

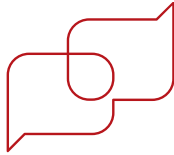
HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU

## **Grand PRix**

**Godišnje nagrade Hrvatske udruge za odnose s javnošću**

**UPUTE ZA PRIJAVITELJE**

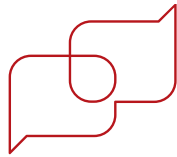
HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU



HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU

## SADRŽAJ

SRETNO!.....	3
OPĆE INFORMACIJE .....	4
Što je nagrada Grand PRix i zašto se prijaviti?.....	4
Koje su kategorije ovogodišnje nagrade Grand PRix?.....	4
Koji su rokovi za prijavu i iznosi kotizacije? .....	5
Tko sve može prijaviti projekt? .....	6
Kojim će se kriterijima žiri voditi prilikom ocjenjivanja projekata? .....	6
Kako do finala? .....	7
Što se događa u drugom krugu?.....	8
I na kraju – koje će se nagrade dodijeliti i kome? .....	8
VAŽNI DATUMI .....	8
KAKO NAPISATI PRIJAVU VRIJEDNU ZLATA? .....	10
Savjeti bivših članova žirija .....	10
Primjeri dobre prakse (iz ranijih natjecanja).....	11
NAJČEŠĆA PITANJA I ODGOVORI .....	11

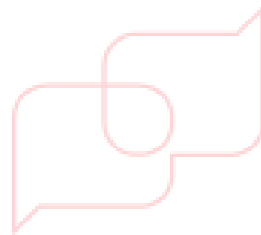


HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU

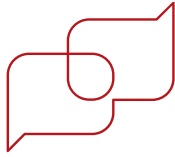
**SRETNNO!**

Drage kolegice i drage kolege,

čestitamo vam što ste u prošloj kalendarskoj godini proveli projekte za koje smatrate da zaslužuju strukovnu nagradu Grand PRix!



HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU



HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU

## OPĆE INFORMACIJE

### Što je nagrada Grand PRix i zašto se prijaviti?

Odlična komunikacija ključna je za kvalitetne odnose u organizaciji i odnose s ostalim javnostima koje su bitne za ostvarenje poslovnih ciljeva organizacije. Komunikacijska izvrsnost traži kontinuirano usavršavanje, preispitivanje i unapređenje načela dobrog poslovanja i temeljnih vrijednosti profesionalaca u struci odnosa s javnošću.

**Grand PRix** Hrvatske udruge za odnose s javnošću je **izraz priznanja kolegama za izvrsnost** u osmišljavanju i provedbi projekata vezanih za strateške komunikacije i odnose s javnošću u tvrtkama, ali i **motivacija** za dodatne napore, inovativnost i prezentaciju struke odnosa s javnošću i važnosti komunikacije u javnosti. Dodatna vrijednost nagrade je **edukacija i usavršavanje** koje proizlazi iz razmjene iskustva i znanja kroz prezentaciju komunikacijskih projekata.

Osim toga, Grand PRix je i prilika za odmjeriti snage s konkurencijom, usporediti svoje projekte s najboljima u istoj kategoriji, pohvaliti se kolegama, struci i široj javnosti te dobiti priznanje za svoj dosadašnji i poticaj za budući rad.

Nagrada se dodjeljuje u **11 natjecateljskih kategorija** u kojima organizacije prijavljuju komunikacijske projekte te u **tri posebne kategorije** – Grand Prix za razvoj struke, Komunikator godine i Antikomunikacija godine.

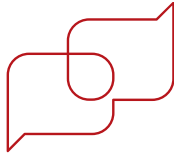
### Koje su kategorije ovogodišnje nagrade Grand PRix?

Od 2007. godine nagrada se dodjeljuje u različitim kategorijama koje se svake godine nadograđuju ovisno o tržišnim trendovima.

