



### **Czym jest Konkurs Young Creatives w Cannes?**

Od 1992 r. w przeddzień każdego Międzynarodowego Festiwalu Reklamy w Cannes organizowany jest konkurs dla najmłodszych adeptów sztuki reklamy w kategoriach PRINT, FILM i CYBER. Dany kraj może być reprezentowany przez jeden zespół złożony z dyrektora artystycznego i autora tekstów. Muszą oni znać biegle angielski, ponieważ reklamę przygotowuje się w tym właśnie języku. Powinni też doskonale panować nad oprogramowaniem komputera Macintosh.

Co roku brief kreatywny przedstawiany zespołom dotyczy problemów społecznych, powstaje we współpracy z instytutem użyteczności publicznej i jest nieznaną do ostatniej chwili.

Prace oceniane są przez canneńskie jury danej kategorii: FILM, PRINT lub CYBER. W przypadku wygranej, Laureaci otrzymują statuetki podczas festiwalowej gali. Wszystkie prace eksponowane są w kulisach festiwalowego pałacu, a zwycięska praca jest publikowana na łamach USA TODAY.

### **Konkurs YOUNG CREATIVES w Polsce**

#### **I. CEL KONKURSU**

Celem konkursu jest wyłonienie najzdolniejszych młodych zespołów pracujących w szeroko rozumianej komunikacji marketingowej, a także propagowanie standardów, jakie powinni spełniać młodzi ludzie pracujące w tej branży. Kategoria PR nie ma jeszcze swojej kontynuacji w konkursie Cannes Lions, ale jest ważna z punktu widzenia rozwoju komunikacji marketingowej w Polsce.

#### **II. ORGANIZATORZY**

Organizatorem konkursu jest Klub Twórców Reklamy oraz Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR – oficjalny przedstawiciel Cannes Lions w Polsce, we współpracy ze Związkiem Firm Public Relations.

#### **III. UCZESTNICY**

Uczestnikami konkursu mogą być dwuosobowe zespoły złożone z młodych pracowników działów obsługi klienta w agencjach PR lub agencjach reklamowych, którzy nie ukończyli 28.

roku życia (urodzeni po 26 czerwca 1981), biegle władają językiem polskim i angielskim oraz udzielą organizatorom konkursu nieodpłatnie licencji na korzystanie z prac stworzonych w ramach konkursu w zakresie opisanym w niniejszych regulaminie. Swoje kandydatury mogą zgłaszać JEDYNIĘ za pośrednictwem agencji reklamowej lub PR, w której pracują.

#### IV. PRZEBIEG KONKURSU

##### **Eliminacje do konkursu YOUNG CREATIVES**

Aby zostać najlepszym teamem komunikacji marketingowej w poszczególnych kategoriach, trzeba wziąć udział w polskiej edycji konkursu Young Creatives organizowanym przez Klub Twórców Reklamy i Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR, oficjalnego przedstawiciela Międzynarodowego Festiwalu Reklamy Cannes Lions w Polsce. W konkursie mogą brać udział osoby zawodowo związane z komunikacją marketingową - dwuosobowe zespoły złożone z osób pracujących w działach obsługi klienta.

Czas nadsyłania zgłoszeń trwa od 8 stycznia 2010 i upływa dnia 1 lutego 2010 o godz. 14:00. Rejestracji dokonują podmioty zgłaszające wypełniając formularz na stronie [www.ktr.org.pl](http://www.ktr.org.pl).

##### **I ETAP – PRELIMINACJA**

Dnia 8. lutego 2010 (lub innym wskazanym przez Organizatora MIEJSCU i TERMINIE, o którym uczestnicy zostaną powiadomieni z wyprzedzeniem co najmniej 3 dni roboczych) w godzinach 12.00-14.00 oraz 15.00-17.00 w siedzibie Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR, tj. ul. Łowicka 25 lok P4, odbędą się PRELIMINACJE w kategorii PR. Przez 2 godziny zgłoszone wcześniej zespoły mają czas na opracowanie strategii działań PR do przygotowanego przez ZFPR briefu o tematyce społecznej. Prace będą zgrane na płyty CD w formacie Word (szczegółowa strategia).

Jury Preliminacyjne złożone z przedstawicieli Związku Firm Public Relations wyłoni 10 dwuosobowych teamów do II Etapu konkursu. Jeśli do rywalizacji zostanie zgłoszona mniejsza niż 10 liczba teamów eliminacje w kategorii PR nie odbędą się.

##### **II ETAP**

II etap odbywać się będzie w siedzibie KTR; Warszawa, ul. Łowicka 25, lokal P4 (wejście od ul. Karłowicza) lub innym miejscu wskazanym przez Organizatora. O dacie Uczestnicy zostaną powiadomieni odpowiednio wcześniej.

## 1. Briefowanie

W godzinach wieczornych w dniu poprzedzającym przeprowadzenie II etapu Konkursu Uczestnicy zobowiązani są do stawienia się i dokonania rejestracji uczestnictwa. Następnie zostanie przedstawiony pracującym teamom brief kreatywny przygotowany przez przedstawicieli Jury.

## 2. Praca

Uczestnicy rozpoczynają prace o godzinie 9:30 w miejscu wyznaczonym przez Organizatora. Projekty muszą być przygotowane wg przedstawionych założeń:

- Przez 8 godzin zespoły mają czas na opracowanie projektu – strategii działań PR.
- Prace nagrywane są na płytach CD w formatach: Word (szczegółowa strategia) oraz Power Point (prezentacja projektu z elementami wizualnymi).

