

REGULAMIN

Konkursu Innovation 2026

1. POSTANOWIENIA OGÓLNE

- 1.1. Organizatorem konkursu pod nazwą „Innovation 2026” (dalej „Konkurs”) jest Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR z siedzibą w Warszawie przy ul. Czerskiej 8/10, 00-732 Warszawa, wpisane do Rejestru Stowarzyszeń, Innych Organizacji Społecznych i Zawodowych, Fundacji oraz Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej oraz do Rejestru Przedsiębiorców, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy – pod numerem KRS: 0000177032, NIP: 526-23-97-001, REGON: 016102001 (dalej „Organizator”).
- 1.2. Ciałem decyzyjnym we wszystkich kwestiach regulaminowych, porządkowych, spornych itp. na każdym etapie organizacji i przebiegu Konkursu jest Komitet Organizacyjny Innovation, składający się z osób powołanych przez Organizatora (dalej „Komitet Organizacyjny”) oraz Organizator.
- 1.3. Konkurs Innovation przeznaczony jest dla projektów z obszaru biznesu, mediów i komunikacji wyznaczających nowe kierunki w tych obszarach. Konkurs otwarty jest zarówno dla wdrożonych i rozwijanych projektów, jak i dla rozwiązań znajdujących się na wcześniejszym etapie rozwoju (np. w fazie MVP lub prototypu). Innovation docenia projekty, które odpowiadają na konkretne wyzwania poprzez trafny pomysł, dobrze zaprojektowane wdrożenie oraz realny rezultat lub potencjał rynkowy, niezależnie od wielkości i skali organizacji. Ocena prac opiera się na trzech filarach: Pomysł - siła, oryginalność i trafność konceptu, Wdrożenie - jakość i sposób realizacji rozwiązania, Rezultat - wpływ projektu na biznes, odbiorców, rynek lub otoczenie. Innovation wyróżnia projekty, które pokazują, jak dzięki innowacyjnemu podejściu można skutecznie rozwijać marki, produkty, usługi i organizacje.
- 1.4. **Wyrażając solidarność z Narodem Ukraińskim, Komitet Organizacyjny zastrzega sobie prawo do dyskwalifikacji w dowolnym momencie Zgłoszenia dokonanego przez podmiot lub w imieniu podmiotu, który przyczynia się do naruszenia standardów praw człowieka w związku z wojną w Ukrainie. W każdym przypadku Komitet Organizacyjny umożliwi Zgłaszającemu złożenie wyjaśnień w terminie 3 dni od chwili otrzymania informacji o dyskwalifikacji. Ostateczna decyzja o dyskwalifikacji nie może być przedmiotem reklamacji. Podjęcie przez Komitet Organizacyjny decyzji o dyskwalifikacji z w/w przyczyn wiąże się z całkowitym zwrotem opłaty zgłoszeniowej w terminie 14 dni. Zgłoszenie do konkursu oznacza akceptację powyższego uprawnienia Komitetu Organizacyjnego.**

2. DEFINICJE

- 2.1. Na potrzeby niniejszego Regulaminu, następujące pojęcia otrzymują poniżej wskazane znaczenie.
 - a) **Audytork** - osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna wybrana przez Organizatora, do której zadań należy nadzór nad prowadzeniem głosowania na zasadach określonych w Regulaminie, a także dokonywanie wykładni Regulaminu na wniosek przedstawiciela Organizatora;

- b) **Regulamin** – niniejszy Regulamin Konkursu Innovation 2026 wraz z Załącznikami, które stanowią jego integralną część;
- c) **Platforma** – serwis internetowy administrowany przez Organizatora służący do prowadzenia konkursów i zgłaszania Prac w Konkursie, pod adresem <http://konkursy.sar.org.pl>;
- d) **Praca** – praca kreatywne zgłaszana do Konkursu, spełniająca wymagania określone niniejszym Regulaminem;
- e) **Uczestnik** – uczestnik Konkursu wskazany w Zgłoszeniu, w tym Lider I i Lider II oraz Współzgłaszający;
- f) **Lider** – Uczestnik Konkursu, którego wkład w tworzenie Pracy był znaczący i który jest odpowiedzialny za Zgłoszenie;
- g) **Współzgłaszający** – inny niż Lider Uczestnik Konkursu współtworzący Pracę, którego działanie miało wpływ na powstanie Pracy;
- h) **Klient** – podmiot na rzecz, którego została zrealizowana Praca. Klient może być Uczestnikiem Konkursu na zasadach określonych w Regulaminie;
- i) **Zgłoszenie** – zgłoszenie Pracy do udziału w Konkursie dokonywane na Platformie na zasadach opisanych w Regulaminie.
- j) **Startup** - według definicji [Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości \(PARP\)](#) - dynamiczna, zazwyczaj młoda firma lub projekt, który ma na celu wprowadzenie innowacyjnego produktu, usługi lub rozwiązania na rynek, poszukująca modelu biznesowego, który zapewniłby jej zyskowy rozwój. Charakteryzuje się wysoką elastycznością i adaptacyjnością, często działając w warunkach dużej niepewności. Istotą działania startupu jest eksploracja oraz testowanie różnych modeli biznesowych w celu znalezienia skutecznej strategii, która umożliwi jego wzrost i skalowanie. **Cechy: krótka historia działalności (do 5–10 lat), innowacyjność.** Tym, co odróżnia start-up od przeciętnej firmy, jest innowacyjność, czyli dążenie do opracowania nowych produktów lub usług, które wyróżniają się na rynku. Skupienie się na wykorzystywaniu nowych technologii i nieszablonowe, niejednokrotnie rewolucyjne podejście często zmieniają sposób działania całych branż. Start-upy wprowadzając na rynek nowe rozwiązania, wpływają na rozwój określonych sektorów. Poprzez innowacje rozumie się wdrożenie nowego lub znacząco udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem. Minimalnym wymogiem zaistnienia innowacji jest, aby produkt, proces, metoda marketingowa lub metoda organizacyjna były nowe (lub znacząco udoskonalone). Działalność innowacyjna jest działalnością związaną z przygotowaniem i uruchomieniem wytwarzania nowych lub udoskonalonych materiałów, wyrobów, urządzeń, usług, procesów lub metod, przeznaczonych do wprowadzenia na rynek albo do innego wykorzystania w praktyce. **skalowalność** - start-upy mają potencjał do szybkiego wzrostu i ekspansji na nowe rynki. Jest to możliwość poszerzania skali działania. Dzięki skalowalności przychody powinny rosnać szybciej niż koszty. Zakres działalności startupu powinien dawać możliwość poszerzenia wraz z rozwojem działania firmy. Startup, który odniósł sukces z czasem zwiększa zakres swojej działalności. Jeżeli model biznesowy startupu się sprawdzi skala działalności wzrasta, tym samym wzrastają dochody przedsiębiorcy. **Wyższe niż w przypadku „tradycyjnych” przedsięwzięć ryzyko**, ale również wyższy w przypadku sukcesu zwrot z inwestycji, Finansowanie projektów rozpoczynanych jako start-up odbywa najczęściej z pomocą środków własnych ich założycieli

(bootstrapping), a także poprzez wsparcie funduszy venture capital i aniołów biznesu. **Momentem, w którym przedsiębiorstwo przestaje być uważane za start-up może być znalezienie stabilnego modelu biznesowego, osiągnięcie zysku, fuzja lub przejęcie.**

