

30.

SO F

**SODGOVORNOST
ZA PRIHODNOST**

SLOVENSKI OGLAŠEVALSKI FESTIVAL

8.–9. JUNIJ 2021

AVDITORIJ PORTOROŽ

PRIROČNIK ZA NOVINARJE

Organizator:



SLOVENSKA
OGLAŠEVALSKA
ZBORNICA
SLOVENIAN ADVERTISING CHAMBER

VSEBINA

1. O SOF-u
2. Vizualna identiteta
3. Rdeča nit 30. SOF-a
4. Ključni datumi
5. Novosti tekmovalnega programa
6. Nagrade
7. Žirija
8. Kontakt

01.

O SOF-u

Slovenski oglaševalski festival (SOF) je osrednji letni dogodek oglaševalske stroke v Sloveniji, ki ga organizira Slovenska oglaševalska zbornica.

Celostno zasnovan kongresni program odpira razpravo o aktualnih strokovnih vprašanjih in omogoča izmenjavo znanj, izkušenj, idej in pogledov na nadaljnji razvoj stroke, v tekmovalnem delu pa se na vsakoletni paradi kreativnosti izbirajo najboljše oglaševalske rešitve in predstavlja celosten pregled dogajanja v slovenskem oglaševalskem prostoru.

SOF torej **nagrajuje in spodbuja ustvarjalnost in podjetnost** ter **prinaša nova znanja**. S strokovnim programom in tekmovanjem **pomembno vpliva na razvoj slovenske oglaševalske stroke**.

02. VIZUALNA IDENTITETA

Podoba SOF: **motivacija, ambicija, entuziazem.**

Barva je edina spremenljivka v vizualni identiteti festivala SOF, ki od leta 2018 sestavlja stalno, preprosto in prepoznavno podobo, ki jo je ustvarila agencija Futura DDB.

30. festival SOF zaznamuje **jubilejna zlata barva** s posebej izbranimi motivi, pisanimi na kožo medijem, oglaševalcem in agencijam, ki soustvarjajo družbeno resničnost naše skupne prihodnosti.

Črka O ponazarja znameniti SOF-ov propeler, ki je prepoznavna konstanta podobe festivala. Propeler v polnem zagonu še močnejše simbolizira premik naprej, motivacijo, ambicijo in entuziazem. V črki O lahko prepoznamo tudi tarčo, ki prav tako nosi veliko simbolike, pisane na kožo osrednjemu slovenskemu oglaševalskemu festivalu. Obkrožena pika lahko pomeni tudi sonce, središče, znak za »trademark«, »fisheye« objektiv – kar so vse pomeni, ki jih z lahkoto povežemo s poslanstvom SOF-a.

03.
RDEČA NIT 30. SOF-a

SOODGOVORNOST ZA PRIHODNOST

SOF

03.

RDEČA NIT 30. SOF-a

Razumevanje soodgovornosti oglaševalcev, agencij in medijev pri soustvarjanju naše skupne prihodnosti.

30. SOF se bo v času največjih okoljskih in družbenih sprememb zadnjih desetletij posvečal raziskovanju soodgovornosti, ki jo imajo pri teh spremembah blagovne znamke, mediji in agencije, ter poskušal pomagati najti poti, vzdržne tako za okolje in družbo kot posel.

Na 30. SOF-u se bomo posvetili tematiki **trajnostne družbene soodgovornosti, ki presega klasično pojmovanje** družbene odgovornosti, saj je zdaj čas, da odgovornost postane odgovornost v neposrednem in trajnostnem pomenu besede. Tematiko želimo raziskati globlje, **želimo raziskati vloge, ki jih imamo mediji, oglaševalci in agencije pri soustvarjanju družbene resničnosti**, ki bo oblikovala našo prihodnost.

[Več >>](#)

04. KLJUČNI DATUMI

Rok za prijavo del:

9. april 2021

Rok za zgodnjo prijavo osebne udeležbe:

5. maj 2021

Javna objava del v ožjem izboru:

na festivalu

30. SOF:

8. in 9. junij 2021

Slavnostna podelitev nagrad:

9. junij 2021, ob 20.30

05.

