameformulier heeft betrekking op één inzending in één categorie voor één jury. Indien de inzender een inzending in meerdere categorieën door meerdere jury's wil laten beoordelen dient de inzending samen met het bijbehorende deelnameformulier meerdere malen, dus per jury, aangeleverd te worden (geldt voor zowel fysiek als online ge-upload werk).
- 3.5 De online aangemaakte deelnameformulieren worden samen met het ge-uploade werk in een online database opgeslagen achter de inlog van de inzender.
- 3.6 Inzender dient de deelnameformulieren als PDF uit te printen via het printer-icoon bij 'Beheer inzending'. Schermafdrucken met de gegevens van het deelnameformulier worden niet geaccepteerd.
- 3.7 Het deelnameformulier dient bij eventueel aangeleverde kartonnen (indien aangegeven bij Fysiek aanleveren) op de achterkant geplakt met plakband (géén lijm), bij verpakkingen, boeken, premiums, e.d. bijgevoegd of aangehecht.
- 3.8 Buiten op de verpakking van de inzending dient duidelijk zichtbaar een envelop met het ondertekende, originele Specificatie/Verzamelformulier gevoegd te worden. Deze dient tevens als paklijst.
- 3.9 Aanleveren kan op werkdagen tussen 10.00 uur en 16.00 uur op het kantooradres van de ADCN; W.G. Plein 504, 1054 SJ AMSTERDAM.

- 4.1 De ADCN benoemt Jureringscommissies voor de in dit artikel 4.15 van dit Reglement genoemde jury's .
- 4.2 De Jureringscommissies bestaan veelal uit juryleden van de jury's van het voorgaande jaar.
- 4.3 De Jureringscommissies benoemen de juryleden voor de diverse jury's.
- 4.4 De jury's bestaan uit tenminste vijf personen uit het beroepsveld.
- 4.5 De jury's beoordelen welke inzendingen genomineerd dan wel bekroond worden.
- 4.6 Juring vindt plaats op basis van vooraf door de desbetreffende jury vastgestelde criteria.
- 4.7 De leden van de ADCN met stemrecht beoordelen tevens welke inzendingen genomineerd dan wel bekroond worden.
- 4.8 De leden van de ADCN hebben stemrecht verkregen met het eerder behalen van een Nominatie dan wel Bekroning.
- 4.9 De benoemde jury's nomineren en/of bekronen met meerderheid van stemmen.
- 4.10 Indien een jurylid betrokken is op de te beoordelen inzending wordt de stemverhouding aangepast.
- 4.11 Indien een ADCN-lid betrokken is op een te beoordelen inzending, wordt tevens de stemverhouding aangepast berekend.
- 4.12 Elke benoemde jury heeft een voorzitter die verantwoordelijk is voor het schrijven van het juryrapport. Het juryrapport wordt gepubliceerd in het Reclame Jaarboek.
- 4.13 De beslissing van de jury's en die van de Jureringscommissies zijn bindend. Over de uitslag wordt niet gecorrespondeerd.
- 4.14 April 2010 krijgen de inzenders die genomineerd zijn bericht. De overige inzenders krijgen uiterlijk de volgende dag bericht. Welk werk in welke categorie het betreft en welke verheven worden tot een Bekroning blijven geheim tot de officiële prijsuitreiking. Tevens worden de winnaars bekend gemaakt tijdens de ADCN Uitreiking.
- 4.15 De jury's voor 2010 zijn:

- Jury Print & Buitenreclame
- Jury Commercials
- Jury Geïntegreerd
- Jury Interactief
- Jury Actiemarketing
- Jury Grafische Vormgeving
- Jury Verpakkingen
- Jury Jong Talent
- Jury Actualiteit
- Jury Artdirection
- Jury Copy
- Jury Filmregie
- Jury Young Directors
- Jury Fotografie
- Jury Geluid
- Jury Illustratie

- 4.16 De ADCN Ledenjury zal voor 2010 tevens de volgende categorieën jureren:

- Print & Buitenreclame
- Commercials
- Geïntegreerd
- Interactief
- Actiemarketing
- Grafische Vormgeving
- Verpakkingen

5.1 De categorieën voor 2010 zijn:

Advertenties

- 1A Dagbladadvertentie
- 1B Dagbladcampagne
- 1C Tijdschriftadvertentie
- 1D Tijdschriftcampagne
- 1E Vakbladadvertentie
- 1F Vakbladcampagne

Buitenreclame

- 2A Buitenreclame
- 2B Buitenreclame campagne

Commercials

- 3A TV commercial
- 3B TV commercial campagne
- 3C Internetcommercial
- 3D Internetcommercial campagne
- 3E Bioscoopcommercial
- 3F Bioscoopcommercial campagne
- 3G Radiocommercial
- 3H Radiocommercial campagne

Geïntegreerd

- 4A Geïntegreerde communicatie

Interactief

- 5A Websites
- 5B Online adverteren
- 5C Interactieve film
- 5D E-mail
- 5E Mobile
- 5F Games/Gaming
- 5G Andere interactieve toepassingen

Actiemarketing

- 6A Direct marketing
- 6B Direct response
- 6C Sales promotion
- 6D Joint promotion
- 6E Virale marketing
- 6F Indoor
- 6G Instore marketing
- 6H Brand experience/Events
- 6I Special occasion
- 6J Andere toepassingen