3. WARUNKI UCZESTNICTWA

- 3.1. Aby wziąć udział w Konkursie należy dokonać zgłoszenia w sposób i na zasadach przewidzianych Regulaminie (dalej „**Zgłoszenie**”).
- 3.2. Do Konkursu można zgłaszać wyłącznie prace konkursowe, które były realizowane w okresie od **19.08.2025 r. - 21.09.2026 r.** Prace mogły rozpocząć się wcześniej lub zakończyć później, lecz decydująca część komunikacji musiała być prowadzona w kwalifikującym okresie i do tego okresu musi odnosić się Zgłoszenie, a także wszystkie dotyczące Pracy dane.
- 3.3. W kategorii „Innowacje w Biznesie” można zgłaszać Prace, realizowane co najmniej przez dwa lata z ostatnią publikacją w 2025 roku lub później, pod warunkiem, że nie były one wcześniej zgłaszane do poprzednich edycji konkursu Innovation.
- 3.4. Do Konkursu nie mogą być zgłaszane Prace zgłoszone w poprzedniej edycji Konkursu.
- 3.5. Prace konkursowe mogą być zgłoszone przez podmioty z branży komunikacji marketingowej, marketingu, reklamy, mediów oraz wszelkie inne podmioty, których działalność związana jest z kategoriami Konkursu.
- 3.6. Uczestnikiem Konkursu może być jedynie podmiot indywidualny bezpośrednio odpowiedzialny za pracę i obsługę klienta, pod własną marką, w szczególności:
 - a) agencja komunikacji marketingowej (agencja reklamowa, PR, interactive, agencja mediowe, agencje e-commerce, martech, event-marketingowe);
 - b) reklamodawcy
 - c) media, wydawnictwa
 - d) start-up
 - e) jednostki samorządowe, organizacje pozarządowe
 - f) agencje i studia designerskie i graficzne
 - g) domy produkcyjne, studia postprodukcyjne, studia dźwiękowe, agencje fotograficzne
 - h) twórcy działający samodzielnie w szeroko pojętej branży reklamowej (fotograficy, reżyserzy, graficy, rysownicy itp.);
- 3.7. Jeżeli Uczestnik należy do grupy spółek (dalej: „**Grupa**”), wymagane jest uzupełnienie nazwy Grupy w odpowiednim polu formularza zgłoszeniowego na platformie zgłoszeniowej.
- 3.8. W przypadku gdy Uczestnik poda jedynie nazwę Grupy, wówczas Organizator wezwie do uzupełnienia nazwy Uczestnika, który pracował dla danego Klienta.
- 3.9. Po terminie zakończenia przyjmowania Zgłoszeń Uczestnik nie ma możliwości dokonania zmiany zgłoszonej nazwy. Jedynie Organizator może dokonać zmiany zgłoszonej nazwy po uprzedniej konsultacji z Uczestnikiem, jeżeli podczas weryfikacji Zgłoszenia wykryje nieścisłości w tym zakresie.
- 3.10. Uczestnik musi spełniać co najmniej jeden z poniższych warunków:
 - a) mieć siedzibę na terytorium Polski;

- b) świadczyć usługi na rzecz Klientów mających siedzibę na terytorium Polski;
 - c) na jego rzecz były świadczone usługi przez podmioty mające siedzibę na terytorium Polski.
- 3.11. W Zgłoszeniu należy wskazać na rzecz jakiego Klienta lub Klientów została stworzona Praca.
- 3.12. Na prośbę Organizatora, Uczestnik zobowiązuje się dostarczyć potwierdzone przez Klienta zaświadczenie o emisji lub publikacji Pracy.
- 3.13. Klient może być jedynym Uczestnikiem Konkursu w przypadku, gdy był jedynym twórcą zgłoszanej Pracy, samodzielnie ją wdrażał, zrealizował i lokował w mediach. Wówczas zgłoszenia może dokonać samodzielnie, co wiąże się z wniesieniem odpowiedniej opłaty zgłoszeniowej zgodnie z Regulaminem.
- 3.14. Prace zrealizowane dla Organizatora, tj. Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR, nie mogą być zgłaszane do Konkursu.
- 3.15. Praca, która została stworzona na zlecenie Klienta przez co najmniej dwa różne podmioty, może być zgłoszona jeden raz wspólnie przez te podmioty („**Zgłoszenie Wspólne**”). Organizator rekomenduje w takich przypadkach Zgłoszenia Wspólne uwzględniające wszystkie podmioty, których działania przyczyniły się do sukcesu Pracy. Jednocześnie Organizator nie odpowiada za pominięcie takiego podmiotu w Zgłoszeniu. W przypadku pominięcia jednego z podmiotów, którego praca przyczyniła się do sukcesu Pracy, można go dołączyć do Zgłoszenia maksymalnie do dnia 28 września 2026. Dodanie podmiotu po zamknięciu zgłoszenia może wiązać się oprócz opłaty za udział również z dodatkową opłatą w wysokości 500zł netto za każdy dzień zwłoki.
- 3.16. W przypadku, gdy Praca zostanie zgłoszona oddzielnie przez różnych Uczestników Konkursu, Przewodniczący grupy Jury dokona oceny i podejmie decyzję, czy nie jest to ta sama Praca. Jeśli Prace zostaną uznane za tożsame, wówczas Organizator odeśle je do Uczestników z prośbą o dokonanie Zgłoszenia Wspólnego. Niedopełnienie tego warunku wiąże się z wykluczeniem Prac z Konkursu oraz brakiem zwrotu opłaty zgłoszeniowej, ze względu na przeprowadzone czynności wstępnej kwalifikacji Pracy.

4. KATEGORIE KONKURSOWE

- 4.1. Konkurs rozgrywany jest w 3 kategoriach głównych (dalej: „**Kategorie Główne**”):
- a) **INNOWACJE W BIZNESIE**
 - b) **INNOWACJE W KOMUNIKACJI**
 - c) **INNOWACJE W MEDIACH**
- 4.2. **Pełny wykaz i szczegółowy opis Kategorii (dalej „Kategorie”) oraz podkategorii (dalej “Podkategorie”) znajduje się na stronie Konkursu pod adresem <https://innovation.sar.org.pl/>.**
- 4.3. W każdej z Kategorii dodatkowo można dokonać zgłoszenia kampanii społecznych. Jako kampanie społeczne rozumiemy prace, w których klientem była wyłącznie organizacja społeczna.
- 4.4. Każda z Prac może być zgłoszona w dowolnej liczbie Kategorii, z tym jednak zastrzeżeniem, że ta sama Praca nie może być przedmiotem Zgłoszeń innych podmiotów niż Lider 1 i Lider 2.
- 4.5. W przypadku zgłoszenia Pracy w kilku Kategorii/Podkategoriach, Zgłoszenia traktowane będą jako odrębne i powinny zostać oddzielnie opłacane według cennika Konkursu.
- 4.6. Organizator, po uprzednim uzgodnieniu z Uczestnikiem, zastrzega sobie prawo do zmiany Kategorii zgłoszonej Pracy, jeżeli uzna, że Praca została zgłoszona w niewłaściwej Kategorii.

