

<b>DESIGN</b>	
Opakowanie, katalog, rodzina piktogramów, metka, layout, przestrzenna instalacja, pojedynczy logotyp lub cały system identyfikacji wizualnej – każdy zaprojektowany element ma istotny wpływ na to, co myślimy lub czego dowiadujemy się o danej marce. W zgłoszeniach poszukujemy oryginalności, warsztatu i konsekwencji.	
<b>A. IDENTYFIKACJA WIZUALNA</b>	
A01. LOGO	
Projekt logo lub twórcza restylizacja/lifting istniejącego logotypu.	
A02. SYSTEM IDENTYFIKACJI	
Systemy identyfikacji wizualnej marki, firmy, przedsięwzięcia, produktu, akcji promocyjnej lub usługi. Dotyczy nowych projektów jak i rebrandingów.	
A03. DRUKOWANE MATERIAŁY PROMOCYJNE	
Plakaty (filmowy, wydarzenia, wystawy, reklamowy itd.) ulotki, zaproszenia, menu, programy teatralne, kinowe, materiały promujące wydarzenia kulturalne, kartki pocztowe i okolicznościowe, zaproszenia, direct mail, kalendarze. Gadżety promocyjne i firmowe.	
A04. PUBLIKACJA / EDYTORIAL	
Projekty wydawnictw reklamowych, książkowych i albumowych, wydawnictwa korporacyjne i autopromocyjne, broszury korporacyjne, raporty roczne, materiały prasowe (press kit), katalogi produktów lub usług, okładki książek, albumów, itp. Projekty graficzne gazet, czasopism; okładka dziennika (lokalny, ogólnopolski), okładka wydawnictwa periodycznego (tygodnik, dwutygodnik, miesięcznik, kwartalnik), rozkładówka dziennika lub wydawnictwa periodycznego, pełna kolumna dziennika lub wydawnictwa periodycznego.	
A05. BROADCAST	
Identyfikacja stacji, kanałów lub programów telewizyjnych. Czołówki, sekwencje tytułowe.	
A06. DIGITAL/MOBILE/ON LINE	
Strony internetowe, podstrony, bannery, szeroko rozumiane media on line, infokioski, aplikacje, gry. Ocenie podlegają walory estetyczne, dostosowanie do danego medium/nośnika.	
<b>B. DESIGN W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ</b>	
Kategorie te są skoncentrowane na doświadczeniach konsumenta z marką i zgraniem z otoczeniem. Dotyczy czasowych lub stałych instalacji.	
B01. PUNKTY SPRZEDAŻY	
Elementy i całościowy wystrój sklepów – szeroko rozumianych stacjonarnych i mobilnych punktów sprzedaży. Dystrybutory, ekspozycja towaru, materiały POS i formy wpływające na doświadczenie wartości danej marki przez konsumenta.	
B02. INSTALACJE I EVENTY	
Instalacje przestrzenne, obiekty, przedsięwzięcia i eventy na potrzeby komunikacji wartości marki i szeroko rozumianego „brand experience”.	
B03. SYSTEMY INFORMACJI WIZUALNEJ	
Piktogramy, systemy informacji wizualnej w miastach, przestrzeniach publicznych, komercyjnych, instytucjonalnych i na eventach.	
<b>C. PROJEKTY OPAKOWAŃ</b>	
Projekty graficzne i strukturalne: opakowania pojedynczego produktu, systemy opakowań.	
C01. ŻYWNOŚĆ	
Produkty spożywcze	
C02. NAPOJE	
Napoje alkoholowe i bezalkoholowe softdrinki, wody, soki.	

**C03. PRODUKTY NIEŻYWNOŚCIOWE**

Kosmetyki, pielęgnacyjne, toaletowe, środki czystości, chemia gospodarcza, lekarstwa, elektronika, urządzenia, odzież, obuwie, gry, zabawki, wydawnictwa multimedialne (płyty cd, dvd, winyle, blue-ray).

**D. TYPOGRAFIA**

Twórcze wykorzystanie typografii w komunikacji

**E. PRODUCT DESIGN**

Wykorzystanie fizycznych produktów do wsparcia komunikacji marki. Jury będzie oceniać: formę, funkcję, rozwiązywanie problemów, innowację oraz produkcję.