

REGULAMIN KONKURSU KTR 2019

POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Organizatorem konkursu pod nazwą „Konkurs KTR” (dalej „**Konkurs**”) jest Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR z siedzibą w Warszawie przy ul. Czerskiej 8/10, 00-732 Warszawa, wpisane do Rejestru Stowarzyszeń, Innych Organizacji Społecznych i Zawodowych, Fundacji oraz Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej oraz do Rejestru Przedsiębiorców, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy – pod numerem KRS: 00000177032, NIP: 526-23-97-001, REGON: 016102001 (dalej „**Organizator**”).
2. Ciałem decyzyjnym we wszystkich kwestiach regulaminowych, porządkowych, spornych itp. na każdym etapie organizacji i przebiegu konkursu jest Zarząd Klubu Twórców Reklamy (dalej „**Zarząd KTR**”) oraz Organizator.
3. Audytorem Konkursu jest osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna wybrana przez Organizatora (dalej „**Audytor**”), do której zadań należy czuwanie nad zgodnością prac jury z postanowieniami niniejszego Regulaminu oraz obliczanie wyników głosowania na zasadach określonych w Regulaminie, a także dokonywanie wykładni Regulaminu na wniosek przedstawiciela Organizatora.

UCZESTNICY

4. Zgłoszeniu do Konkursu podlegają prace opisujące działania związane z Kategoriami (dalej „**Prace**”), prowadzone przez osoby i podmioty z branży mediów, reklamy oraz wszelkie inne osoby lub podmioty, działające na rynku polskim, których Prace związane są z Kategoriami (dalej „**Podmioty Zgłaszające**”).
5. Podmiotem Zgłaszającym mogą być w szczególności:
 - a. agencje (ATL, BTL, PR, eventmarketing, interaktywne, inne)
 - b. agencje i studia designerskie i graficzne
 - c. studia filmowe, agencje fotograficzne, domy produkcyjne, studia postprodukcyjne, studia dźwiękowe
 - d. twórcy działający samodzielnie w szeroko pojętej branży reklamowej (fotograficy, reżyserzy, graficy, rysownicy, itp.)
 - e. reklamodawcy, domy mediowe, media, jednostki samorządowe, organizacje pozarządowe

ZGŁOSZENIA

6. W konkursie mogą brać udział jedynie prace, które ukazały się w mediach, bądź zostały kupione i wykorzystane przez reklamodawcę w komunikacji
 - a. **W konkursie mogą brać udział wyłącznie prace rozpowszechniane lub zakupione przez reklamodawcę pomiędzy 18.03.2018 r. a 8.04.2019 r.**
 - b. **Wyjątkiem jest kategoria Integrated Campaigns/ Long Term Communiactions, do której można zgłaszać formaty kreatywne komunikowane co najmniej przez dwa lata z ostatnią publikacją w 2018r lub później**
7. Podmiot zgłaszający, na prośbę Organizatora, zobowiązuje się dostarczyć zaświadczenie o emisji potwierdzone przez Klienta
8. Warunkiem uczestnictwa w Konkursie jest dokonanie najpóźniej do 08.04.2019 („**Termin**”) zgłoszenia (dalej „**Zgłoszenie**”).

