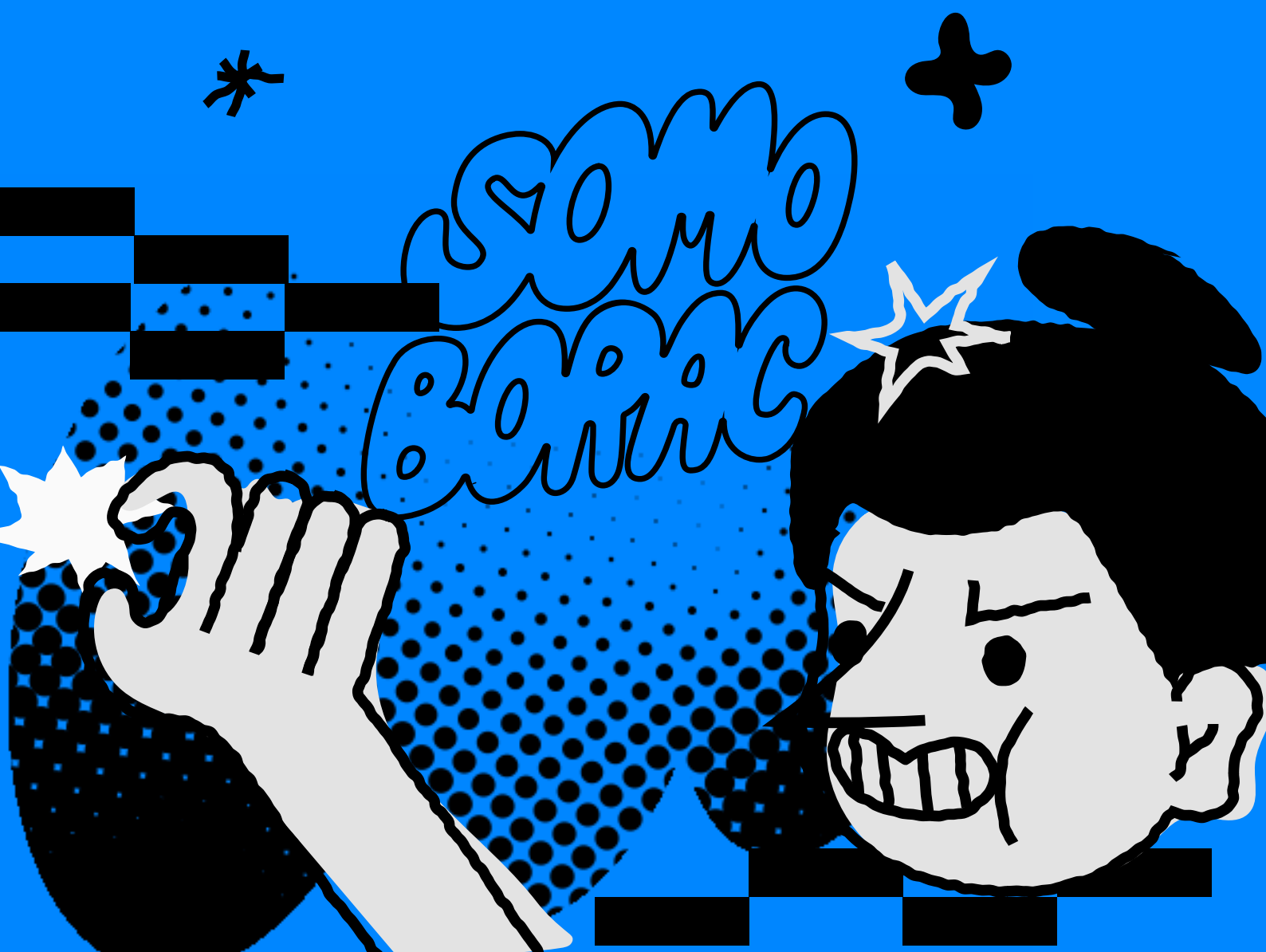


UVJETI PRIJAVE 2026.