Ove godine svoje projekte možete prijaviti u sljedećim kategorijama:

1. Grand PRix za odnose s javnošću državnih i javnih tijela Republike Hrvatske, regionalne i lokalne samouprave (županije, gradovi, općine i sve institucije kojima su osnivači, izuzev trgovačkih društava) i nacionalnih, regionalnih i lokalnih javnih ustanova
2. Grand Prix za odnose s javnošću udruga i nevladinih organizacija
3. Grand PRix za odnose s javnošću velikih trgovačkih društava
4. Grand PRix za odnose s javnošću malih i srednjih trgovačkih društava
5. Grand PRix za društveno odgovorno poslovanje
6. Grand PRix za unutrašnju komunikaciju
7. Grand PRix za političku komunikaciju
8. Grand PRix za kriznu komunikaciju

**Izvrsnost** u osmišljavanju i provedbi projekata u odnosima s javnošću, Hrvatska udruga za odnose s javnošću potiče od 2007. godine dodjelom najprestižnije nagrade u ovom području u Hrvatskoj.



## HRVATSKA UDRUGA ZA ODNOSE S JAVNOŠĆU

9. Grand PRix za organizaciju i komunikaciju događanja
10. Grand PRix za digitalnu komunikaciju i komunikaciju na društvenim mrežama, za komunikaciju uz pomoć AI alata
11. Grand PRix za integriranu kampanju

### Koji su rokovi za prijavu i iznosi kotizacije?

Kako biste imali dovoljno vremena za osvrnuti se na prošlu godinu, prijave za ovogodišnji Grand PRix otvorene su čak 23 dana. Pritom smo mislili i na one navikle na (jako) kratke rokove, kao i na one koji sve ostavljaju za zadnji tren. Na vama je da odlučite hoćete li svoj projekt prijaviti na rani, redovni ili kasni rok. Nama je bitno samo da nam pošaljete svoje najizvrsnije prijave kojima ćete pokazati zašto baš vaš projekt zaslužuje Grand PRix.

Prijava:	Rok za prijavu:	Iznos kotizacije* (za članove HUOJ-a)	Iznos kotizacije* (za nečlanove)
Rana prijava:	31. siječanj 2024.	150	180
Redovna prijava:	7. veljače 2024.	165	190
Kasna prijava:	15. veljače 2024.	180	205

\*bez PDV-a (25%) u eurima

Kako bi prijava bila valjana, potrebno ju je poslati u zadanom roku elektroničkom poštom na adresu [grandprix@huoj.hr](mailto:grandprix@huoj.hr). Prijava se sastoji od popunjene **Prijavnice** (s opisom projekta u 1000 riječi), **Obrazasca osobnih podataka**, potpisane i ovjerene **Izjave o vjerodostojnosti podataka**, **Izjave o korištenju podataka**, **Suglasnosti**, **potvrde o uplati kotizacije** te **prezentacije projekta** u .ppt ili .pdf formatu.



#### **Prije slanja prijave, potrebno je uplatiti kotizaciju.**

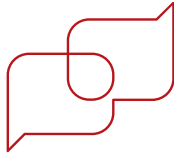
Zahtjev za dostavu ponude prema kojoj se uplaćuje kotizacija šalje se na [grandprix@huoj.hr](mailto:grandprix@huoj.hr) uz obvezno navođenje podataka: rana, redovna ili kasna prijava, član/nije član, naziv uplatitelja te OIB uplatitelja.

Prezentacija projekta (u .ppt ili .pdf formatu) može sadržavati najviše 15 stranica, a svrha joj je žiriju omogućiti dublji uvid u projekt. Samim time, prezentacija ne mora nužno slijediti sadržaj same Prijavnice, već ju možete obogatiti video sadržajem (koji ne smije biti duži od 2 minute), rezultatima istraživanja, primjerima dizajniranih materijala i svime što želite pokazati žiriju. **Ova prezentacija koristi će se na Smotri finalista.** Imajte na umu da će, u slučaju prolaska vašeg projekta u finale, žiri sav poslani materijal iz prijave moći koristiti za postavljanje pitanja na Smotri finalista.



#### **Dobro je znati!**

Svaki projekt dio je šireg konteksta, poslovnog plana ili kampanje. Kako bi žiri dobio cjelovitu sliku o prijavljenom projektu, u dodatnim materijalima možete (ali niste obvezni) dati pozadinu projekta,



## HRVATSKA UDRUGA ZA ODNOSE S JAVNOŠĆU

odnosno opisati sve ono što biste željeli da žiri zna o vama i prijavljenom projektu te zašto smatrate da projekt zaslužuje nagradu, a što ne spada u obvezne dijelove prijavnice na temelju kojih će žiri ocjenjivati vaš projekt.