5. ZGŁOSZENIE DO KONKURSU

- 5.1. Warunkiem uczestnictwa w Konkursie jest dokonanie zgłoszenia najpóźniej do dnia 11 września 2026 r. (dalej: „**Termin**”). Organizator zastrzega sobie możliwość wydłużenia Terminu oraz okresu kwalifikacji Prac, które podlegają zgłoszeniu do Konkursu.
- 5.2. Zgłoszenie do Konkursu zostaje przyjęte po zrealizowaniu następujących czynności:
 - a) zarejestrowaniu i wypełnieniu formularza on-line na Platformie <http://konkursy.sar.org.pl>;
 - b) wgraniu plików (dalej: „**Materiały Kreatywne**”) na Platformie;
 - c) dokonaniu opłaty zgodnie z Regulaminem (dalej „**Opłata**”);
 - d) wydrukowanie, podpisanie i dostarczenie Dokumentu Proceduralnego (dalej: „**Dokument Proceduralny**”) wraz z potwierdzeniem dokonania opłaty za Zgłoszenie zgodnie z instrukcjami i wskazówkami zamieszczonymi na Platformie oraz w Dokumencie Proceduralnym.
- 5.3. Dokument Proceduralny generuje się automatycznie na Platformie po zamknięciu zgłoszeń. Podpisany Dokument Proceduralny wraz z potwierdzeniem dokonania Opłaty należy wgrać na Platformę w wyznaczonym do tego miejscu.
- 5.4. Za moment dokonania Zgłoszenia uważa się chwilę wgrania na Platformę podpisanego Dokumentu Proceduralnego wraz z potwierdzeniem dokonania Opłaty, w wysokości określonej w Regulaminie.
- 5.5. W przypadku przekroczenia Terminu na dokonanie Zgłoszenia, Organizator może przyjąć Zgłoszenie, które zostanie doręczone Organizatorowi do ustalonego z Organizatorem dodatkowego terminu, po uprzednim zobowiązaniu się Lidera 1 do zapłaty kary za opóźnienie w wysokości 500zł + 23% VAT za każdy dzień po przekroczonym Terminie. Opłata jest naliczana odrębnie dla każdego zgłoszenia.
- 5.6. Wprowadzenie zmian w pracy po zamknięciu zgłoszenia wiąże się z opłatą 500zł netto + 23% VAT za jedną pracę. Zmiany nie mogą dotyczyć treści merytorycznych (opis zgłoszenia) lub pól, które mogą wpłynąć na punktację w rankingu (zgłaszający, klient)
- 5.7. Lider 1 otrzyma informację o brakach formalnych w Zgłoszeniu z możliwością uzupełnienia ich w wyznaczonym przez Organizatora terminie, nie krótszym niż 48 godzin na wyżej wspomnianych warunkach.
- 5.8. Wymogi oraz specyfikacja techniczna Materiałów Kreatywnych, zasady wgrania na Platformę oraz dopuszczalna ilość plików określa Załącznik Nr 1 do Regulaminu oraz wskazane są na stronie Konkursu w zakładce Regulaminy adresem: <https://innovation.sar.org.pl/>.

6. OŚWIADCZENIA ORAZ PRAWA DO PRAC

- 6.1. Uczestnicy Konkursu oświadczają, że:
 - a) zapoznali się z Regulaminem Konkursu oraz akceptują wszelkie jego postanowienia;
 - b) dane podane w Zgłoszeniu są zgodne z prawdą, posiadają stosowne zgody od osób fizycznych na podanie w Zgłoszeniu ich danych osobowych, a ich przetwarzanie przez Organizatora będzie zgodne z prawem i nie naruszy prawa ani jakichkolwiek praw osób trzecich;
 - c) Praca stanowi rezultat indywidualnej i oryginalnej twórczości i nie narusza niczyich praw, dóbr, przepisów prawa, w tym prawa własności intelektualnej, dobrych obyczajów ani

tajemnicy chronionej prawem albo na podstawie zobowiązania, oraz że przysługują im wszelkie prawa do zgłoszenia jej do Konkursu;

- d) każdemu z Uczestników przysługują prawa do zgłaszanej Pracy oraz do wszystkich przesyłanych, załączanych lub zamieszczanych w ramach Zgłoszenia Materiałów Kreatywnych w zakresie niezbędnym do ich wykorzystania w Konkursie oraz w sposób określony w Regulaminie, a ponadto, że w powyższym zakresie prawa te nie są w żaden sposób ograniczone ani obciążone;
 - e) korzystanie z Materiałów Kreatywnych w zakresie przewidzianym w Regulaminie nie naruszy prawa ani jakichkolwiek praw osób trzecich, w tym praw własności intelektualnej, chronionej tajemnicy, zobowiązania lub dobrych obyczajów;
 - f) udzielają Organizatorowi nieograniczonej czasowo i terytorialnie zgody na publikację pełnej treści formularza zgłoszeniowego;
 - g) wszelkie nośniki, na których utrwalono Materiały Kreatywne przekazane Organizatorowi, stają się jego własnością z chwilą przekazania;
 - h) Praca została zgłoszona do Konkursu za wiedzą i zgodą Klienta.
- 6.2. Każdy z Uczestników udziela Organizatorowi nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji (dalej „Licencja”) na przechowywanie Zgłoszeń i Materiałów Kreatywnych oraz korzystanie z nich i rozporządzanie nimi w następujących celach:
- a) we wszelkich związanych z Konkursem działaniach informacyjnych, promocyjnych i reklamowych, które obejmować mogą w szczególności wyprodukowanie i rozpowszechnianie wydawnictw papierowych (w tym katalogów) oraz płyt CD/DVD zawierających Materiały, publiczne wystawy, pokazy i prezentacje publiczne, publiczne udostępnianie na stronach internetowych oraz w innych sieciach, w tym telefonii mobilnej, publiczne wyświetlanie, odtwarzanie i nadawanie, i reemitowanie audycji, filmów i prezentacji o Konkursie, publikowanie w prasie w związku z informowaniem o Konkursie;
 - b) w celach szkoleniowych i muzealnych, obejmujących m.in. prezentację w ramach szkoleń i prelekcji oraz publiczne wystawienie i prezentowanie w salach ekspozycyjnych, udostępnianie w katalogach i archiwach, wraz z prawem do korzystania z dowolnych fragmentów Materiałów i dokonywania w nich zmian wynikających z opracowania redakcyjnego lub niezbędnych z punktu widzenia celów informacyjnych i promocyjnych Konkursu, w szczególności do ich przerywania i komponowania, a także zestawiania z innymi materiałami.
- 6.3. W powyższych celach Organizator jest uprawniony do korzystania z Materiałów na wszelkich znanych polach eksploatacji, w tym wszystkich wskazanych w art. 50 ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Licencja udzielona zostaje na czas nieokreślony w zamian za możliwość uczestniczenia w Konkursie oraz promocji Zgłaszającego wraz z prawem udzielania sublicencji.
- 6.4. Uczestnicy ponoszą odpowiedzialność za prawdziwość powyższych oświadczeń.

7. OPŁATY KONKURSOW

- 7.1. Na zasadach określonych poniżej, Opłaty za Zgłoszenie obowiązują:
- a) Lidera 1 (podmiot odpowiedzialny za Zgłoszenie);
 - b) Lidera 2;

c) Współzgłaszających.

7.2. Wysokość Opłaty zgłoszeniowej dla wszystkich Kategorii uzależniona jest od terminu, w jakim Uczestnik zgłosi Prace oraz od członkostwa w Stowarzyszeniu Komunikacji Marketingowej SAR.