Grafische Vormgeving

- 7A Affiches
- 7B Boeken/Catalogi
- 7C Boekomslagen
- 7D Tijdschriften/Kranten/Periodieken
- 7E Redactionele artikelen
- 7F Huisorganen
- 7G Huisstijlen
- 7H Folders/Brochures
- 7I Jaarverslagen
- 7J Kalenders/Agenda's
- 7K CD's/DVD's (hoezen, e.d.)
- 7L Zegels/Waardepapieren
- 7M Instructie
- 7N Ruimtelijke toepassing corporate identity
- 7O Winkels/Showrooms/Restaurants e.d.
- 7P Winkelontwerp/Retailformule/Shop in shop
- 7Q Stands/Evenementen
- 7R Tentoonstellingen/Musea
- 7S Andere grafische toepassingen

Verpakkingen

- 8A Verpakking
- 8B Display
- 8C Brand identity
- 8D Diversen

Jong Talent

- 9A Jong Talent

Deelbekroningen

- Actualiteit
- Artdirection
- Copy
- Filmregie
- Young Directors
- Fotografie
- Geluid
- Illustratie

5.2 Toelichtingen bij categorieën die dat eventueel behoeven:

1A t/m 1F Advertenties (los en campagnes):

Dagbladen (inclusief advertenties uit bijlagen)
Tijdschriften (inclusief 'special interest' bladen)
Vakbladen

OPM:

- Per campagne kunnen maximaal 5 uitingen ingezonden worden.

2A t/m 2B Buitenreclame (los en campagnes):

Posters op zuilen, openbaar vervoer, billboards, abri's, mupi's e.a.

OPM:

- Per campagne kunnen maximaal 5 uitingen ingezonden worden.

3A t/m 3F Commercials (los en campagnes):

TV commercials
Internetcommercials
Bioscoopcommercials
Radiocommercials (plus radioscript)

OPM:

- Per campagne kunnen maximaal 5 uitingen ingezonden worden.
- Indien er sprake is van een tag on, deze na de commercial met 12 zwarte frames er tussen monteren (zie specificaties videobestand 6.5.1.A)
- Voor Young Directors gelden andere inzendingmogelijkheden (zie pagina 9)

4A Geïntegreerde communicatie:

Concepten waarbij sprake is van synergie tussen de verschillende ingezette middelen; de uitingen vullen elkaar verrassend aan en versterken het creatieve concept.

Wat verstaan we verder onder geïntegreerd?

Campagnes of acties waarbij vanuit één centraal idee alle ingezette media:

- a) onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn en zo dus één geheel vormen;
- b) zodanig bij elkaar optellen dat de campagne er zijn unieke karakter aan ontleent (de som is beter dan de afzonderlijke delen);
- c) de ingezette media op een verrassende, nieuwe manier zijn gecombineerd;
- d) afzonderlijk uitstekend en mediumspecifiek zijn uitgevoerd.

Wat verstaan we niet onder geïntegreerd?

- a) acties of campagnes waarbij beeld en/of tekst één op één zijn doorvertaald in x-aantal media.
- b) online video/virale video waarbij het geïntegreerde zit in de combinatie van film en internet. Dit hoort bij TV of internet.
- c) PR acties waarbij free publicity meegerekend is in de middelenmix. Zeker wanneer er slechts één medium is ingezet en de rest (onvoorspelbare) publicitaire spin-off is.

6A Direct marketing:

Bij Direct marketing wordt getracht boodschappen direct aan de consument over te brengen, waarbij direct geadresseerd wordt aan de doelgroep. Voorbeelden zijn: Mailings (post, fax), E-mailings, SMS, e.d.

6B Direct response:

Bij Direct response wordt getracht de consument direct te laten reageren op het aangeboden. Voorbeelden zijn: Infomercials, TV, print, radio, e.d.

6C Sales promotion:

Dit zijn promotionele activiteiten die tot doel hebben een direct verkoopeffect te genereren. Ingezet voor een van te voren vastgestelde tijdsduur ter vergroting en stimulering van de vraag en ter bekendmaking van productverkrijgbaarheid. Voorbeelden zijn: Samplingprogramma's, actiematige radiocommercials, contests, coupons, premiums, e.d.

6D Joint promotion:

Een Joint promotion is een promotie opgezet door twee of meer merken en/of diensten waarbij een (tijdelijk) voordeel aan de consument wordt geboden.

6E Virale marketing:

Dit is een marketing techniek die poogt bestaande sociale netwerken te exploiteren om zo de bekendheid van een merk te vergroten of positieve associaties te bewerkstelligen op een wijze die vergelijkbaar is met een virale epidemie. Virale marketing heeft tot doel een individu of doelgroep ertoe te zetten een boodschap door te sturen, hetgeen een exponentiële groei van het bereik van een boodschap kan creëren. Voorbeelden zijn: Bannering, e-cards, games, filmpjes, e.d.

6F Indoor:

Indoormedia poogt de consument te bereiken op diverse veel bezochte locaties en ontmoetingsplaatsen zoals café's, restaurants, (sport-)clubs, theaters, e.d. Voorbeelden zijn: Kaarten, (WC-)Posters, Folders/Leaflets, Bierviltjes, e.d.