### Tko sve može prijaviti projekt?

Grand PRix je otvoren za **sve stručnjake u području odnosa s javnošću**, a prijavitelji mogu biti fizičke i pravne osobe koje se bave odnosima s javnošću. **Nema ograničenja u broju prijavljenih projekata po prijavitelju**, ali jedan projekt može biti prijavljen isključivo u jednoj kategoriji te ne može biti prijavljen više puta, neovisno o trajanju projekta i različitim fazama provođenja projektnih aktivnosti.

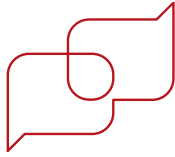
### Kojim će se kriterijima žiri voditi prilikom ocjenjivanja projekata?

Grand PRix Hrvatske udruge za odnose s javnošću izraz je priznanja za **izvrsnost**, a u ovom slučaju izvrsnost se očituje u kombinaciji **komunikacijskog izazova i strateškog pristupa, kreativnosti i inovativnosti**, dobro postavljenih **ciljeva** i još boljih **rezultata te društvene vrijednosti i opće relevantnosti**. Upravo su to kriteriji koje će žiri uzeti u obzir prilikom ocjenjivanja prijavljenih projekata. Zato im kroz prijavu ispričajte priču – stratešku, jasnu i zanimljivu i to u **1000 riječi** (ili manje 😊).

**Ne zaboravite: ako vaš projekt uđe u finalne, za prezentaciju na Smotri finalista možete osvojiti do 5 dodatnih bodova.**

Pravilnikom o dodjeli godišnje nagrade Grand PRix definirani su kriteriji na temelju kojih će žiri ocjenjivati vaše radove kao i broj bodova po svakoj od kategorija koje žiri može dodijeliti svakom od prijavljenih projekata.

Kriterij:	Opis:	Bodovi:
<b>Komunikacijski izazov i strateški pristup</b>	U okviru ovog kriterija potrebno je opisati strateški pristup određenom problemu, kao i način rješavanja problema i provedbe projekta. Podrazumijeva pripreme radnje za ostvarenje projekta, planiranje i upravljanje projektom, uključujući analizu situacije, problema i okruženja, provedbu početnih istraživanja i odabir istraživačkih metoda (ako su istraživanja provedena), određivanje ciljanih skupina i ključnih dionika, postavljanje konkretnih i mjerljivih ciljeva, oblikovanje komunikacijskih poruka te odabir taktika i alata, uz vremenski plan. Svi dijelovi planiranja trebaju biti navedeni, uključujući i proračun.	0 – 30
<b>Kreativnost i inovativnost</b>	U okviru ovog kriterija potrebno je navesti na koji ste način proveli projekt, kojim ste se instrumentima, alatima, taktikama, komunikacijskim kanalima koristili i zašto ste ih odabrali. Navedite jeste li i kako uključili zainteresiranu javnost, jesu li zainteresirane javnosti imale mogućnost utjecati na strategiju i ciljeve projekta i na kojoj razini. Navedite na koji ste način koristili teoriju i praksu u oblikovanju kreativnih i inovativnih pristupa rješavanju nekog problema, što projekt čini posebnim u odnosu na konkurenciju i po čemu se razlikuje. Pokažite poveznicu između ciljeva i same provedbe. Posebno se osvrnite na razvoj novih, kreativnih ideja ili rješenja unutar projekta, neovisno o tome radi li se o sasvim novim pristupima ili unaprjeđenju već	0 – 25