NOVOSTI TEKMOVALNEGA PROGRAMA

Svet tekmovalnega programa je za letošnjo tekmo pripravil nekaj novosti, s katerimi želi festivalu dodati čim več relevantnih tem.

Sekciji **KAJ** in **ZAKAJ** bosta prijaviteljem ponovno omogočili prijavo del v zelo raznolike tekmovalne skupine in kategorije ter ponudili široko paleto priložnosti za prijavo, tudi tistim malo bolj specializiranim komunikacijam.

Največja novost je »koronska« skupina **COVID-19 (znotraj sekcije ZAKAJ)**, kot odgovor na pandemijo, ki je zaznamovala tudi našo industrijo in pošteno izzvala kreativne ustvarjalce v agencijah. V to skupino spadajo vse (integrirane ali samostojne) komunikacijske rešitve, ki so bile ustvarjene v obdobju pandemije, kot odgovor na specifične razmere in kontekst pandemije oz. z ekskluzivnim namenom, da ciljno skupino obveščajo glede koronavirusa. **50 % vseh sredstev, zbranih s prijavninami za dela v tej skupini, bo SOZ namenila v dobrodelne namene projektu Botrstvo.**

05.

NOVOSTI TEKMOVALNEGA PROGRAMA

Naslednja večja novost je skupina **Digitalne komunikacije (K5)**. Svet tekmovalnega programa (STP) SOF je skladno s trendi in predlogi predstavnikov stroke skupino Spletne & mobilne komunikacije preimenoval in ustrezno prilagodil tekmovalne kategorije. S tem so želeli žiriji omogočiti, da dela v digitalnem segmentu ocenjuje predvsem po oglaševalsko-komunikacijskih kriterijih in ne po učinkovitosti uporabe posameznih platform.

Tretja novost pa se tiče same **predstavitve prijavljenih del**. Prijavitelj lahko predstavi svoje delo v obliki videa ali kot PowerPoint (oz. katero drugo) prezentacijo. Prepričani smo, da bodo prijavitelji znali sami izbrati obliko, ki njihovo delo najbolje predstavi žiriji.

Svet tekmovalnega programa je s tem spremembami želel dodati več relevantnosti jubilejni izdaji festivala tudi na področju tekme. Naslednje leto, ko bo festival vstopil v novo obdobje, pa bo odlična priložnost za njeno bolj temeljito in kreativno prenovu.

06. NAGRADE

- OŽJI IZBOR
- SREBRNA NAGRADA
- ZLATA NAGRADA
- VELIKA NAGRADA
- NAGRADA SOF SOF-a

POSEBNE NAGRADE:

- AGENCIJA LETA
- ZNAMKA LETA
- **NAGRADA ZA NAJBOLJŠO PRODUKCIJSKO HIŠO FILMSKIH OGLASOV**
Za najboljšo produkcijsko hišo filmskih oglasov se razglasi produkcijska hiša s sedežem v Sloveniji, ki je zbrala največ točk v tekmovalni skupini K1 – Film.
- **NAGRADA ZA NAJBOLJŠO PRODUKCIJSKO HIŠO RADIJSKIH IN ZVOČNIH OGLASOV**
Za najboljšo produkcijsko hišo radijskih in zvočnih oglasov se razglasi produkcijska hiša s sedežem v Sloveniji, ki je zbrala največ točk v tekmovalni skupini K4 – Zvok.
- **NAJBOLJŠE V SKUPINI COVID-19**

Zmagovalec tridesetletja skupine 30 veličastnih bo med vsemi prejemniki Velike nagrade v kategoriji Film izbran na podlagi glasu ljudstva. Najboljših deset agencij tridesetletja bo izbranih na podlagi seštevka točk agencij v zadnjih tridesetih letih festivala SOF. Obe nagradi agencijam ne prinašata posebnih točk v seštevku za 30. SOF 2021.