Termin przyjęcia zgłoszenia	Opłata za Zgłoszenie dla Lider 1 / Lidera 2 dla członków SAR	Opłata za Zgłoszenie dla Lider 1 / Lidera 2 dla podmiotów niezrzeszonych w SAR
08.06.2026 - 29.06.2026	2 400 zł NETTO + 23% VAT	2 700 zł NETTO + 23% VAT
30.06.2026 - 17.08.2026	2 700 zł NETTO + 23% VAT	3 000 zł NETTO + 23% VAT
18.08.2026 - 11.09.2026	3 500 zł NETTO + 23% VAT	3 900 zł NETTO + 23% VAT

7.3. W przypadku Współzgłaszającego opłata jest stała i uzależniona od członkostwa w SAR:

Opłata za Zgłoszenie w Konkursie wnoszona przez Współzgłaszających	Opłata za Zgłoszenie dla członków SAR	Opłata za Zgłoszenie dla podmiotów niezrzeszonych w SAR
	1000zł·NETTO·+·23%·VAT	1000zł·NETTO·+·23%·VAT

7.4. Klient nie ponosi Opłaty poza przypadkiem, kiedy występuje w Zgłoszeniu jako Lider 1, Lider 2 lub jako Współzgłaszający. Wówczas wnosi odpowiednią opłatę zgodnie z postanowieniami powyżej.

7.5. Opłata za udział w Konkursie powinna zostać uiszczona przez Lidera 1 w terminie przyjmowania zgłoszeń do Konkursu co oznacza, że w przypadku, gdy Zgłoszenie obejmuje więcej Uczestników (Lidera 2, Współzgłaszających), za całość opłat za Zgłoszenie odpowiada Lidera 1.

7.6. Organizator ma prawo udzielić rabatu bądź całkowicie zwolnić od opłat Liderów, które w szczególności są:

- osobami nieprowadzącymi działalności gospodarczej lub mikroprzedsiębiorcami w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców,
- nowoutworzonymi przedsiębiorstwami lub innymi tymczasowymi organizacjami na wczesnej fazie rozwoju, które charakteryzuje innowacyjność, skalowalność i wyższy niż w



przypadku tradycyjnych przedsięwzięć ryzyko, ale również wyższy w przypadku sukcesu zwrot z inwestycji (dalej „Start up”),

- 7.7. Prawo do zwolnienia z Opłat, o którym mowa powyżej nie rodzi żadnych roszczeń po stronie Liderów. W takim wypadku prosimy o kontakt z Organizatorem pod adresem: innovation@sar.org.pl, nie później niż do dnia 26 września 2025.
- 7.8. Opłata za Zgłoszenie musi być dokonana w formie przelewu na konto Organizatora. Dane do przelewu:

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR

ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa

Bank Santander 27 1090 1056 0000 0000 0602 5684

z tytułem przelewu „Opłata zgłoszeniowa INNOVATION 2025, numer zgłoszenia”.

- 7.9. W przypadku gdy Uczestnik zgłasza do konkursu kilka Prac, opłata powinna być uiszczona jednym przelewem, podając w jego tytule liczbę i numery Zgłoszeń. Istnieje możliwość wygenerowania faktury proforma na Platformie, na podstawie której Uczestnik może dokonać Opłaty za Zgłoszenie. Funkcja ta dostępna jest w ostatnim etapie zgłaszania Pracy na Platformie.
- 7.10. Opłata za Zgłoszenie obejmuje:
- czynności związane z przetwarzaniem danych, przyjmowaniem zgłoszeń (Platforma) i czynności kwalifikacji Zgłoszenia;
 - czynności związane z oceną Zgłoszeń on-line;
 - czynności kwalifikacji podczas posiedzeń jury i posiedzeń przewodniczących jury,
 - organizację Gali Konkursu, produkcję i transport statuetek oraz zaproszeń na Galę.
- 7.11. Opłata za Zgłoszenie nie obejmuje kosztów produkcji i transportu dodatkowych statuetek. Istnieje możliwość dokupienia kolejnych statuetek przez nagrodzonych. Koszt jednej dodatkowej statuetki wynosi 1500 PLN + VAT.
- 7.12. Na Lidera 1 może zostać nałożona dodatkowa opłata (dalej „Dodatkowa opłata”) w przypadku braków formalnych i nieprawidłowego przygotowania Zgłoszenia, zgodnie z pkt 5.5 Regulaminu.
- 7.13. W przypadku nieuiszczenia wymaganej Dodatkowej opłaty lub w przypadku niespełnienia przez Zgłoszenie innych wymogów nałożonych w niniejszym Regulaminie, w szczególności w przypadku wprowadzenia w Zgłoszeniu nieprawdziwych danych, celowo wprowadzających Organizatora w błąd, Zgłoszenie może zostać zdyskwalifikowane na każdym etapie Konkursu, w tym również po przeprowadzeniu Obrad Jury, o których mowa w pkt 8 niniejszego Regulaminu. W przypadku zdyskwalifikowania Zgłoszenia z przyczyn wskazanych w niniejszym punkcie, opłata za Zgłoszenie nie podlega zwrotowi. Opłata nie podlega również zwrotowi w przypadku niedopełnienia przez Lidera 1 warunków Zgłoszenia lub gdy po zamknięciu przyjmowania zgłoszeń Lider 1 wycofuje Zgłoszenie z Konkursu.
- 7.14. Decyzję o nałożeniu Dodatkowej opłaty lub dyskwalifikacji Zgłoszenia, o których mowa w pkt. 7.13 podejmuje Organizator.
- 7.15. Każdy z Uczestników zobowiązany jest dopełnić we własnym zakresie obiegu dokumentów wewnętrznych Uczestnika, potrzebnych do uiszczenia płatności przewidzianej za Zgłoszenie do Konkursu, opłaty za dodatkowe statuetki, zaproszenia na Galę. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za niedopełnienie przez Uczestników formalności.

- 7.16. Na prośbę Lidera Organizator wystawi fakturę VAT, na podstawie której Lider dokona opłaty za Zgłoszenie w ciągu 7 dni.
- 7.17. W przypadku wycofania się Lidera 1 / Lidera 2/ Współzgłaszającego z udziału w zgłoszeniu po upływie terminu przyjmowania zgłoszeń, Organizator zastrzega sobie prawo do niezwracania kosztów zgłoszenia oraz opłat dodatkowych.