SOMO MEDIA



Pred vama su pravila i uvjeti prijave za Media kategoriju SoMo Borac powered by Aleph 2026. Molimo vas pažljivo ih pročitajte.

KOJI SE RADOVI MOGU PRIJAVITI?

Na SoMo Borac powered by Aleph 2026. možete prijaviti digitalne radove koji uključuju kampanje, sadržaje i proizvode (aktivacije, webove, aplikacije i slično) nastale u razdoblju od 1.9.2025. do 23.9.2026. do kraja dana (23:59h), pod uvjetom da ih niste prijavljivali na prethodni SoMo Borac.

Radove koji su nastali ranije možete prijaviti pod sljedećim uvjetima:

- Ako je rad u navedenom razdoblju dorađen ili značajno promijenjen u odnosu na originalnu verziju rada (npr. nova funkcionalnost postojećeg digitalnog proizvoda). U ovom slučaju, važno je da transparentno navedete na koji je način rad promijenjen u odnosu na originalnu verziju i zašto.
- Ako je rad u navedenom razdoblju ostvario značajne rezultate (npr. kampanja koja je započela ranije, ali je najbolje rezultate ostvarila tijekom ovog razdoblja). U ovom slučaju, važno je da jasno istaknete rezultate koje je rad ostvario u navedenom razdoblju te da isti rad niste već ranije prijavljivali na SoMo Borac.
- U slučaju kategorije Digital Product of the Year, možete prijaviti rad koji je nastao nakon 1.1.2025., pod uvjetima da je bio dostupan i u razdoblju nakon 1.9.2025. te da ga niste prijavljivali na prethodni SoMo Borac.

TKO SE MOŽE PRIJAVITI NA SOMO MEDIA 2026.?

Na SoMo Media 2026. mogu se prijaviti isključivo digitalni izdavači.

DO KAD TRAJU PRIJAVE?

Rok za prijavu je 23.9.2026. do kraja dana (23:59h)

LOKACIJA KAMPANJE

Prijavljeni projekti moraju biti namijenjeni lokalnom i/ili regionalnom tržištu.

FORMAT

Potrebno je ispuniti prijavnicu te dostaviti linkove na prijavljene radove ili link na video prijavu rada (link na YouTube ili Vimeo) u trajanju do maksimalno 3 minute (MP4 format 720p ili 1080p). U slučaju da rad više nije dostupan ili imate dodatne materijale za prikazati (npr. mockup aplikacije), možete ga poslati u PDF prezentaciji putem WeTransfer ili sličnih servisa.

Ako video nije predan u online obrascu prilikom prijave rada, obvezno ga je dostaviti najkasnije do 19.10.2026., prije početka drugog kruga žiriranja. Video je potrebno poslati na sljedeće dvije adrese: info@somoborac.com i ruzica@somoborac.com.

ŠTO PRIJAVA TREBA SADRŽAVATI, A ŠTO NE SMIJE?

- U prijavi je potrebno jasno obrazložiti tri elementa prijave koje žiri ocjenjuje, a to su originalnost i kreativnost, kvaliteta izvedbe te rezultati.
- Preporučujemo da prijavu radite na engleskom jeziku jer članice i članovi žirija nemaju jednako razumijevanje svih regionalnih jezika, s obzirom na to da dolaze iz cijele Adriatic regije, i šire.

KAKO I ŠTO OCJENJUJE ŽIRI?

U svim kategorijama svaka ocjena nosi jednaku težinu. Ocjenjuju se:

Originalnost i kreativnost

Objasnite kreativno rješenje i kreativni uvid (insight) te kako ste do njega došli, zašto je važan za vaš rad te ciljnu skupinu kojoj se obraćate. Po čemu je rad koji prijavljujete jedinstven?

Kvaliteta izvedbe

Puno je elemenata koji finalni rad čine kompletnim: korisničko iskustvo, sučelje, sadržaj, posebni elementi poput videa, interaktivni dodaci, način distribucije, korištene tehnologije pa i svi drugi najsitniji detalji. Pokažite kako ste sve to iskoristili.