	postojećih. Pritom nam pokažite kako ste ideje i rješenja primijenili u određenom kontekstu kako biste projekt izdvojili od konkurencije, stvorili dodatnu vrijednost, povećali učinkovitost ili doprinijeli produktivnosti u odnosu na postojeću praksu.	
<b>Kriteriji vrednovanja i ostvareni ciljevi</b>	U okviru ovog kriterija potrebno je navesti konkretne i mjerljive ciljeve prema SMART načelima te prikazati vezu između svih ciljeva, a posebno vezu s poslovnim ciljevima i planiranim rezultatima. Projekt može imati jedan ili više ciljeva, razradite ih na opće i specifične ciljeve ili prema dionicima. Osim toga, potrebno je navesti odabrani pristup mjerenju i vrednovanju rezultata u odnosu na postavljene ciljeve i željene ishode te ostvarenu učinkovitost, odnosno uspješnost u rješavanju prepoznatog izazova ili u ostvarenju cilja. Navedite jesu li ostvareni postavljene ciljevi i planirani rezultati te opišite konačan ishod. Opis učinaka i vrednovanje moraju odgovarati navedenim ciljevima. Ako ste proveli istraživanje, ukratko ga opišite i navedite rezultate. Od prijavitelja se očekuje da vrednovanje rezultata prikažu u skladu s preporukama mjerenja u odnosima s javnošću prema Načelima iz Barcelone.	0 – 20
<b>Društvena vrijednost i opća relevantnost</b>	U okviru ovog kriterija možete opisati dodanu vrijednost koju je projekt donio / donosi društvu i zajednici u kojoj je ostvaren, odnosno ostvarene pozitivne promjene na zajednicu na koje je projekt utjecao, neovisno o tome je li proveden na internoj, lokalnoj ili nacionalnoj razini. Osim toga, možete pojasniti je li riječ o jednokratnom projektu ili projektu koji ima potencijal dugoročne održivosti s ciljem daljnjeg utjecaja, razvoja i ostvarenja doprinosa zajednici.	0 – 20

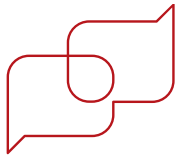
### Kako do finala?

Proces ocjenjivanja prijavljenih projekata počinje odmah po isteku roka za prijavu, a njime upravljaju predsjednik i potpredsjednik žirija. Nakon upoznavanja s prijavljenim projektima, žiri će o svakom od njih raspravljati prije donošenja konačnih odluka, kako bi se razmjenom mišljenja postiglo čim veće razumijevanje projekta od strane svih članova žirija. Ako i nakon toga bude nekih nejasnoća, žiri će vam postaviti pitanja na koja ćete biti dužni odgovoriti u roku od 24 sata.

Nakon postupka žiriranja svaki član žirija – anonimno i u tajnosti te samostalno i suvereno – ocjenjuje prijavljene projekte, u skladu sa svojim stručnim znanjem, ugledom i autoritetom.

Za prolazak u finale važan je prosječan broj bodova svih članova žirija koji su glasali za određeni projekt jer u finalne ulaze svi projekti čiji je **zbroj prosječnih bodova minimalno jednak ili veći od 51% u svakome od kriterija koji se ocjenjuju ili minimalno 60% od ukupno mogućeg zbroja prosječnih ocjena**, s obzirom na broj članova žirija koje sudjeluju u žiriranju kategorije.

**Izuzeće člana žirija:**  
član žirija koji, u skladu s  
Pravilnikom, ne može  
ocijeniti projekt izuzima se  
iz ocjenjivanja cijele  
kategorije.



## HRVATSKA UDRUGA ZA ODNOSE S JAVNOŠĆU

### Što se događa u drugom krugu?

Ako je vaš projekt prošao u finale – čestitamo! To znači da ste opisom projekta iz Prijavnice uspjeli uvjeriti žiri da je vaš projekt vrijedan nagrade. U drugom krugu imate priliku prvi dojam dodatno osnažiti i to prezentacijom projekta na Smotri finalista. Na Smotri imate priliku žiriju dati još širi kontekst vašeg projekta (i baciti oko na konkurenciju), ali ne zaboravite da je Smotra i prilika žiriju da vam postavi pitanja. Stoga se dobro pripremite jer nakon Smotre žiri ponovno boduje projekte – po svim kriterijima. Tako da uz do 5 dodatnih bodova koje možete dobiti za prezentaciju, dojam koji ostavite i odgovori koje ponudite mogu rezultirati time da vam žiri u drugom krugu glasovanja da veći (ali i manji!) broj bodova.

Nakon Smotre finalista žiri ponovno boduje sve projekte koji su ušli u finale po svim kriterijima, uključujući i dodatni za prezentaciju.

### I na kraju – koje će se nagrade dodijeliti i kome?

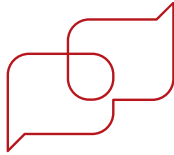
U idealnoj varijanti i obilju kvalitetnih prijava u svakoj od natjecateljskih kategorija dodijelit će se minimalno 3 nagrade: **zlat**, **srebro** i **bronca**. Međutim, moguće je da, na temelju ocjena žirija, u svakoj od kategorija bude više dobitnika nagrada (zlat, srebro, bronca), ali i da uopće ne bude dobitnika. Uvjet za dodjelu nagrade je ostvarivanje minimalnog postotka broja bodova temeljem zbroja prosječnih ocjena svih kriterija, odnosno definiranih bodovnih raspona, kako je pojašnjeno u Pravilniku za dodjelu godišnjih nagrada Grand PRix.