8. JURY I OBRADY

- 8.1. Zwycięskie Prace wyłonione zostaną przez jury Konkursu (dalej „**Jury**”), które składa się z jurorów i jurorów będących osobami wybranymi przez Komitet Organizacyjny Konkursu i Organizatora Konkursu (dalej „**Jurorzy**” lub „**Członkowie Jury**”).
- 8.2. Komitet Organizacyjny wraz z Organizatorem wybiera skład całego Jury spośród kandydatur nadesłanych drogą elektroniczną. Kandydatury może zgłosić każdy, kto w poprzednich latach uzyskał co najmniej nominację w Konkursie Innovation lub jest członkiem SAR.
- 8.3. Członkowie Jury oświadczają, iż zapoznali się z Regulaminem Konkursu, w tym z zasadami pracy Jury i zobowiązują się do ich przestrzegania. Członkowie Jury zobowiązani są do zaakceptowania dostarczonej przez Organizatora klauzuli poufności oraz oświadczenia o wykluczeniu z oceny prac przed rozpoczęciem Etapu I. Niezaakceptowanie wskazanej klauzuli oraz oświadczenia wiąże się z rezygnacją z udziału w pracach Jury.
- 8.4. Jury obraduje w podziale na grupy jurorskie oceniające Kategorie Główne. Skład grup jurorskich i ocenianych przez nie Kategorii dostępny będzie na stronie www.innovation.org.pl.
- 8.5. Skład Kategorii ocenianych w grupach jurorskich może ulec zmianie, jeżeli liczba Zgłoszeń w danej grupie znacznie przewyższa liczbę Zgłoszeń w pozostałych grupach.
- 8.6. Spośród wybranych Jurorów Komitet Organizacyjny wyłania Przewodniczących Grup jurorskich (dalej „**Przewodniczący Grupy**”). Przewodniczący Grupy nadzoruje wszystkie etapy pracy Jury, kieruje procesem obrad oraz moderuje dyskusje. Przewodniczący Grupy bierze udział w głosowaniu na takich samych zasadach jak Juror. Przewodniczący przy wsparciu Organizatora nadzoruje Etap I głosowania, liczenia głosów oraz pomaga w obradach Jury podczas Etapu II.
- 8.7. Komitet Organizacyjny powołuje ponadto przewodniczącego Jury (dalej „**Przewodniczący Jury**”), który czuwa nad przebiegiem Konkursu, ma decydujący głos w kwestiach spornych, które mogą pojawić się w trakcie obrad. Przewodniczący Jury nie pełni roli przewodniczącego żadnej z grup jurorskich i nie jest członkiem żadnej z nich oraz nie przysługuje mu prawo do głosowania, z wyjątkiem głosowania nad „**Nagrodą of the Year**”.
- 8.8. Juror nie ma prawa oceniać Prac zgłoszonych przez Liderów, którymi kieruje, kierował, w których pracuje lub pracował, bądź jest lub był z nimi w inny sposób związany w okresie od 08.06.2025 do dnia oddania ostatniego głosu podczas Etapu II. Juror nie może również oceniać Pracy, jeżeli jest lub był w okresie od 08.06.2025 do dnia oddania ostatniego głosu podczas Etapu II związany z jakimkolwiek innym podmiotem, który wykonywał lub zlecał wykonanie działania, którego dotyczy Praca.
- 8.9. W przypadku zauważenia przez Jurora, że Praca została zgłoszona przez osobę lub podmiot, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym, zobowiązany jest:
 - a) w Etapie I - oznaczyć ten fakt przy użyciu funkcji „wstrzymuję się”, jeżeli nie został uprzednio automatycznie wykluczony z głosowania nad daną Pracą przez system strony udostępnionej do głosowania;

- b) w Etapie II - oznaczyć ten fakt na Karcie Jurora w "Aplikacji" do głosowania przy Pracy objętej wyłączeniem i dodatkowo opuścić "pokój obrad" podczas omawiania i głosowania nad daną Pracą.
- 8.10. Organizator, Audytor oraz Przewodniczący Jury monitorują przebieg prac składów jurorskich.
- 8.11. Wybór zwycięskich prac przez Jury odbywa się w dwóch etapach:
- Etap I - głosowania on-line (dalej: „Etap I”);
 - Etap II – obrady wyłaniające Prace nominowane i nagrodzone (dalej: „Etap II”).
- 8.12. Celem Etapu I jest przegląd i ocena przez Jury wszystkich Prac zgłoszonych do Konkursu oraz wyłonienie listy najlepszych Prac (dalej: „Shortlista”).
- 8.13. Etap I trwa w dniach od 30.09.2026 do 16.10.2026. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może z własnej inicjatywy lub na wniosek Jurorów zmienić czas trwania Etapu I.
- 8.14. Na Etap I składa się głosowanie on-line – Jurorzy otrzymają od Organizatora dostęp do Platformy, na której znajdują się Prace zgłoszone do Konkursu. W terminie wskazanym przez Organizatora Jurorzy muszą ocenić wszystkie Prace zgłoszone do Konkursu w Kategoriach, do których zostali przypisani.
- 8.15. Celem Etapu II (dalej: „Obrady Jury”) jest wybór Prac, które zostaną nominowane oraz nagrodzone. Etap II odbędzie się w dniu 20 października 2026 r. w miejscu wskazanym przez Organizatora. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może z własnej inicjatywy lub na wniosek Członków Jury zmienić datę Obrad Jury w ramach Etapu II.
- 8.16. Organizator zastrzega sobie prawo przeprowadzenia II Etapu w całości lub częściowo w formie on-line, tj. w formule hybrydowej - polegającej na połączeniu tradycyjnej formy spotkania części jurorów w miejscu wskazanym przez Organizatora z on-line’owym/zdalnym udziałem pozostałej części Jurorów, z wykorzystaniem elektronicznych środków przekazu na odległość.
- 8.17. Nieobecność Jurora na Obradach Jury nie wstrzymuje obrad i nie stanowi przeszkody do przeprowadzenia ważnego głosowania.
- 8.18. Szczegółowe zasady ocen Prac, sposób obradowania Jury oraz szczegółowe zasady głosowania określa **Załącznik Nr 2 do Regulaminu**, dostępny również na stronie internetowej Konkursu, w zakładce „Obrady Jury” po adresie <https://innovation.sar.org.pl/>.

9. NAGRODY I NOMINACJE

- 9.1. Prace oceniane przez Jury zostają zakwalifikowane do nominacji („**Nominacje**”) i następujących nagród („**Nagrody**”):
- Praca, która uzyskała poniżej 60 punktów, pozostaje na liście Nominowanych;
 - Praca, która uzyskała Ocenę równą bądź wyższą od 60 punktów, ale poniżej 70 punktów, zostaje zakwalifikowana do brązowego Innovation („**Brązowe Innovation 2026**”);
 - Praca, która uzyskała Ocenę równą bądź wyższą od 70, ale poniżej 80 punktów, zostaje zakwalifikowana do srebrnego Innovation („**Srebrne Innovation 2026**”);
 - Praca, która uzyskała Ocenę równą lub wyższą od 80 punktów, zostaje zakwalifikowana do złotego Innovation („**Złote Innovation 2026**”).
- 9.2. Komitet Organizacyjny Konkursu może podjąć decyzję o zmianie zdefiniowanych powyżej przedziałów punktów.