- a. Zgłoszeń dokonuje się poprzez zarejestrowanie, wypełnienie formularza on-line na platformie <http://konkursy.sar.org.pl/> (dalej „**Platforma**”) i wgranie plików na Platformie oraz wydrukowanie, podpisanie i dostarczenie formularza Zbiorczego (dalej „**Formularz**”) wraz z potwierdzeniem dokonania opłaty za zgłoszenie zgodnie z instrukcjami i wskazówkami zamieszczonymi na Platformie oraz Formularzu. Formularz Zbiorczy generuje się automatycznie na platformie po zamknięciu wszystkich zgłoszeń. Podpisany Formularz Zbiorczy wraz z potwierdzeniem dokonania opłaty należy dostarczyć na adres e-mail: Organizatora tj.: ktr@sar.org.pl
 - b. Za moment dokonania Zgłoszenia uważa się chwilę doręczenia Organizatorowi podpisanego Formularza Zbiorczego wraz z potwierdzeniem dokonania Opłaty, w wysokości określonej w Regulaminie.
 - c. W przypadku przekroczenia Terminu w dokonaniu Zgłoszenia – Organizator może przyjąć Zgłoszenie, które zostanie doręczone Organizatorowi do daty ustalonej z organizatorem (dalej „**Ostateczny termin**”) po uprzednim zobowiązaniu się Podmiotu Zgłaszającego do zapłaty kary za opóźnienie w wysokości 500 zł + 23% VAT za każdy dzień po przekroczonym terminie. Opłata jest naliczana dla każdego zgłoszenia.
9. Podmiot Zgłaszający oraz osoby podpisane pod Zgłoszeniem oświadczają, że:
- a. Zapoznali się z regulaminem Konkursu oraz akceptują wszelkie jego postanowienia;
 - b. Dane podane w zgłoszeniu do Konkursu są zgodne z prawdą, a ich przetwarzanie przez organizatora będzie zgodne z prawem i nie naruszy prawa ani jakichkolwiek praw osób trzecich;
 - c. Podmiotowi Zgłaszającemu przysługują prawa do zgłaszanej pracy (dalej „**Praca**”) oraz wszystkich przesyłanych, załączanych lub zamieszczanych w ramach Zgłoszenia lub Pracy materiałów (dalej łącznie „**Materiały**”), w zakresie niezbędnym do ich wykorzystania w Konkursie oraz w sposób określony w Regulaminie a ponadto, że w powyższym zakresie prawa te nie są w żaden sposób ograniczone ani obciążone, a korzystanie z nich w zakresie przewidzianym w Regulaminie nie naruszy prawa ani jakichkolwiek praw osób trzecich;
 - d. Podmiot Zgłaszający udziela Organizatorowi nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji (dalej „**Licencji**”) na przechowywanie Prac oraz Materiałów oraz korzystanie z nich i rozporządzanie nimi w następujących celach:
 - i. we wszelkich związanych z Konkursem działaniach informacyjnych, promocyjnych i reklamowych, które obejmować mogą w szczególności wyprodukowane i rozpowszechnianie wydawnictw papierowych (w tym katalogów) oraz płyt CD zawierających Prace/Materiały, publiczne wystawy, pokazy i prezentacje publiczne, publiczne udostępnianie na stronach internetowych oraz w innych sieciach, w tym telefonii mobilnej, publiczne wyświetlanie, odtwarzanie i nadawanie i reemitowanie audycji, filmów i prezentacji o Konkursie, publikowanie w Prasie w związku z informowaniem o Konkursie;
 - ii. w celach szkoleniowych i muzealnych, obejmujących m. in. Prezentację w ramach szkoleń i prelekcji oraz publiczne wystawienie i prezentowanie w salach ekspozycyjnych, udostępnianie w katalogach i archiwach, wraz z prawem do korzystania z dowolnych fragmentów Prac/Materiałów i dokonywania w nich zmian wynikających z opracowania redakcyjnego lub

niezbędnych z punktu widzenia celów informacyjnych i promocyjnych Konkursu, w szczególności do ich przerywania i komponowania, a także zestawiania z innymi materiałami, w tym Pracami/Materiałami;

W powyższych celach Organizator jest uprawniony do korzystania z Prac oraz Materiałów na wszelkich znanych polach eksploatacji, w tym wszystkich wskazanych w art. 50 ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Licencja udzielona zostaje na czas nieokreślony, w zamian za możliwość uczestniczenia w Konkursie oraz promocji Podmiotów Zgłaszających.

- e. Ponoszą odpowiedzialność za prawdziwość powyższych oświadczeń.

KATEGORIE

10. Konkurs rozgrywany jest w trzech grupach kategorii (dalej „Kategorie”)

a. Kategoria Communication składające się z następujących podkategorii

- i. Video
- ii. Audio
- iii. Print & Publishing
- iv. Out Of Home
- v. Online
- vi. Mobile
- vii. Integrated Campaigns
- viii. Branded Entertainment
- ix. Direct
- x. PR
- xi. Innovation
- xii. Use of Data
- xiii. Copywriting

b. Kategoria Design

c. Kategoria Craft składające się z następujących podkategorii:

- i. Audio/Video
- ii. Photography
- iii. Illustration
- iv. Digital Craft

11. Techniczne wymogi do zgłaszanych prac

Wszystkie materiały kreatywne należy wgrać na platformie konkursowej wg opisanej poniżej specyfikacji.