07. ŽIRIJA

Osrednji tekmi 30. SOF-a bo predsedoval **Janez Rakušček**, izvršni kreativni direktor pri agenciji Luna\TBWA. Izjemen mislec z akademskim ozadjem v umetnosti, afiniteto do znanosti in veliko ljubeznijo do oglaševanja s častitljivim naslovom Oglaševalska osebnost (2011), ki ga je zadnjih 30 let v različnih vlogah, kot snovalca tekmovalnega programa, žiranta, govorca in sogovornika, pripeljala na vseh 30 SOF-ov.

Skupno 9-člansko žirijo bodo sestavljali izkušeni kreativni, umetniški in strateški direktorji. Predsedniku se v žiriji pridružujejo (z leve proti desni):

- **Matjaž Germ**, kreativni direktor pri Agenciji 101,
- **Matija Kocbek**, kreativni direktor in vodja oblikovanja na Pristopu,
- **Matej Kodrič**, kreativni direktor pri Hermanu in partnerjih,
- **Maruša Koželj**, umetniška direktorica pri Futuri DDB,
- **Matija Primc**, umetniški direktor na Shift Agency Ljubljana,
- **Blaž Ritmanič**, kreativni direktor na Formitasu,
- **Toni Tomašek**, direktor in glavni kreativni direktor ter direktor poslovnega razvoja za Adriatik pri Publicis Groupe in
- **Jure Tovrljan**, kreativni direktor pri AV Studiu.



07.

PRIDRUŽENE ČLANICE

Upravljanje znamke

Letos drugič že v prvem krogu žiriranja, se devetčlanski žiriji pri ocenjevanju tekmovalne skupine Upravljanje znamke, pridružujejo tri predstavnice oglaševalcev (z leve proti desni):

- **Andreja Zadnik Andoljšek**, direktorica tržnega komuniciranja, Mercator,
- **Manja Gradišek**, vodja tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi, NLB ter
- **Mojca Pesendorfer**, vodja marketinga za razvoj kategorij in blagovnih znamk v strateškem poslovnem področju delikatesni namazi, Atlantic Droga Kolinska / Atlantic Grupa.



07.

PRIDRUŽENI ČLANI

Digitalne komunikacije

V novi, osveženi skupini Digitalne komunikacije (doslej Spletne in mobilne komunikacije) se bodo žiriji pri ocenjevanju kreativnosti, inovativnosti in učinkovitosti komunikacijskih rešitev pri uporabi obstoječih ali ustvarjenih digitalnih platform, kanalov in orodij, pridružili trije strokovnjaki (z leve proti desni):

- **Tina Šubic Konda**, specialistka za digitalni in vsebinski marketing, GENERALI zavarovalnica,
- **Sara Mekinc**, specialistka za vsebine, Viberate in
- **Jernej Špende**, strateg.



07.

PRIDRUŽENI ČLANI

Oblikovanje

V skupini Oblikovanje se primarni žiriji pridružujejo trije dodatni strokovnjaki s področja (z leve proti desni):

- **Tomato Košir**, oblikovalec vizualnih sporočil,
- **Vladan Srdić**, svetovalec za blagovne znamke, umetniški direktor, grafični oblikovalec UI + in partner pri Studiu 360 ter
- **Primož Zorko**, samostojni umetnik, fotograf in oblikovalec.



07.

PRIDRUŽENI MEDNARODNI ČLANI

Velike nagrade

Primarno žirijo 30. SOF z Janezom Rakuškom na čelu bodo pri odločanju glede velikih nagrad podprli še trije dodatni strokovnjaki iz regije (z leve proti desni):

- **Davor Bruketa**, kreativni direktor pri zagrebškem Bruketa&Žinić&Grey,
- **Tonči Klarić**, kreativni direktor pri škotskem Spellcaster in
- **Anja Radulović**, kreativna direktorica pri beograjskem Leo Burnett.



08. KONTAKT

Kristina Bogataj

Vodja komunikacij

E: kristina.bogataj@sof.si

M: 040 898 090

MEDIJSKO SREDIŠČE 30. SOF-a



sof

SOF