6G Instore marketing:

Alle aankoopstimulerende concepten en communicatie in winkels met als doel de consument tot aankoop over te laten gaan. Voorbeelden zijn: Displays, Point of Purchase (P.o.p.), Point of Sale (P.o.s.), Narrowcasting, e.d.

6H Brand experience/Events:

Bij Brand experience draait het om het 'beraken' van de doelgroep door producten en diensten op een tastbare manier in contact te brengen met de doelgroep. Het uiteindelijke doel is het aanbrenge van een meerwaarde aan het product of de dienst. Tevens ter stimulatie merkbekendheid en bevorderen van imago/uitstraling van product/dienst. Voorbeelden zijn: Evenementen, sponsorships, TV programma's, fotomarketing, goede doelen, e.d.

6I Special occasion:

Speciale aangelegenheden die onder de aandacht worden gebracht. Voorbeelden zijn: Gelegenheidsdrukwerk, relatiegeschenken, t-shirts, stickers, uitnodigingen, activiteiten, e.d.

6J Andere toepassingen:

Te denken valt aan: Interne motivatieprogramma's, loyaltyprogramma's, e.d.

7M Instructie:

Voorbeelden zijn: Gebruiksaanwijzingen, pictogrammen, symbolen, bewegwijzering, e.d.

9A Jong Talent:

Voor deelname aan mededinging naar de Jong Talent Lamp dient de deelnemer niet ouder dan 31 jaar te zijn. De potentiële deelnemer dient de briefing voor Jong Talent aan te vragen via inzenden@adcn.nl. Deelnemer is ADCN € 15,- registratiekosten verschuldigd.

Voor het aanleveren geldt als sluitingsdatum donderdag 14 januari 16.00 uur.

Deelbekroningen:

Bij Deelbekroningen betreft het de discipline waarvoor ingezonden wordt.
[Bv. de Jury Deelbekroning Artdirection beoordeelt de inzending op artdirection.
Indien het werk wordt bekroond wordt de Deelbekroning uitgereikt aan de artdirector(s)]

- Een uiting kan naast de eerder genoemde categorieën eveneens voor 1 of meer deeljury's worden ingezonden, indien van toepassing.
- De inzending dient per deeljury ingezonden te worden.
- Voor Artdirection, Copy, Filmregie, Young Directors, Fotografie, Geluid en Illustratie dient een campagne door één en dezelfde (óf dezelfde samenstelling van) artdirector, copywriter, filmregisseur, fotograaf, sounddesigner of illustrator gemaakt te zijn. Zo niet, dient er apart te worden ingezonden.

OPM:

- Per campagne kunnen maximaal 5 uitingen ingezonden worden.

Inzenden voor Deelbekroning Geluid

- De jury beoordeelt de inzendingen waarbij sounddesign en/of muziek conceptueel de boodschap versterkt en een attentieverhogend effect teweegbrengt.
- Er dient op het deelnameformulier een keuze gemaakt te worden tussen sounddesign, muziek of beide.

Inzenden voor Deelbekroning Young Directors

- De ADCN en VCP werken samen om beginnende regisseurs een internationaal podium te geven. Regisseurs die inzenden voor de ADCN Deelbekroning Young Directors, worden vervolgens door de VCP benaderd om ook in te zenden voor de Young Director Award (YDA). Zij hoeven dan niet meer te betalen voor deze YDA-inzending(en). Meer informatie over de Young Director Award? Kijk op www.vcp.nl.
- Studenten zenden altijd gratis in.
- De ADCN Deelbekroning Young Directors wordt tijdens de ADCN Uitreiking uitgereikt.
- De Young Directors Award wordt tijdens het Cannes Filmfestival uitgereikt.
- De categorieën zijn onderverdeeld in:
 - Uitgezonden commercial
 - Test commercial
 - Studenten commercial
 - Branded short film
 - Viral commercial

OPM:

- Per campagne kunnen maximaal 4 uitingen ingezonden worden.
Voor het inzenden voor deze jury komen alleen de eerste vier commerciële projecten (commercials) van de Young Director(s) in aanmerking.
- Een inzending kan gemaakt zijn door meerdere Young Directors, indien het een campagne betreft dient er sprake te zijn van een zelfde samenstelling van regisseurs).
- De commercials zijn vervaardigd tussen 1 januari t/m 31 december 2009
- Maximale lengte is 80 seconden.

Aanleverspecificaties

Presentatievoorwaarden per mediumtype
ADCN Jaarprijzen voor Reclame & Vormgeving

ONLINE UPLOADEN:

6.1 Algemeen over upload-capaciteit van de inzender en capaciteit van de ADCN servers

De deelnameformulieren worden via de webbrowser op de computer van de inzender aangemaakt, nadat inzender zich heeft geregistreerd en een account heeft aangemaakt in de online-inzenddienst via de ADCN homepage. De volgende stap die inzender dient te maken is het aangeven van de aantallen van de bestanden behorende bij de inzending in het zgn. Aantallenmenu (zie overzicht aantallenmenu artikel nr.7 op pagina 15/16). De snelheid van het uploaden van de bestanden is afhankelijk van het internetabonnement van de inzender. Hoe breder de internetband is (bandbreedte) hoe makkelijker dit zal gaan. Uit onderzoek is echter gebleken dat niet elke inzender voldoende upload-capaciteit zal hebben (niet te verwarren met download-capaciteit). Bovendien kunnen webbrowsers en/of de ADCN servers time-outs aangeven, indien inzender meer dan 2 bestanden tegelijkertijd tracht up te loaden. De upload-capaciteit vermindert ook wanneer er tegelijkertijd meerdere uploads worden gedaan op verschillende computers, op dezelfde internetverbinding.