- **Materiały filmowe**
 - **Waga jednego pliku nie może przekroczyć 300MB**

Rekomendowana specyfikacja do przygotowania materiałów filmowych

Format:

MPEG2 lub MPEG4 - (preferowane mp4)

Dopuszczalna jest kompresja w trybie VBR oraz CBR

Video:

Resolution: minimum 720x576 lub 1024x576

Audio:

Stereo, 16bit, 48kHz Bitrate: 224 kbps

- **Materiały audio**
 - MP3 (bitrate 320kbps)

- **Materiały graficzne**
 - pliki w formacie JPG w rozdzielczości 300 dpi lub 72 dpi i przestrzeni barw RGB, dłuższy bok 297 mm

- **Linki URL**
 - Linki należy wpisać w formularzu zgłoszeniowym w wyznaczonym miejscu

12. Warunki zgłaszania prac w kategoriach:

W ramach Kategorii powinny zostać wgrane następujące Materiały

- **COMMUNICATION**
 - Uczestnik może wgrać na platformę co najmniej 1 a maksymalnie 10 **dowolnych** plików spośród niżej wymienionych
 - Materiały filmowe
 - materiały audio
 - materiały graficzne
 - link url
 - Audio-wizualna prezentacja idei (Case Study) przygotowana wg specyfikacji dla materiałów filmowych. Nie dłuższa niż 3 minuty.
 - **Dla potrzeb obrad jury mogą być przesłane Obiekty w formie wzorów, wydruków, prototypów, opakowań, figur przestrzennych i innych przedmiotów**
 - Obiekty powinny być dostarczone na adres organizatora razem z pozostałymi elementami zgłoszenia do dnia 08.04.2019

- **DESIGN**
 - Uczestnik może wgrać na platformę co najmniej 1 a maksymalnie 10 **dowolnych** plików spośród niżej wymienionych
 - Materiały filmowe
 - materiały audio
 - materiały graficzne
 - link url
 - Audio-wizualna prezentacja idei (Case Study) przygotowana wg specyfikacji dla materiałów filmowych. Nie dłuższa niż 3 minuty.
 - **Dla potrzeb obrad jury mogą być przesłane Obiekty w formie wzorów, wydruków, prototypów, opakowań, figur przestrzennych i innych przedmiotów**

- Obiekty powinny być dostarczone na adres organizatora razem z pozostałymi elementami zgłoszenia do dnia 08.04.2019
- **CRAFT**
 - Uczestnik może wgrać na platformę co najmniej 1 a maksymalnie 10 **dowolnych** plików spośród niżej wymienionych
 - Materiały filmowe
 - materiały audio
 - materiały graficzne
 - link url
 - Audio-wizualna prezentacja idei (Case Study) przygotowana wg specyfikacji dla materiałów filmowych. Nie dłuższa niż 3 minuty.
 - **Dla potrzeb obrad jury mogą być przesłane Obiekty w formie wzorów, wydruków, prototypów, opakowań, figur przestrzennych i innych przedmiotów**
 - Obiekty powinny być dostarczone na adres organizatora razem z pozostałymi elementami zgłoszenia do dnia 08.04.2019

13. W przypadku, gdy jedno zgłoszenie zawiera kilka plików będących serią prac, Jury będzie oceniało je jako całość, bez możliwości wyłączenia żadnego z plików.

14. Podmioty Zgłaszające obowiązane są do dopełnienia we własnym zakresie wszelkich warunków związanych z obiegiem dokumentów potrzebnym do uiszczenia płatności przewidzianej za Zgłoszenia oraz innych ewentualnych opłat, jak np. za druk nominacji w katalogu, opłaty za dodatkowe statuetki i dyplomy, zaproszenia na Galę. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za niedopełnienie przez Podmioty Zgłaszające oraz osoby działające na ich rzecz lub w ich imieniu wszelkich formalności (purchase order). Jednoznacznym zamówieniem na udział w Konkursie oraz druk nominacji w katalogu dla Organizatora jest wysłanie Formularza wraz z potwierdzeniem Opłaty przez Podmiot Zgłaszający. W związku z powyższym na Formularzu wymagany jest podpis osoby odpowiedzialnej za merytoryczną zawartość Zgłoszenia, oraz osoby/osoby upoważnione do reprezentowania Podmiotu Zgłaszającego.