Rezultati

Koje ste rezultate postigli u odnosu na postavljene ciljeve, a koje van njih? Vodite se konkretnim brojkama koje potvrđuju uspjeh rada i navedite izvor podataka.

DIJELOVI PRIJAVE KOJI SE NE OCJENJUJU, ALI SU VAŽNI DA BI ŽIRI ŠTO BOLJE RAZUMIO I TOČNIJE OCIJENIO VAŠU PRIJAVU:

Pozadina

Recite nam više o kontekstu industrije/proizvoda/konkurenciji u kojoj se vaš projekt nalazi. Recite nam o ciljnoj skupini i njenom ponašanju te kako se vaš projekt ili proizvod uklapa u tu ciljnu skupinu.

Ciljevi

Recite nam koje ste ciljeve zadali u planiranju projekta.

KAKO IZGLEDA PROCES ŽIRIRANJA?

Postoje dva kruga žiriranja: u prvom krugu, žiri će u svakoj kategoriji odabrati radove koji će ući u uži izbor, a bit će objavljeni najkasnije sedam dana prije svečane dodjele.

Drugi krug uključuje odabir troje finalista koji će biti nagrađeni. Svaki će pobjednik kategorije dobiti veliki kipić SoMo Borca, dok će dvoje drugoplasiranih dobiti manje kipiće SoMo Borca.

KOLIKO KOŠTA PRIJAVA?

Cijena za prijavu rada na SoMo Borac powered by Aleph do 1.9.2026. iznosi 165 eura po radu.

Cijena za prijavu rada na SoMo Borac powered by Aleph od 2.9.2026. do 23.9.2026. iznosi 215 eura po radu.

Uz četiri prijave, peta je besplatna.

NAPOMENA ZA PRIJAVITELJE

Ako se isti projekt prijavljuje u više kategorija, prijavu je potrebno prilagoditi kriterijima svake pojedine kategorije. Žiri svaku prijavu ocjenjuje u odnosu na opis, fokus i kriterije kategorije u koju je prijavljena.

Napomena: Organizator, uz suglasnost žirija, zadržava pravo izmjene pravila natjecanja.

KATEGORIJE

1. DIGITAL PRODUCT OF THE YEAR

Novi ili značajno unaprijeđeni digitalni proizvodi koji redefinišu način na koji mediji razvijaju, distribuiraju ili monetiziraju sadržaj. Uključuje mobilna, web ili višeplatformska rješenja, kao i ključne upgradeove i feature koji bitno mijenjaju korisničko iskustvo. Svojim inovativnim idejama i visokom izvedbom omogućili su medijima da istraže nove aspekte digitalnog poslovanja ili revolucioniraju način na koji prezentiraju svoje digitalne proizvode, usluge ili sadržaj.

Obratite pažnju na:

- Ova kategorija uključuje web stranice medija, mobilne aplikacije, podcast, newsletter, oglasnike i ostale proizvode.
- Uključuje novi ili značajno unaprijeđeni postojeći proizvod.
- Ne uključuje manje tehničke dorade, redovne optimizacije ili kozmetičke promjene postojećih proizvoda.
- Fokus je na inovaciji, funkcionalnosti, kvaliteti izvedbe i mjerljivim rezultatima.
- U rezultatima odvojite plaćene i organske rezultate.
- Jasno istaknite: originalnost i kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate (poželjno je i jasno objasniti kontekst, kao i postavljene ciljeve da bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad).

2. DIGITAL DESIGN OF THE YEAR

Ova kategorija obuhvaća radove koji se ističu izvrsnošću u digitalnom dizajnu i korisničkom iskustvu. Uključuje dizajn newslettera, pojedinog članka, serije članaka, kategorija unutar portala, redizajn portala ili dizajn bilo kojeg drugog online odredišta.