Daarom biedt de ADCN 2 upload-mogelijkheden aan inzender:

6.1.1 1. Uploaden via de webbrowser op computer van inzender

Het uploaden na het aanmaken van het deelnameformulier via de webbrowser koppelt het bestand direct aan de inzending. Het al met succes ge-uploade bestand wordt opgeslagen in een soort bestanden-bibliotheek en kan eventueel opnieuw aan een ander deelnameformulier gekoppeld worden door te klikken op [selecteer reeds geupload bestand]. Bestanden worden met de titel en datum bijgehouden. Het webbrowser gerelateerde uploaden is echter alleen geschikt voor bestanden met de beperkte bestandsgrootte, zoals aangegeven in de opgesomde bestandspecificaties. Bovendien kan het webbrowser gerelateerde uploaden vertragingen, time-outs en zelfs mislukte uploads veroorzaken.

6.1.2 2. Uploaden via FTP

Bij het aanmaken van een account als inzender d.m.v. de registratie, wordt er ook een account aangemaakt op de ADCN FTP server. Gebruik een sftp client en maak verbinding met <ftp.adcn.nl>. De loginnaam en het wachtwoord hiervoor zijn hetzelfde als voor de site. Omdat de ftp server gebruik maakt van een beveiligde verbinding moet de verbinding lopen via poort 990 en dient er een sftp client gebruikt te worden, zoals het gratis programma FileZilla. Gebruik de FTP server alleen voor bestanden die bij een inzending voor de ADCN horen! Een keer per dag worden alle bestanden van de FTP server overgezet en indien nodig geconverteerd. Per ge-upload bestand ontvangt inzender een e-mail of het uploaden en converteren is gelukt. Vanaf dat moment kunnen de bestanden teruggevonden worden via de webapplicatie bij 'Beheer inzending', onder het kopje: [selecteer reeds geupload bestand]. Het bestand kan nu gekoppeld worden aan de inzending om de inzending compleet te maken. Voor het uploaden van bestanden via de FTP server gelden dezelfde specificaties, behalve dat de bestandsgrootte groter kan zijn.

6.2 Digitale bestanden dienen overeen te komen met fysiek aangeleverde materialen

Alle digitale bestanden die online ge-upload worden door inzender dienen te allen tijde overeen te komen met het eventueel fysiek aangeleverde materiaal en vice versa. Dit mag in geen enkel geval afwijken. [Bijv. Als er sprake is van een digitaal bestand(en) dat het beeld van 3 verschillende boekjes betreft, kan het niet zo zijn dat er fysiek 5 verschillende boekjes en een poster aangeleverd worden]. Hetgeen online getoond wordt komt dan niet meer overeen met wat de jury jureert.

6.3 Uitzondering om vernieuwing aan te kunnen tonen

Er geldt slechts een uitzondering indien inzender een oude lijn en/of uiting extra fysiek aanlevert om de vernieuwing/restyling te kunnen aantonen voor de jury. Inzender dient dan echter alleen de vernieuwde lijn en/of uiting up te loaden.

6.4 Tip voor de categorieën Geïntegreerd/Interactief/Actiemarketing/Grafische Vormgeving

Voor een optimale beoordeling is het aan te bevelen om van een case een compilatie (max. 5 minuten met de focus op creativiteit) van de inzending als videobestand up te loaden. Dit kan een goede impressie geven van de totale inzending. Bij de categorie Interactief houdt dit in dat de compilatie online gepubliceerd dient te worden op een URL-adres (bij deze categorie kan geen videobestand ge-upload worden).

Specificaties bestanden

- 6.5 De inzender dient bij het aangemaakte deelnameformulier, die betrekking heeft op de inzending, verplicht bestanden up te loaden volgens onderstaande bestandsspecificaties genoemd in 6.5.1.A t/m 6.5.4.B Indien het bestand afwijkt van onderstaande specificaties is het niet mogelijk om deze te koppelen aan het deelnameformulier van de inzending en zal deze als incompleet geregistreerd worden. De inzending kan dan niet ingezonden worden totdat het juiste bestandformaat is ge-upload.

Verder is het belangrijk te weten: hoe beter de kwaliteit van de bestanden, hoe mooier de ADCN het artwork kan tonen tijdens de online Ledenjurering (alle hoofdcategorieën), de voorrondes van de diverse vakjury's (de inzendingen behorende bij desbetreffende jury) en de online Kijkdagen (alle inzendingen).

- > ! **Inzender verplicht zich om het werk altijd na het uploaden het artwork volledig te previewen om zélf te controleren of het werk zich goed toont/afspeelt (incl. geluid). Beeldproblemen die kunnen voorkomen zie verderop art. 6.6 (zover bekend bij ADCN).**

Bovendien wordt al het werk, dat online is ge-upload, bij de ADCN full-frame (of full-screen) getoond aan de jury's op een zeer groot LCD-HD scherm. Let op! Bestanden van mindere kwaliteit worden daarmee helaas genadeloos minder goed getoond.