Dobitnici nagrada bit će proglašeni na svečanoj dodjeli te će im biti uručena Grand PRix statua. Ako im jedna ne bude dovoljna, dodatnu uvijek mogu naručiti slanjem zahtjeva na [grandprix@huoj.hr](mailto:grandprix@huoj.hr).

### VAŽNI DATUMI

DATUM	DOGAĐAJ/OBVEZA
17. siječnja 2024.	Otvaranje natječaja
30. siječanj 2024.	Završetak rane prijave
7. veljače 2024.	Završetak redovne prijave
15. veljače 2024.	Završetak kasne prijave
<b>15. veljače 2024.</b>	<b>Zatvaranje natječaja u 18 sati</b>
16. veljače – 15. ožujka 2024.	Žiri odabire finaliste
2. travnja 2024.	Otvaranje prijave za svečanost dodjele nagrada*
do 18. ožujka 2024.	Obavijest finalistima i ostalim prijaviteljima o odabiru putem e – pošte, mrežnih stranica HUOJ-a

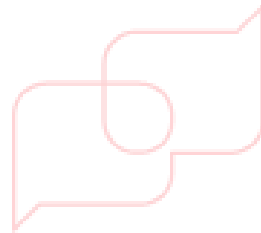




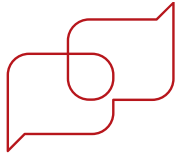
HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU

18. ožujka 2024.	Obavijest finalistima o satnici predstavljanja projekta na Smotri finalista – UŽIVO!
26. ožujka 2024.	Smotra finalista – o mjestu i vremenu prijavitelji će biti naknadno obaviješteni
2. travnja 2024.	Svi finalisti obvezni su dostaviti prezentaciju projekta (video) u trajanju 30 sec za potrebe svečane večere
15. travnja 2024.	Zatvaranje prijava za svečanu dodjelu nagrada
18. travnja 2024.	Proglašenje pobjednika na svečanoj dodjeli nagrada*

\*Organizator ostavlja mogućnost izmjene datuma dodjele nagrade.



HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU



HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU

## KAKO NAPISATI PRIJAVU VRIJEDNU ZLATA?

Da je lako – zlato bi dobio svatko. 😊

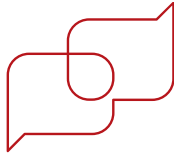
### Savjeti bivših članova žirija

Svi članovi žirija iskusni su i cijenjeni kolege – što teoretičari, što praktičari – i njihove apetite nije lako zadovoljiti, ali još ih je teže zavarati. Stoga u svojim prijavama budite iskreni i precizni, jer je to najbolji put do zlata. U svojim prijavama stoga dajte kontekst projekta, žiriju pokažite koliko ste kreativni i inovativni, ali i društveno odgovorni bili te kako ste planirali i koje ste rezultate ostvarili. Drugim riječima, ispunite prijavnicu imajući na umu sve kriterije po kojima će vaše prijave žiri ocjenjivati.

Kako bismo vam približili proces žiriranja, za vas smo na jedno mjesto okupili neke od najčešćih komentara i savjeta bivših članova žirija – nadamo se da smo pomogli.