- 9.3. Każda Grupa Jurorska może przyznać Nagrody maksymalnie 25 proc. Zgłoszeń w obrębie swojej Grupy oraz przyznać Nominacje maksymalnie 40 proc. Zgłoszeń w obrębie swojej Grupy. Komitet Innovation ma prawo podjąć decyzję o zmianie wyżej zdefiniowanych przedziałów procentowych.
- 9.4. Po zakończeniu obrad Przewodniczący Grup Jurorskich oraz Przewodniczący Jury wskazują Nagrody of The Year „**Nagrody of the Year**”, które zostaną przyznane w drodze głosowania bezwzględną większością głosów tj.: Innovation of the Year (wybierana spośród kampanii komercyjnych) oraz Charity of the Year (wybierana spośród kampanii społecznych).
- 9.5. Organizator zastrzega sobie prawo do nieprzyznania Nagrody of the Year bez podania przyczyny.
- 9.6. Nagrody Specjalne „Game Changer” (dalej: „**Nagrody Specjalne**”) przyznawane są wspólnie przez Komitet Organizacyjny w następujących kategoriach:
 - a) CZŁOWIEK ROKU to nagroda dla osoby – bohatera, którego udział w kształtowaniu komunikacji marketingowej, marketingu, mediów i biznesu oraz osobowość i postawa wywarły największy innowacyjny wpływ na rynek w Polsce;
 - b) FIRMA ROKU to nagroda dla firmy, która w najbardziej znaczący sposób zmieniła rzeczywistość i dokonała na rynku polskim najwięcej, ustanawiając nowe standardy jakościowe i trendy na rynku komunikacji marketingowej, marketingu, mediów i biznesu;
 - c) WYDARZENIE ROKU to nagroda za najbardziej nowatorskie, ważne dla rozwoju rynku komunikacji marketingowej, marketingu, mediów i biznesu, wydarzenie minionego roku w Polsce.
- 9.7. Kandydatury do Nagród Specjalnych zgłasza Komitet Organizacyjny wraz z zaproszonymi osobami, które w poprzednich edycjach konkursu pełniły funkcje Przewodniczącego konkursu, Przewodniczącego grupy jurorskiej oraz laureatów Nagród Specjalnych. Kandydatury zgłaszane są na podstawie informacji powszechnie znanych. Po zgłoszeniu kandydatury Organizator podejmuje próbę kontaktu z kandydatem (CZŁOWIEK ROKU, FIRMA ROKU, WYDARZENIE ROKU) w celu pozyskania szczegółowych danych oraz otrzymania stosownych zgód od kandydatów lub ich przedstawicieli, w tym zgód na przetwarzanie danych osobowych.
- 9.8. Komitet Organizacyjny dokonuje wyboru Osoby, Firmy oraz Wydarzenia, które otrzymają Nagrody Specjalne, spośród kandydatur wskazanych na liście nominowanych bezwzględną większością głosów. Komitet Organizacyjny może nie przyznać nagrody.
- 9.9. Lider 1, Lider 2 nagrodzonej Pracy otrzymują po jednej statuetce.
- 9.10. Lider 1, Lider 2 lub Podmioty Współzgłaszające mogą nabyć dodatkowe statuetki, dokonując zamówienia w Biurze Organizacyjnym Konkursu. Koszt statuetki skazano w Regulaminie powyżej. Uczestnicy, których Prace zostały nagrodzone Nagrodą of the Year , otrzymują statuetki bezpłatnie.
- 9.11. Ogłoszenie Prac Nagrodzonych odbędzie się podczas Gali Konkursu Innovation 2026. Organizator zastrzega sobie możliwość organizacji Gali Konkursu Innovation 2026 w formie zdalnej, tj. za pomocą środków porozumiewania się na odległość. W takim przypadku statuetki zostaną przesłane nagrodzonym pocztą na koszt organizatora. O organizacji Gali Konkursu Innovation 2026 w formie zdalnej Organizator poinformuje najpóźniej 7 dni po gali.

10. RANKINGI

- 10.1. W ramach Konkursu może powstać:

- a) **Ranking agencji komunikacyjnych** - będących podmiotami indywidualnymi, obejmujący wszystkie podmioty z wyjątkiem agencji mediowych oraz klientów/reklamodawców;
- b) **Ranking agencji mediowych** - będących podmiotami indywidualnymi zarejestrowanymi jako agencje mediowe, oraz
- c) **Ranking reklamodawców (nie dotyczy NGO)** – uwzględniający wszystkie firmy komercyjne wymienione jako klienci w Zgłoszeniach.

10.2. Ta sama Praca nominowana lub nagrodzona w kilku Kategoriach lub w kilku podkategoriach otrzymuje pełną punktację tylko za jedną nominację lub nagrodę (najwyższą punktowaną), za pozostałe nominacje lub nagrody otrzymuje połowę punktacji.

10.3. Ranking agencji komunikacyjnych i agencji mediowych tworzy się w oparciu o następującą punktację:

	Nominacja	Brąz	Srebro	Złoto	Nagroda of the Year
Lider 1, Lider 2	2	4	6	8	12
Współzgłaszający	1	2	3	4	6

10.4. Do rankingu agencji komunikacyjnych oraz agencji mediowych uwzględnia się wyłącznie podmioty, które w danym roku konkursowym zostały wskazane jako Lider 1 lub Lider 2 w co najmniej jednym Zgłoszeniu oraz, które uzyskało Nominację lub Nagrodę. Punkty przyznane za udział w charakterze Współzgłaszającego są uwzględniane w rankingu wyłącznie w przypadku podmiotów spełniających powyższy warunek. Podmioty występujące wyłącznie w roli Współzgłaszającego nie są klasyfikowane w rankingu.

10.5. Podmiot, którego praca otrzyma Nagrodę of the Year, nie otrzymuje punktów za Pracę Nagrodzoną. Podmiot, którego Praca otrzyma status Pracy Wyróżnionej lub Nagrodzonej, nie otrzymuje punktów za Nominację.

10.6. Ranking reklamodawców (firm komercyjnych) tworzy się w oparciu o następującą punktację:

	Nominacja	Brąz	Srebro	Złoto	Nagroda of The Year
Klient, Marka	2	4	6	8	12

10.7. Organizator zastrzega sobie możliwość nietworzenia rankingów w danym roku konkursowym.

10.8. Organizator zastrzega sobie możliwość stworzenia rankingu Grup.

10.9. Kampanie nominowane oraz nagrodzone w konkursie Innovation (wraz z pracami nominowanymi i nagrodzonymi w konkurach KTR oraz Effie Awards Poland) biorą udział w rankingu Marketing Master by SAR – corocznym rankingu firm (reklamodawców, nie dotyczy NGO) organizowanym przez Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR.

11. REKLAMACJE

11.1. Wszelkie reklamacje dotyczące sposobu przeprowadzenia Konkursu mogą być zgłaszane za pośrednictwem e-maila na adres innovation@sar.org.pl do 07.11.2026.

- 11.2. Reklamacja powinna zawierać: imię, nazwisko oraz adres e-mail składającego reklamację, jak również wskazywać powód/powody reklamacji oraz ich dokładny opis.
- 11.3. Jeżeli podane w reklamacji dane lub informacje wymagają uzupełnienia, przed rozpatrzeniem reklamacji Organizator zwróci się do składającego reklamację o ich uzupełnienie we wskazanym zakresie.
- 11.4. Reklamacje rozpatrywane będą w ciągu 14 dni od dnia ich otrzymania, a w przypadku określonym w punkcie powyżej, od momentu otrzymania właściwego uzupełnienia. O rozpatrzeniu i wyniku rozpatrzenia reklamacji składający reklamację zostanie powiadomiony e-mailowo na wskazany w reklamacji adres.
- 11.5. Werdykt Jury w zakresie wyboru Nagrodzonych Prac nie podlega reklamacji. Reklamacje w tym zakresie Organizator pozostawia bez rozpoznania.

12. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

- 12.1. Administratorem danych osobowych w rozumieniu Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 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 („RODO”), które są przetwarzane w ramach Konkursu (dalej: „Dane”) jest Organizator. Szczegóły dotyczące przetwarzania Danych przez Organizatora w ramach Konkursu określa [Regulamin Platformy](#).
- 12.2. Skrócony opis zasad przeprowadzenia Konkursu może znajdować się na stronach internetowych Organizatora lub na materiałach reklamowych lub promocyjnych. Wszystkie treści zawarte w materiałach reklamowo-promocyjnych mają charakter jedynie informacyjny. Moc prawną mają jedynie postanowienia niniejszego Regulaminu oraz jego Załączników i obowiązujące przepisy prawa.
- 12.3. Naruszenie przez Liderów któregośkolwiek z postanowień Regulaminu uprawnia Organizatora do podjęcia decyzji odrzuceniu Zgłoszenia oraz o wykluczeniu Pracy z Konkursu i/lub utracie przez tego Lidera prawa do Nagrody i Nominacji.
- 12.4. W zakresie dozwolonym przez przepisy prawa Organizator zastrzega sobie prawo do zmian Regulaminu, przy czym zmiany te nie będą naruszały praw nabytych podmiotów biorących udział w Konkursie. O zmianach Organizator poinformuje na stronie internetowej Konkursu.



Załącznik Nr 1 do Regulaminu Konkursu Innovation 2026

Wymagania techniczne Prac Konkursowych

Wszystkie Materiały oraz Materiały Kreatywne należy wgrać na Platformę według opisanej poniżej specyfikacji:

1. Materiały filmowe

- Waga jednego pliku nie może przekroczyć 500MB
- Film nie może być dłuższy niż 3 minuty
- Format: Preferowane mp4
- Dopuszczalna jest kompresja w trybie VBR oraz CBR
- Video: Resolution: minimum 720x576 lub 1024x576
- Audio: Stereo, 16bit, 48kHz Bitrate: 224 kbps

2. Materiały audio – format MP3 (bitrate 320kbps)

3. Materiały graficzne

- pliki w formacie PDF i JPG w rozdzielczości 300 dpi lub 72 dpi i przestrzeni barw RGB, dłuższy bok 297 mm
- Podmiot Indywidualny może wgrać na Platformę nie więcej niż 10 dodatkowych plików

4. Linki URL - linki należy wpisać w formularzu zgłoszeniowym w wyznaczonym miejscu

Załącznik Nr 2 do Regulaminu Konkursu Innovation 2026

Obrady Jury

Niniejszy Załącznik określa sposób oraz zasady prowadzenia obrad i głosowania Jurorów w Konkursie oraz zasady wyłaniania laureatów Konkursu.

I. Etap I

1. Juror ma prawo zgłoszenia protestu, używając w tym celu przycisku „Protest”, w związku z zauważonymi uchybieniami. W takim przypadku Organizator otrzymuje automatycznie oficjalne zgłoszenie protestu i weryfikuje dane oprotestowanej Pracy. W przypadku otrzymania wyjaśnień na zgłoszony protest Organizator przesyła wyjaśnienia do wszystkich Jurorów danej Kategorii. Juror może przyjąć lub odrzucić wyjaśnienie, wyrażając to poprzez swoją ocenę Pracy.
2. Uczestnik, którego Pracy dotyczy Protest, ma możliwość udzielenia odpowiedzi w ciągu 48 godzin od momentu otrzymania wiadomości od Organizatora drogą mailową. W przypadku nieudzielenia odpowiedzi w ww. terminie Organizator nie ma obowiązku jej przekazania Jurorom.
3. Juror może poprosić o dodatkowe informacje od Lidera Zgłoszenia za pośrednictwem Organizatora, używając w tym celu funkcji „Pytanie do Zgłaszającego”. Lider ma 24 godziny na przesłanie odpowiedzi, które Organizator udostępni wszystkim Jurorom. W przypadku uchybienia terminowi, odpowiedź wskazana w zdaniu poprzednim zostanie pominięta, a tym samym nie zostanie udostępniona Jurorom.
4. Juror może wymienić się uwagami/ opinią / komentarzem z innymi Jurorami, używając w tym celu funkcji „Komentarz”. Komentarze nie są przekazywane Liderom i pozostają do wyłącznej wiadomości Jury.
5. Juror przy ocenie Prac korzysta z opcji IN dla Prac, które zasługują na Shortlistę lub OUT dla Prac, które nie zasługują na Shortlistę. W przypadkach wskazanych w pkt 8.8 Regulaminu. Juror powinien wybrać opcję „Wstrzymuję się”.
6. Jurorzy po uprzednim uzgodnieniu z Organizatorem i Przewodniczącymi Grup mogą zarekomendować Liderowi Zgłoszenia przeniesienie Pracy do innej Kategorii, jeżeli uznają, że ta, do której Praca została zgłoszona, jest niewłaściwa. Możliwość taka istnieje wyłącznie podczas Etapu I, nie później jednak niż na tydzień przed jego zakończeniem.
7. Po upływie dnia wyznaczonego jako ostatni dzień Etapu I możliwość głosowania na Platformie zostaje zablokowana.
8. Po zakończeniu Etapu I przedstawiciel Organizatora obliczy procentowy stosunek głosów „IN” (‘zasługuje na Shortlistę’) do głosów „OUT” (‘nie zasługuje na Shortlistę’) dla każdej z Prac i przedstawi Komitetowi Organizacyjnemu do zatwierdzenia listę zakwalifikowanych na Shortlistę Prac w każdej Kategorii. Prace zakwalifikowane na Shortlistę to te, które uzyskały co najmniej 60% pozytywnych wskazań Jurorów (głosy na „IN”).

9. Komitet Organizacyjny może zmienić dla wybranych lub wszystkich Kategorii procentowy stosunek głosów pozytywnych do negatywnych, którego osiągnięcie uprawnia do znalezienia się na Shortliście.
10. Organizator jest uprawniony do wykluczenia Jurora z udziału w Etapie II, w przypadku gdy Juror w Etapie I nie oceni/nie odda głosu na Prace zgłoszone do Konkursu w Kategoriach, do których został przypisany, w terminie wskazanym przez Organizatora.

II. Etap II

1. W ramach Etapu II Jurorzy:
 - a. zapoznają się z protestami oraz pytaniami Jurorów i wyjaśnieniami przygotowanymi przez Liderów, a dotyczącymi Prac z Shortlisty;
 - b. dokonują przeglądu Prac z Shortlisty - każda Praca z Shortlisty jest prezentowana podczas Obrad. Prezentacje Prac odbywają się w ramach poszczególnych Kategorii;
 - c. dyskutują po każdej Kategorii na temat Prac z Shortlisty. Celem dyskusji jest wyjaśnienie wątpliwości i udzielenie odpowiedzi na zadane przez Jurorów pytania;
 - d. wybierają spośród Prac z Shortlisty bezwzględną większością głosów, poprzez wyraźną deklarację w formie on-line, czy dana Praca kwalifikuje się na listę Prac Nominowanych do Nagród (dalej „Lista Nominowanych”).
2. Na wniosek Jurora istnieje możliwość powrotu do dyskusji nad Pracami, które nie znalazły się na Shortliście, pod warunkiem, że Jurorzy w głosowaniu bezwzględną większością głosów poprą ten wniosek. Praca ta może być poddana głosowaniu nad wciągnięciem jej na listę Nominacji.
3. Po każdej kategorii Jurorzy dokonują oceny Prac z Listy Nominowanych poprzez samodzielne głosowanie na nagrody w aplikacji do głosowania (dalej: „Aplikacja”). Każdy Juror otrzymuje indywidualny dostęp do Aplikacji, umożliwiający późniejszą jego identyfikację i weryfikację jego głosów.
4. Prace znajdujące się na Liście Nominowanych oceniane są w skali od 50 do 100 punktów w głosowaniu jawnym dla Jurorów w czasie obrad.
5. Jurorzy oceniają Prace na podstawie poniżej wskazanych kryteriów oceny

KRYTERIA OCENY:

Kryterium	Biznes	Komunikacja	Media
Pomysł	30%	50%	30%
Wdrożenie	30%	30%	40%
Rezultat	40%	20%	30%

A. Pomysł (siła, oryginalność i trafność konceptu)



Opis kryterium

To kryterium ocenia jakość idei stojącej za projektem, jej oryginalność, świeżość oraz trafność wobec konkretnego wyzwania, potrzeby odbiorców lub sytuacji rynkowej.