6.5.1.A Videobestand:

- Een videobestand per commercial
- > **MPEG-2**,
- Vergeet niet in de header de video aspect ratio 16:9 of 4:3 aan te geven!
- [Zonder colorbar, slates, countdown!]
- Breedte 720 pixels hoogte 576 pixels [aspect ratio 4:3 PAL]
 òf breedte 720 pixels hoogte 576 pixels [aspect ratio 16:9 PAL, Full Height Anamorphic (FHA)]
- Video bitrate minimaal 7500 kbps
- (4.2.0. program stream)
- Framerate 25 fps
- 12 zwarte frames vóór de video en ná de video
- (Gopsize: 12)
- Audio codec MPEG-1 Audio Layer 2
- Audio bitrate 384 kbps
- Audio frequentie 48 kHz
- > Via webbrowser max. 75 MB
- > Via FTP geen MB grens

6.5.1.B Videostill

- Een still per videobestand
- > **JPEG**, Ongecomprimeerd!
- [Zonder (zwarte) balken]
- Resolutie 72 ppi
- Passend binnen breedte 720 pixels hoogte 576 pixels
- RGB
- > Via webbrowser max. 5 MB
- > Via FTP geen MB grens

6.5.2.A Audiobestand:

- Een audiobestand per commercial
- > **MP3**
- [Zonder referentietoon!]
- Bitrate 320 kbps
- Frequentie 44,1 kHz
- > Via webbrowser max. 25 MB
- > Via FTP geen MB grens

6.5.2.B Radioscript

- Microsoft Word DOC (Office '97-2003) of DOCX (Office 2007)
 òf Plain text document TXT
- > Uploadgrens max. 5 MB

6.5.3 **Afbeelding óf Afbeelding in context**

(-> Let op! Context betekent hier dat er d.m.v. radiobuttons aangegeven dient te worden of het puur een afbeelding betreft óf dat het een printuiting betreft. Dit ter verduidelijking voor het jureringsproces; het gebruik aan media wordt daarmee aangegeven.)

■ Een beeld per uiting/inzending (of bijvoorbeeld serie voor een juiste impressie online)

> **JPEG**, Ongecomprimeerd!

□ [Schoonformaat; zónder overvul, paskruizen en/of snijtekens]

□ Resolutie 72 ppi

□ Breedte en hoogte max. 2800 bij 2800 pixels

[zo groot mogelijk binnen 2800 bij 2800 pixels]

□ RGB

> Via webbrowser max. 5 MB

> Via FTP geen MB grens

6.5.4.A **Screenshot**

■ Een screenshot per uiting/inzending behorende bij de interactieve inzending

> **JPEG**, Ongecomprimeerd!

□ Resolutie 72 ppi

□ Breedte en hoogte max. 2800 bij 2800 pixels

[zo groot mogelijk binnen 2800 bij 2800 pixels]

□ RGB

> Via webbrowser max. 5 MB

> Via FTP geen MB grens

6.5.4.B ■ **Webadres behorend bij interactieve inzending:**

> Alle interactieve inzendingen dienen met een eigen **URL-adres** aangegeven te worden, waar alleen dat wat de inzending betreft valt te bezichtigen. Dus niet meerdere inzendingen op één URL en géén andere zaken (toelichtingen, de naam van de maker, etc.) op het URL-adres dan de inzending. Vul bij URL het complete adres (inclusief <http://>) in.

□ Bij Log-in gegevens dient u de eventuele log-in gegevens tot toegang van de site in te vullen. Indien hier geen sprake van is s.v.p. niets invullen.

□ Het URL-adres (en de Log-in) dient tot en met mei 2010 actief te zijn.

6.6 **Onderstaande problemen kunnen met de preview geconstateerd worden:**

> De afbeelding toont allemaal vreemde kleuren.

De JPEG heeft een CMYK kleurcodering. Deze moet geschikt voor het web zijn en omgezet worden naar een RGB kleurcodering.

> De video toont zich niet in de goede verhouding.

Bij de MPEG-2 is in de header vergeten de video aspect ratio van 16:9 of 4:3 aan te geven.

De ADCN heeft de voorkeur dat de inzender een nieuwe MPEG-2 upload waar dit wel in is aangegeven. Dan is het zeker dat het op alle kijkmomenten (vakjurering bij ADCN, online vak- en ledenjurering, Kijkdagen, Nominatie uitgave, Uitreiking, Archief) het werk goed getoond wordt.

Indien inzender hiertoe geen mogelijkheden heeft kan de inzender bij de preview zelf de aspect ratio aanpassen.

FYSIEK AANLEVEREN:

- 6.7.1 De inzender dient de inzending slechts fysiek aan te leveren als de categorie hieronder voorkomt. Volgens onderstaande aanleverspecificaties genoemd in 6.8 t/m 6.11
- 6.7.2 Al het fysiek aangeleverde dient online aangegeven te worden, d.m.v. een korte omschrijving van het fysiek aangeleverde. (De inzender dient online in het Aantallenmenu het fysieke aantal op 1 te zetten, waarna het tekstveld wordt geactiveerd en aangegeven dient te worden welke en hoeveel objecten er naar de ADCN verzonden worden)
- 6.7.3 Bij al het fysiek aangeleverde dient het **deelnameformulier** bijgevoegd te zijn op de verpakking van de inzending(-en). (Voor de aanlevvoorwaarden, zie artikel 3.)
- 6.7.4 Fysiek aangeleverde materialen dienen overeen te komen met de digitale bestanden. Alle digitale bestanden die online ge-upload worden door inzender dienen te allen tijde overeen te komen met het eventueel fysiek aangeleverde materiaal en vice versa. Dit mag in geen enkel geval afwijken. [Bijv. Als er sprake is van een digitaal bestand(en) dat het beeld van 3 verschillende boekjes betreft, kan het niet zo zijn dat er fysiek 5 verschillende boekjes en een poster aangeleverd worden]. Hetgeen online getoond wordt komt dan niet meer overeen met wat de jury jureert.
- 6.7.5 Uitzondering om vernieuwing aan te kunnen tonen. Er geldt slechts een uitzondering indien inzender een oude lijn en/of uiting extra fysiek aanlevert om de vernieuwing/restyling te kunnen aantonen voor de jury. Inzender dient dan echter alleen de vernieuwde lijn en/of uiting up te loaden.
- 6.8 **Geïntegreerd/Actiemarketing/Grafische Vormgeving:**
Lever zo compleet en overzichtelijk mogelijk aan voor een optimale beoordelingsprocedure. Het verdient aanbeveling om van een case een impressie van de inzending (max. 5 minuten met de focus op creativiteit en niet op bijvoorbeeld effectiviteit) als videobestand up te loaden; denk hierbij aan evenementen, speciale live-acties, tentoonstellingen, etc. Naast het uploaden van bestanden, kan onderstaande fysiek aangeleverd worden.
- Onderdelen van de inzending kunnen in originele staat ingezonden worden indien ze 'handzaam' zijn en het een 3D object betreft.
 - Uitingen met een klein formaat (bijvoorbeeld: bierviltjes, munten, flyers) aanleveren geplakt op max. 5 witte kartonnen, formaat A2 (59x42 cm) of formaat A1 (59x84 cm).
 - Eventueel volgorde van de inzending aangeven met genummerde stickers.
 - ***Geén Affiches/Posters en kartonnen met de plaatjes van de uiting(en) erop geplakt aanleveren! Gebleken is dat het digitaal tonen in full-frame (of full-screen) op het grote LCD-HD scherm helemaal volstaat.***
- 6.9 **Verpakkingen:**
- Verpakkingen bij voorkeur leeg en eventueel plano aanleveren.
 - Indien er sprake is van vernieuwing, de oude verpakking mee inzenden. Geef duidelijk aan wat nieuw en wat oud is.

6.10 Deelbekroning Fotografie

De inzender dient:

- De oorspronkelijk gemaakte foto als foto-afdruk bij te voegen
[in een envelop aangehecht bij de toegepaste uiting]

èn

- de bewerkte foto (indien aanwezig) bij te voegen
[in een envelop aangehecht bij de toegepaste uiting]

èn

- de toegepaste uiting **online uploaden**, zoals is aangegeven onder de bestandsspecificatie omschreven bij Afbeelding (artikel 6.5.3).

èn

- tevens de oorspronkelijke (en indien aanwezig, de bewerkte) foto op CD-Rom:
> Afbeelding zoals omschreven is in art. 6.5.3 op pagina 12 van het Reglement, te weten:

Afbeelding óf Afbeelding in context

(-> Let op! Context betekent hier dat er d.m.v. radiobuttons aangegeven dient te worden of het puur een afbeelding betreft óf dat het een printuiting betreft. Dit ter verduidelijking voor het jureringsproces; het gebruik aan media wordt daarmee aangegeven.)

- Een beeld per uiting/inzending (of bijvoorbeeld serie voor een juiste impressie online)

> **JPEG**, Ongecomprimeerd!

- [Schoonformaat; zònder overvul, paskruizen en/of snijtekens]

- Resolutie 72 ppi

- Breedte en hoogte max. 2800 bij 2800 pixels

[zo groot mogelijk binnen 2800 bij 2800 pixels]

- RGB

> Via webbrowser max. 5 MB

> Via FTP geen MB grens

Niet meer dan 1 inzending op 1 CD-Rom; vermelden naam inzender, opdrachtgever, titel en autocode (dat rechtsboven op het deelnameformulier staat) op zowel beelddrager als hoes.

6.11 Jong Talent:

Deelnemer is niet ouder dan 31 jaar.

- Kopie identiteitsbewijs bijvoegen.

- Het concept op de briefing bij voorkeur uitgewerkt aanleveren. Schetsen, omschrijvingen, scripts, etc. volstaan ook in conceptvorm, dus hoeven niet volledig gerealiseerd te zijn.

- Deelnameformulier in tweevoud bijvoegen.

- Indien mogelijk een CD-rom aanleveren met het beeld van het concept. De specificaties van de bestanden, zijn te vinden onder de specificaties van de bestanden die online ge-upload dienen te worden (zie artikel 6.5.1.A t/m 6.5.4.B).