- ✓ **Ispričajte nam priču!** Izbjegavajte nepotrebno dodavanje riječi ili podataka kako biste došli do 1000 riječi, jer se jasne i sažete prijave ističu.
- ✓ **Postavljene ciljeve povežite s rezultatima!** Ali ih pritom nemojte naknadno prilagođavati ostvarenom – jer se to iz vaših prijavnica vidi. Ako niste ciljeve postavili na početku projekta – za to je sigurno postojao razlog. I to je u redu! Izmišljanje ciljeva nakon kraja projekta nije.
- ✓ Kod postavljanja ciljeva i navođenja rezultata **zaboravite na broj ostvarenih objava i njihovu AVE vrijednost.** To nas ne zanima jer znamo da se projekti ne provode zbog toga. Pokažite nam kako je provedena kampanja utjecala na poslovne rezultate, koliko je osoba i na koji način dotaknula, koje je pozitivne promjene donijela. To su rezultati o kojima želimo čitati. I zapamtite – komunikacijski alati ne mogu biti ciljevi.
- ✓ Prije nego krenete pisati prijavu **proučite članove žirija** koji će ju ocjenjivati.
- ✓ **Pripremite se za Smotru finalista!** Proučite projekte koji su uz vaš prošli u finale i pokušajte predvidjeti koje informacije žiriju fale ili gdje ste slabi u Prijavnici. I nemojte na Smotri ostaviti dojam kako da vam se ne da biti tamo – sjetite se da vam sama prezentacija može donijeti do 5 bodova, ali i u potpunosti promijeniti mišljenje žirija o vašem projektu – na bolje ili na lošije.
- ✓ Puno prijavljenih projekata nije prilagođeno traženom u Prijavnici. Razumijemo da za to treba vremena, ali ako ste već odlučili prijaviti projekt – pronađite ga. Jer žiri ocjenu donosi isključivo na temelju prijavnice, a na svog privatnog znanja i razumijevanja projekta.
- ✓ Imajte na umu da žiri svake godine čita preko 50 projekata (što nas veseli) – **nađite način da se istaknete!**
- ✓ **Provjerite gramatiku, lektorirajte tekstove, provjerite brojeke i izvore,** jer je jako frustrirajuće ispravljati banalne greške kolegama. I da – ako nam šaljete dodatne materijale, uvjerite se da su u njima isti podaci kao i u Prijavnici.
- ✓ **Kontekst je ključan!** Napravili smo to, to i to zamijenite s Napravili smo zato, zato i zato... šturi podaci bez konteksta (tržišnog, ekonomskog ili nekog trećeg) ne znače nam puno.
- ✓ U gotovo svim projektima ciljevi su najslabija karika. Potrudite se da u vašem ne budu!
- ✓ **Čitajte „mala slova“** (odnosno opise kategorija) u Prijavnici. Osim što su to upute vama za opis projekta, to su i upute nama za njihovo ocjenjivanje. I – bacite oko na tablicu s rasponom bodova po svakom od kriterija.
- ✓ Svaki, ali svaki projekt ima neku društvenu vrijednost i relevantnost.

10



HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU

### Primjeri dobre prakse (iz ranijih natjecanja)

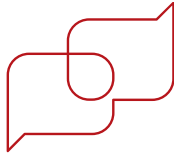
Pregled projekata nagrađenih prijašnjih godina potražite na: <https://www.huoj.hr/projekti/grand-prix/>

### NAJČEŠĆA PITANJA I ODGOVORI:

Pred nama je 17. dodjela strukovne nagrade Grand PRix. Kako bismo vam olakšali prijavu na jedno smo mjesto prikupili najčešća pitanja iz proteklih godina te vam dostavljamo na njih. Ako neko pitanje nije obuhvaćeno, javite nam se na [grandprix@huoj.hr](mailto:grandprix@huoj.hr).