Innovation docenia zarówno zupełnie nowe rozwiązania, jak i nowe zastosowania istniejących narzędzi, technologii, procesów lub formatów komunikacji. Ocenie podlega nie tylko nowatorstwo samego pomysłu, ale również jego adekwatność, użyteczność oraz wartość, jaką wnosi dla odbiorców, rynku lub organizacji. Kluczowe jest to, czy projekt proponuje rozwiązanie, które wyróżnia się na tle istniejących podejść i odpowiada na realne wyzwanie.

PYTANIA POMOCNICZE

- „Na ile projekt jest świeży, ***innovacyjny** lub nowatorski?”

Jak rozumiemy innowacyjność w konkursie Innovation:

- Najwyżej oceniane są projekty, które przynoszą zupełnie nowe rozwiązanie, wcześniej niewykorzystywane na rynku – to dla nas najcenniejszy poziom innowacji.
- Średnią ocenę powinny otrzymać projekty, które prezentują nowe zastosowanie znanego rozwiązania albo inne podejście do znanego problemu – czyli reinterpretacje, które mają wartość, ale nie są przełomowe.
- Najniżej oceniamy projekty, które powielają znane modele działania, nie wnosząc nowej jakości ani nowej perspektywy.
 - „Czy projekt stanowi nowe rozwiązanie, nowe zastosowanie istniejącego rozwiązania lub nieoczywiste połączenie różnych podejść, technologii albo narzędzi?”
 - „Na ile pomysł trafnie odpowiada na konkretne wyzwanie, potrzebę odbiorców lub problem rynkowy?”
 - „Co wyróżnia projekt na tle istniejących rozwiązań i jaką nową wartość wnosi?”

B. Wdrożenie (jakość i sposób realizacji rozwiązania)

Opis kryterium

To kryterium ocenia sposób, w jaki pomysł został przełożony na realne rozwiązanie, produkt, usługę, proces lub doświadczenie.

Innovation docenia projekty, w których innowacyjność widoczna jest nie tylko w samej idei, ale również w sposobie jej realizacji. Jury zwraca uwagę na twórcze wykorzystanie istniejących narzędzi, technologii, mediów, danych, procesów lub formatów - a także ich nieoczywiste łączenie, adaptowanie i zastosowanie w odpowiedzi na konkretne wyzwania.

Wdrożenie może być innowacyjne samo w sobie: poprzez nowy sposób działania, wykorzystania technologii, budowania doświadczenia użytkownika lub organizacji procesu. Istotna jest nie tylko jakość wykonania, ale również pomysłowość, funkcjonalność i adekwatność zastosowanych rozwiązań do skali oraz charakteru projektu.

Oceniane są zarówno projekty w pełni wdrożone, jak i rozwiązania znajdujące się na wcześniejszym etapie rozwoju, takie jak MVP, prototypy lub pilotaże.

PYTANIA POMOCNICZE

- „Na ile sposób wdrożenia sam w sobie wnosi element innowacji?”
- „Czy projekt wykorzystuje istniejące narzędzia, technologie, media lub procesy w nowy albo nieoczywisty sposób?”
- „Czy sposób realizacji wyróżnia projekt na tle standardowych rozwiązań rynkowych?”
- „Na ile zastosowane rozwiązania były adekwatne do charakteru, skali i możliwości projektu lub organizacji?”
- „Jaką jakość wykonania, funkcjonalność i spójność prezentuje projekt?”
- „W jaki sposób idea została przetestowana na realne doświadczenie, produkt, usługę lub proces?”

C. Rezultat (wpływ projektu na biznes, odbiorców, rynek lub otoczenie)

To kryterium ocenia efekty projektu oraz jego realny lub potencjalny wpływ na organizację, odbiorców, rynek lub otoczenie. Ocenie podlegają zarówno osiągnięte rezultaty, jak i potencjał dalszego rozwoju, skalowania lub wdrożenia rozwiązania. Jury bierze pod uwagę wpływ projektu na rozwój marki, produktu, usługi, organizacji lub sposobu działania, a także znaczenie korzyści, jakie projekt wnosi dla użytkowników i rynku.

Innovation docenia projekty, które dzięki innowacyjnemu podejściu skutecznie odpowiadają na konkretne wyzwania i tworzą trwałą wartość.

PYTANIA POMOCNICZE

- „Jakie realne lub potencjalne efekty przynosi projekt i jak duże znaczenie mają te korzyści dla organizacji, odbiorców, rynku lub otoczenia?”
- „Czy projekt wpływa na sposób działania, doświadczenia użytkowników lub rozwój kategorii?”
- „Na ile rezultaty projektu są trwałe i mają potencjał długofalowego wpływu?”
- „Czy rozwiązanie ma potencjał dalszego rozwoju, skalowania lub adaptacji w innych obszarach?”

6. Pozostawienie danej Pracy bez oceny lub poddanie jej ocenie innej niż wg. przyjętej skali powoduje, iż dany głos nie zostanie wzięty pod uwagę przy obliczaniu średniej dla danej Pracy.
7. Po oddaniu przez Jurorów w Aplikacji wszystkich głosów w ramach danej Kategorii, Organizator przekaże wyniki głosowania Jurorom.
8. Przy obliczaniu Oceny dla danej Pracy nie uwzględnia się Jurorów wyłączonych od głosowania nad tą Pracą.
9. Ostateczna Ocena dla każdej Pracy jest średnią dwóch miar:
 - a. średniej ważonej z trzech obszarów na podstawie wag określonych w pkt. 5 powyżej;



- b. algorytmu liczonego poprzez iloczyn liczby głosów jurorów oddanych na odpowiednie nagrody i uśrednionej wartości dla każdego z przedziałów (kolejno: dla nominacji – wartość 60, dla brązu – wartość 70, dla srebra – wartość 80, dla złota – wartość 90) dzielony na liczbę wszystkich prawidłowo oddanych głosów na kampanię. Progi punktowe nagród przedstawione są w pkt. 9.1 Regulaminu.
10. Wszystkie wyniki głosowania w Aplikacji są dostępne wyłącznie do wglądu Organizatora, Audytora oraz ich przedstawicieli oraz Jurorów.
11. Oceny Jury są poufne, nie podlegają dyskusji i nie mogą być przedmiotem reklamacji. Jury nie ma obowiązku uzasadniać swoich wyborów i ocen.