Overzicht Aantallenmenu

Minimaal en maximaal type bestand uploaden per categorie en fysiek omschrijvingsveld

7.1	ADVERTENTIES	losse uiting	campagne
		AFB	AFB
1A	Dagbladadvertentie	1 - 1	
1B	Dagbladcampagne		2 - 5
1C	Tijdschriftadvertentie	1 - 1	
1D	Tijdschriftcampagne		2 - 5
1E	Vakbladadvertentie	1 - 1	
1F	Vakbladcampagne		2 - 5

7.2	BUITENRECLAME	losse uiting	campagne
		AFB VIDEO	AFB VIDEO
2A	Buitenreclame	1 - 3	0 - 1
2B	Buitenreclamecampagne		2 - 5 0 - 5

7.3	COMMERCIALS	losse uiting	campagne
		AUDIO VIDEO URL	AUDIO VIDEO URL
3A	TV commercial	1 - 1	
3B	TV commercial campagne		2 - 5
3C	Internetcommercial	1 - 1 0 - 1	
3D	Internetcommercial campagne		2 - 5 0 - 5
3E	Bioscoopcommercial	1 - 1	
3F	Bioscoopcommercial campagne		2 - 5
3G	Radiocommercial	1 - 1	
3H	Radiocommercial campagne		2 - 5

7.4	GEÏNTEGREERD	campagne
		AFB C. AUDIO VIDEO URL FYS
4A	Geïntegreerde communicatie	1 - 10 0 - 5 0 - 5 0 - 5 0 - 1

7.5	INTERACTIEF	losse uiting	éénmalige actie	campagne	serie	totaalconcept
		URL	URL	URL	URL	URL
5A	Websites					1 - 1
5B	Online adverteren	1 - 1		1 - 5		
5C	Interactieve film	1 - 1		1 - 5		
5D	E-mail		1 - 1	1 - 1		
5E	Mobile		1 - 1	1 - 5		
5F	Games/Gaming	1 - 1			1 - 5	
5G	Andere interactieve toepas.	1 - 1	1 - 1	1 - 5		1 - 5

7.6	ACTIEMARKETING	losse uiting	éénmalige actie
		AFB AFB C. AUDIO VIDEO URL FYS	AFB AFB C. AUDIO VIDEO URL FYS
6A	Direct marketing		1 - 5 0 - 1 0 - 1
6B	Direct response	1 - 1 0 - 1 0 - 1 0 - 1	
6C	Sales promotion	1 - 5 0 - 1 0 - 1 0 - 1	
6D	Joint promotion	1 - 5 0 - 1 0 - 1 0 - 1	
6E	Virale marketing	1 - 1 0 - 1 0 - 1	
6F	Indoor	1 - 1 0 - 1 0 - 1 0 - 1	
6G	Instore marketing	1 - 1 0 - 1 0 - 1 0 - 1	
6H	Brand Experience/Events		
6I	Special occasion	1 - 1 0 - 1 0 - 1 0 - 1	
6J	Andere toepassingen		1 - 1 0 - 1 0 - 1 0 - 1

Verklaring termen	
AFB	JPEG Afbeelding
AFB C.	JPEG Afbeelding in context
AUDIO	MP3 Audiobestand
VIDEO	MPEG-2 Videobestand
URL	Webadres van interactief onderdeel
FYS	Fysiek materiaal: de inzender dient online in het Aantallenmenu het fysieke aantal op 1 te zetten, waarna het tekstveld wordt geactiveerd en aangegeven dient te worden welke en hoeveel objecten er naar de ADCN verzonden worden.

vervolg	ACTIEMARKETING	campagne	serie	totaalconcept
		AFB AFB C. AUDIO VIDEO URL FYS	AFB AFB C. AUDIO VIDEO URL FYS	AFB AFB C. AUDIO VIDEO URL FYS
6A	Direct marketing	1 - 10	0 - 5 0 - 1	
6B	Direct response	1 - 5 0 - 5 0 - 5 0 - 5	0 - 1	
6C	Sales promotion		1 - 10 0 - 5 0 - 5 0 - 5	0 - 1
6D	Joint promotion			1 - 10 0 - 5 0 - 5 0 - 5 0 - 1
6E	Virale marketing	1 - 5 0 - 5 0 - 5	0 - 5	
6F	Indoor		1 - 10 0 - 5 0 - 5 0 - 5	0 - 1
6G	Instore marketing			1 - 10 0 - 5 0 - 5 0 - 5 0 - 1
6H	Brand Experience/Events			1 - 10 0 - 5 0 - 5 0 - 5 0 - 1
6I	Special occasion		1 - 5 0 - 5 0 - 5 0 - 5	0 - 1
6J	Andere toepassingen			1 - 10 0 - 5 0 - 5 0 - 5 0 - 1

7.7	GRAFISCHE VORMGEVING	losse uiting				serie				totaalconcept									
		AFB	AFB C.	VIDEO	URL	FYS	AFB	AFB C.	VIDEO	URL	FYS	AFB	AFB C.	VIDEO	URL	FYS			
	7A	1 - 1				2 - 5													
	7B	1 - 5				1 - 1				2 - 10									
	7C	1 - 5				1 - 1				2 - 10									
	7D	1 - 5				2 - 10													
	7E	1 - 5		0 - 1		2 - 10		0 - 5											
	7F	1 - 10		0 - 1		0 - 1		0 - 1		2 - 15		0 - 5		0 - 5		0 - 1			
	7G	1 - 15		0 - 1		0 - 1		1 - 1											
	7H	1 - 5		0 - 1		1 - 1		2 - 10		0 - 5		1 - 1							
	7I	1 - 5		0 - 1		1 - 1		2 - 10		0 - 5		1 - 1							
	7J	1 - 5		1 - 1		2 - 10		1 - 1											
	7K	1 - 5		1 - 1		2 - 10		1 - 1											
	7L	1 - 5		1 - 1		2 - 10		1 - 1											
	7M	1 - 5		0 - 1		0 - 1		0 - 1		2 - 10		0 - 5		0 - 5		0 - 1			
	7N	Ruimtelijke toepassing ...								1 - 10		0 - 1							
	7O	Winkels/Showrooms/...								1 - 10		0 - 1							
	7P	Winkelontwerp/Retailformule/...								1 - 10		0 - 1							
	7Q	Stands/Evenementen								1 - 10		0 - 1							
	7R	Tentoonstellingen/Musea								1 - 10		0 - 1							
	7S	Andere grafische toepassingen		1 - 10		0 - 1		0 - 1		0 - 1		2 - 15		0 - 5		0 - 5		0 - 1	