Obratite pažnju na:

- Kategorija uključuje dizajn sadržaja, stranica, serijala, newslettera, kategorija, redizajna portala i drugih digitalnih odredišta.
- Fokus je na jasnoći, estetici, UX-u, čitljivosti i dosljednosti kroz cijelo korisničko iskustvo.
- Ocjenjuje se kako dizajn doprinosi razumijevanju, navigaciji i konzumaciji sadržaja.
- U rezultatima odvojite plaćene i organske rezultate.
- Jasno istaknite originalnost, kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate. Poželjno je objasniti kontekst i postavljene ciljeve kako bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad.

3. SOMO NATIVE

Ova kategorija obuhvaća najbolje izvedene native oglasne kampanje i sadržaje koji su uspješno integrirani u medijsko okruženje. Fokus je na relevantnosti za publiku, kvaliteti izvedbe, inovativnom korištenju formata i ostvarenim rezultatima.

Obratite pažnju na:

- Kategorija uključuje pojedinačne native sadržaje, serijale i native kampanje.
- U rezultatima odvojite plaćene i organske rezultate.
- Jasno istaknite originalnost, kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate. Poželjno je objasniti kontekst i postavljene ciljeve kako bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad.

4. BEST STORYTELLING

Velike i male priče u digitalnim medijima mogu imati različite ciljeve i biti prikazane na različite načine. U ovoj kategoriji traže se sadržaji koji kroz snažan narativ ostvaruju jasan društveni ili kulturni utjecaj. Uključuje tekst, video i interaktivne formate koji obrađuju važne teme i pokreću publiku na razmišljanje ili akciju.

Obratite pažnju na:

- Fokus je na kvaliteti priče, jasnoći poruke i dokazivom utjecaju.
- Ne uključuje plaćene sadržaje, uključujući plaćeni PR, native i druge plaćene formate.
- Jasno istaknite originalnost, kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate. Poželjno je objasniti kontekst i postavljene ciljeve kako bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad.

5. SOMO CONTENT ENGAGEMENT

Nova kategorija namijenjena organskim sadržajima, serijalima i formatima koji uspješno privlače, zadržavaju i uključuju publiku. Uključuje video formate, društvene i interaktivne sadržaje te druge digitalne formate koji su relevantni za publiku i ostvaruju snažan odaziv kroz pažnju, interakcije i organsko širenje. Fokus je na angažmanu publike, doseg, vremenu provedenom uz sadržaj, interakcijama i organskom rastu interesa.

Obratite pažnju na:

- Ključni su ostvareni rezultati kroz engagement, doseg, vrijeme provedeno uz sadržaj, interakcije publike i organski rast interesa za sadržaj.
- Ne ocjenjuje se ukupna prisutnost brenda ili medija na društvenim mrežama, nego konkretan sadržaj, serijal ili format.
- U rezultatima je potrebno jasno odvojiti organske i plaćene rezultate.
- Posebno će se vrednovati sadržaji i formati koji su najveći dio dosega, angažmana i interesa publike ostvarili organski.
- Kategorija ne uključuje native, plaćeni PR ni sadržaje čiji su rezultati primarno ostvareni kroz zakup medija.
- Jasno istaknite originalnost, kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate. Poželjno je objasniti kontekst i postavljene ciljeve kako bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad.

6. HUDI NORTH STAR

HUDI North Star powered by HUDI priznanje je za projekte, kampanje i suradnje koji jačaju neovisnost, transparentnost i inovativnost hrvatskog digitalnog ekosustava. Nagrada potiče razvoj održivosti, suradnje i ravnoteže između lokalnih medija i globalnih platformi.

Uvjeti prijave:

- Nominirati se mogu vlastiti projekti ili projekti partnera iz izdavačkog i oglašivačkog sektora.
- Nominacije mogu podnijeti isključivo članovi HUDI-ja, putem službenog obrasca (projekti HUDI Izvršnog odbora ne mogu se prijaviti).
- U prijavi jasno istaknite doprinos digitalnoj neovisnosti, inovativnost, kvalitetu izvedbe, ostvarene rezultate i utjecaj projekta.
- Nominacija za HUDI North Star se ne naplaćuje.