Każdy zespół pracuje INDYWIDUALNIE, a za samodzielność wykonanych przez zespół prac odpowiada przedstawiciel Jury oraz organizatorzy konkursu. Jedyne materiały, z których w tym czasie może korzystać zespół to:

- Dostarczony przez Organizatora bank zdjęć firmy CORBIS oraz bank muzyki PARIS MUSIC.
- Kreatywne pomoce, takie jak: telefon komórkowy, skaner do skanowania szkiców i materiałów dodatkowych (np. w sytuacji, gdy do layoutu niezbędne jest zdjęcie wykonane aparatem lub telefonem komórkowym).

## 3. Oddanie prac

Przewidywany koniec konkursu: godz. 17.30, tzn. do tej godziny są przyjmowane prace, a zakończenie pracy jest równoznaczne z oddaniem gotowych do wydruku materiałów. **Zakończone po 17.30 prace nie zostaną przyjęte do oceny przez Jury.** Przedstawiciel Jury i Organizatora zbiera prace w wersjach elektronicznych i opieczętowuje je. W wyznaczonym dniu, zespoły będą proszone o osobiste zaprezentowanie opracowanej podczas konkursu strategii działań PR przed powołanym przez ZFPR i Organizatora Jury. Czas prezentacji nie może przekroczyć 10 minut.

Ogłoszenie werdyktu Jury odbędzie się na Gali konkursu Klubu Twórców Reklamy 27 kwietnia 2010 roku.

## V. NAGRODY

- Nagrody będą przyznawane w pięciu kategoriach: Print, Cyber, Film, Design, PR.
- Zwycięska praca będzie prezentowana podczas Gali KTR, a zwycięzcy poszczególnych kategorii otrzymają statuetki.

- Zwycięskie zespoły w kategorii PRINT, FILM i Cyber: nagrodą jest udział w Young Creatives Competition Festiwalu Cannes Lions. Fundatorem nagrody jest Agencja zgłaszająca zespół do udziału w YC.
- Zwycięski zespół w kategorii PR weźmie udział w Akademii Young Creatives w Cannes. Fundatorem nagrody w postaci szkolenia jest ZFPR. Fundatorem podróży i pobytu w Cannes jest Agencja zgłaszająca zespół.

## VI. FORMA ZGŁOSZEN DO KONKURSU

Zgłoszenia muszą zostać wcześniej wpisane na stronę rejestracji konkursowej na <http://www.ktr.org.pl/> w zakładce YOUNG CREATIVES. Formularz zgłoszenia do konkursu powinien zawierać:

- pełną nazwę i adres agencji komunikacji marketingowej zatrudniającej uczestników, fax i numer telefonu,
- imię, nazwisko, wiek uczestników konkursu (data urodzenia),
- zajmowane w firmie stanowisko,
- podpisaną przez upoważnioną osobę zgodę na uczestnictwo zespołu w szkoleniach PR w Cannes w trakcie trwania Festiwalu i deklarację pokrycia przez agencję kosztów podróży i pobytu w Cannes.
- zgodę na przekazanie nieodpłatnie powstałych w trakcie konkursu prac i materiałów do wykorzystania przez Organizację pożytku publicznego, stowarzyszenie lub fundację - podmiot będący twórcą briefu do Young Creatives, z możliwością wykorzystania prac w kampanii non profit powstałej na podstawie przekazanego do prac briefu i wykorzystanie ich nieodpłatnie na wszelkich możliwych polach eksploatacji.
- aktualne numery telefonów komórkowych zgłaszającego i uczestników konkursu.

Opłata zgłoszeniowa dla jednego zespołu wynosi 500 zł + 22%VAT i powinna zostać dokonana w formie przelewu na konto organizatora Klubu Twórców Reklamy:

Bank Zachodni WBK: **18109010560000000101934790**

Wymagane jest podanie wszystkich niezbędnych danych do wystawienia faktury. Na podstawie dołączonego do zgłoszenia dowodu wpłaty w ciągu 7 dni zostanie wystawiona faktura VAT. Formularze zgłoszeniowe z dowodami opłat oraz pracami, muszą zostać dostarczone pocztą lub przesyłką kurierską na adres:

Klub Twórców Reklamy  
ul. Łowicka 25, lokal P4 (wejście od ul. Karłowicza)  
02 - 502 Warszawa

tel: (22) 898 84 25

fax: (22) 898 26 23

## VII. PRAWA AUTORSKIE

Wyłącznym właścicielem praw autorskich do prac konkursowych są autorzy prac. Autorzy zobowiążą się w umowie podpisywanej z organizatorami konkursu, iż w ciągu dwóch lat od ogłoszenia wyników konkursu nie będą publikować lub wykorzystywać prac w jakichkolwiek kampaniach społecznych, reklamowych lub promocyjnych produktów, usług lub podmiotów, chyba że organizatorzy konkursu wyrażą na to zgodę na piśmie. W okresie wskazanym w zdaniu poprzednim autorzy mogą jednak prezentować prace konkursowe w swoich portfolio.

Osoby biorące udział w konkursie na podstawie odrębnej umowy przeniosą na rzecz organizatorów własność egzemplarzy prac konkursowych (wraz z nośnikami, na których utwalono pracę) oraz udzielą organizatorom konkursu nieodpłatnej licencji wyłącznej na korzystanie z prac stworzonych w ramach konkursu na wskazanych umową polach eksploatacji i w celach informacyjnych, promocyjnych i reklamowych konkursu (m.in. katalog oraz płyta nagrodzonych prac, strony www, mailingi informacyjne, filmy i prezentacje o konkursie, komunikacja mobilna i internetowa).