7.8	VERPAKKINGEN	losse uiting		serie		
		AFB	FYS	AFB	FYS	
	8A	Verpakking	1 - 3	1 - 1	1 - 8	1 - 1
	8B	Display	1 - 3	1 - 1	1 - 8	1 - 1
	8C	Brand identity	1 - 3	1 - 1	1 - 8	1 - 1
	8D	Diversen	1 - 3	1 - 1	1 - 8	1 - 1

- 8.1 Met het online aanmaken van het deelnameformulier voor de inzending wordt automatisch de daartoe bepaalde kosten behorend bij de inzending gegenereerd op de Factuur en het Specificatie/Verzamelformulier. De Factuur bestaat uit één A4 met het totaalbedrag en het Specificatie/Verzamelformulier bestaat uit een volledig gespecificeerd formulier (die uit meerdere pagina's kan bestaan) waar alle inzendingen met titel, jury en categorie vermeld staan. Tevens staat het BTW-bedrag en de eventuele korting apart vermeld op beide formulieren.
- 8.2 Via de hoofdnavigatie onder het kopje 'Betalen' kunnen de Factuur en het Specificatie/Verzamelformulier gemaakt en bewerkt worden. Het is mogelijk om meerdere facturen aan te maken indien inzender het handig vindt gefaseerd de facturen met de desbetreffende inzendingen aan te maken.
- 8.3 De Factuur en het Specificatie/Verzamelformulier dienen beide in tweevoud uitgeprint te worden als PDF via het printericoontje, rechts van het totaalbedrag. Andere schermafdrucken worden niet geaccepteerd. Eén exemplaar dient voor de eigen administratie en de andere voor de ADCN.
- 8.4 Van het Specificatie/Verzamelformulier dient het ondertekende origineel aan de ADCN gestuurd te worden. Indien er tevens fysiek materiaal wordt aangeleverd dient deze buiten op de verpakking van de inzending duidelijk zichtbaar in een envelop bijgevoegd te worden. Het Specificatie/Verzamelformulier dient tevens als paklijst.
- 8.5 De ADCN geeft 25% korting op de inzendkosten aan inzenders die of freelancer of startend bureau zijn (gedurende het eerste jaar) met maximaal 3 werknemers. Young Directors studenten komen in aanmerking voor 100% korting. Deze korting wordt verrekend met het totaalbedrag (kan online aangegeven worden op de factuurgegevens waarna het automatisch op de Factuur en het Specificatie/Verzamelformulier wordt gegenereerd) mits is aangetoond dat de inzender aan de gestelde kortingscriteria voldoet. Aantoning kan d.m.v. het bijvoegen van een uittreksel van de Kamer van Koophandel. Indien het niet aangetoond kan worden, worden de volle tarieven gehanteerd en in rekening gebracht.
- 8.6 Het verschuldigde inzendbedrag dient vóór 21 januari 2010 op de bankrekening van de ADCN te zijn bijgeschreven; ABN AMRO nr. 54.47.40.394 o.v.v. Inzending ADCN Jaarprijzen en Factuurnummer. Indien het verschuldigde bedrag niet tijdig op de bankrekening van de ADCN is bijgeschreven, behoudt de ADCN zich het recht voor de totale inzending van mededinging uit te sluiten.
- 8.7 Overzicht kosten per inzending:

Dagblad-, tijdschrift- en vakbladadvertentie (per losse uiting)	€ 160,--
Dagblad-, tijdschrift- en vakbladcampagne (per campagne)	€ 315,--
Buitenreclame (per losse uiting)	€ 160,--
Buitenreclame campagne (per campagne)	€ 315,--
TV-, Internet-, Bioscoop- en Radiocommercial (per losse commercial)	€ 185,--
TV-, Internet-, Bioscoop- en Radiocommercialcampagne (per campagne)	€ 360,--
Geïntegreerd (per campagne)	€ 325,--
Interactief:	
Eénmalige acties en losse uitingen	€ 160,--
Websites, campagnes en totaalconcepten	€ 315,--
Actiemarketing:	
Eénmalige acties en losse uitingen/items	€ 160,--
Series, campagnes en totaalconcepten	€ 315,--
Grafische Vormgeving:	
Losse uitingen	€ 160,--
Series en totaalconcepten	€ 315,--

Verpakkingen:	
Losse uitingen	€ 160,--
Series	€ 315,--
Jong Talent	€ 15,--
Deelbekroning Young Directors	€ 76,--
Studenten	€ 0,--
Alle overige Deelbekroningen:	
Losse uitingen/items en éénmalige acties	€ 140,--
Series/Campagnes	€ 270,--