1. **Tko može prijaviti projekt na natječaj?** Grand PRix je otvoren za sve stručnjake u području odnosa s javnošću. Prijavitelji mogu biti fizičke i pravne osobe koje se bave odnosima s javnošću.
2. **U koliko kategorija se može prijaviti projekt?** Jedan projekt može se prijaviti u samo jednu od ponuđenih kategorija.
3. **Koliko projekata možemo prijaviti?** Broj projekata koje fizička ili/i pravna osoba može prijaviti nije ograničen.
4. **Koliko puta se može prijaviti jedan komunikacijski projekt?** Prijavljeni projekt mora biti proveden u razdoblju koje se navodi u prijavnici. Ako se radi o višegodišnjim projektima, oni moraju biti djelomično ili u cijelosti provedeni u kalendarskoj godini koja prethodi godini u kojoj se raspisuje natječaj, prijavitelji samostalno odabiru u kojoj će fazi i za koju godinu prijaviti projekt, vodeći računa da se projekt, bez obzira na broj faza, može prijaviti samo jednom i to najkasnije godinu dana nakon završetka.
5. **Projekt smo prijavili u jednu kategoriju, ali smo dobili obavijest da je premješten u drugu. Možete li nam pojasniti o čemu se radi?** Sukladno Pravilniku o dodjeli Grand PRix nagrada žiri, nakon što pročita projekt, može, ukoliko zaključi da je projekt prijavljen u pogrešnu kategoriju, projekt rasporediti u drugu, odgovarajuću kategoriju. Žiri o tome obavještava prijavitelja koji daje ili ne daje suglasnost na predloženu promjenu kategorije.
6. **Razmatra li žiri prijave koje sadržavaju više od propisanih 1000 riječi?** Žiri neće uzeti u razmatranje prijave koje u opisu projekta imaju više od 1000 riječi.
7. **Osim prezentacije koja je sastavni dio prijave, treba li dostaviti posebnu prezentaciju za Smotru finalista?** Prezentacija koja je sastavni dio prijave projekta koristit će se i za Smotru finalista.
8. **Mora li prezentacija, za potrebe Smotre finalista, biti isključivo u ppt formatu ili se mogu koristiti drugi alati i formati za izradu prezentacija?** Za prezentaciju projekta na Smotri finalista koriste se svi digitalni formati i prezentacijski alati, a .ppt može sadržavati do maksimalno 15 stranica. Video koji je inkorporiran u prezentaciju ne smije biti ukupno duži od 2 min cjelokupne prezentacije tj. ne smije prevladavati u prezentaciji. Prezentacija traje maksimalno 5 min. Ako prezentacija ne odgovara propisanim uvjetima, projekt neće biti ocijenjen. Ovo se posebno odnosi na dužinu trajanja videa unutar prezentacije (do 2 min ukupno!).
9. **Mora li prezentacija koja sadržava dodatni materijal uz Prijavnicu, slijediti sadržaj prijave ili dati dodatne informacije o projektu koje nisu navedene u prijavi?** Prezentacijom trebate omogućiti dodatni, dublji uvid u projekt kao dodatnu vrijednost sadržaju prijave kako bi nakon toga žiri, ukoliko ima potrebe, mogao postaviti pitanja i eventualno razjasniti postojeće nedoumice. Prezentacija ne mora nužno slijediti sadržaj same Prijavnice, ali može imati do maksimalno 15 stranica. Preporuča se što više fotografija,

11



## HRVATSKA UDRUGA ZA ODNOSE S JAVNOŠĆU

- grafikona, vizualnih materijala, sadržaja društvenih mreža i sl. Svi elementi i materijali moraju biti u jednoj prezentaciji.
10. **Donosi li slanje dodatnih materijala (kao što su dodatni video isječci, brošure, rezultati istraživanja...) dodatne bodove prilikom ocjenjivanja projekata?** Slanje dodatnih materijala osim propisanih (Prijavnica, Obrazac osobnih podataka, Izjava o vjerodostojnosti podataka (potpisanu i ovjerenu), Izjava o korištenju podataka, Suglasnost, potvrda o uplati kotizacije, Prezentacija) ne donosi dodatne bodove, ali žiriju može dati bolji uvid u projekt.
  11. **Imamo li popust ako prijavljujemo više nacionalnih projekata?** Kod prijave više nacionalnih projekata ne odobrava se popust.
  12. **Koji je postupak plaćanja kotizacije?** Kada odlučite u kojem roku ćete prijaviti projekt zatražite ponudu/predračun, slanjem elektronske poruke na [grandprix@huoj.hr](mailto:grandprix@huoj.hr). Na temelju ponude/predračuna uplaćujete kotizaciju. Obavezno navedite jeste li član HUOJ-a ili ne. Uplata mora biti izvršena u roku prijave i u istom roku mora biti poslan projekt kako bi prijava bila važeća. Nakon uplate izdaje se račun.
  13. **Što znači kotizacija za članove?** Sve pravne osobe koje imaju članove HUOJ-a ostvaruju pravo na kotizaciju za članove.
  14. **Što je uključeno u cijenu kotizacije?** Cijena kotizacije uključuje priznanje, statuu i jednu ulaznicu za svečanu dodjelu nagrada. Ako ima potrebe za dodatnim ulaznicama, one se naplaćuju po realnoj cijeni s obzirom na troškove organizacije.
  15. **Kako naručiti dodatnu statuu?** Ukoliko dobitnik želi dodatne statue i/ili priznanja moguće ih je naručiti na e-adresi [grandprix@huoj.hr](mailto:grandprix@huoj.hr) uz plaćanje nastalog troška izrade.

HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU

Za sva dodatna pitanja i pojašnjenja pišite nam na e-adresu: [grandprix@huoj.hr](mailto:grandprix@huoj.hr).