15. Po zamknięciu przyjmowania zgłoszeń Podmiot Zgłaszający nie ma możliwości wycofania zgłoszeń z konkursu

OPŁATY

16. Opłata wpisowa (jednorazowa) dla wszystkich Podmiotów Zgłaszających: 400 PLN NETTO + 23 % VAT

17. Opłata dodatkowa za zgłoszenie jednej Pracy w kategorii:

COMMUNICATION – 1200 PLN NETTO + 23 % VAT

DESIGN – 600 PLN NETTO + 23 % VAT

CRAFT AUDIO VIDEO – 800 PLN NETTO + 23 % VAT

DIGITAL CRAFT – 600 PLN NETTO + 23 % VAT

PHOTOGRAPHY – 300 PLN NETTO + 23 % VAT

ILLUSTRATION – 300 PLN NETTO + 23 % VAT

Dane do przelewu:

Opłata za zgłoszenie powinna być dokonana w formie przelewu na konto Organizatora. Dane do przelewu: Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR: ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa BZ WBK 27 1090 1056 0000 0000 0602 5684

Organizatorzy nie przewidują żadnych rabatów uzależnionych od liczby zgłaszanych prac.

- a. **Organizator ma prawo udzielić rabatu bądź całkowicie zwolnić od opłat Podmioty Zgłaszające, które w szczególności są osobami nieprowadzącymi działalności gospodarczymi lub mikroprzedsiębiorcami w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, przy czym zapis ten nie rodzi żadnych roszczeń po stronie Podmiotów Zgłaszających. W takim wypadku prosimy o kontakt z Organizatorami Konkursu pod adresem ktr@sar.org.pl nie później niż do 07.04.2019.**
- b. Na prośbę Podmiotu Zgłaszającego Organizator wystawi fakturę VAT za dokonanie opłat wystawioną w ciągu 7 dni od daty otrzymania przelewu.

JURY

18. Klub Twórców Reklamy wraz z Zarządem Klubu dokładają wszelkich starań, aby:
 - a. Przewodniczącą lub Przewodniczącym wszystkich składów jurorskich i całego konkursu KTR zawsze była osoba spoza Polski, która należy do grona najwybitniejszych twórców, legendarnych profesjonalistów i światowych ekspertów z branży kreatywnej komunikacji.
 - b. Przewodniczącą lub Przewodniczącym składów jurorskich konkursu KTR zawsze była osoba, która należy do grona najwybitniejszych twórców, profesjonalistów i ekspertów z branży kreatywnej komunikacji w Polsce, uhonorowana nagrodami KTR
 - c. Składy jury konkursu KTR składały się z osób cieszących się uznaniem branży ze względu na ich dorobek w dziedzinie kreatywnej komunikacji i aby były zrównoważone co do przedstawicieli/przedstawicieli nie tylko różnych agencji, organizacji czy firm, ale także różnych płci.

ZGŁOSZENIA NAGRODZONE I NOMINACJE

19. Zgłoszenia oceniane są przez Jury Konkursu (dalej „**Jury**”), które głosuje na podstawie Regulaminu Jury Konkursu KTR (dalej „**Regulamin Jury**”).
20. Zgłoszenia oceniane przez Jury mogą zostać nagrodzone („**Zgłoszenia Nagrodzone**”) lub otrzymać nominację („**Nominacje**”).
21. Wśród Zgłoszeń Nagrodzonych przewiduje się następujące rodzaje nagród (dalej „**Nagrody**”):
 - brąz („**Brąz**”)
 - srebro („**Srebro**”)
 - złoto („**Złoto**”)
22. Jury każdej kategorii może przyznać nagrody maksymalnie 15 % zgłoszeń w danej kategorii oraz maksymalnie 30% nominacji
23. Jury zastrzega sobie prawo do nieprzyznawania Nagród w danej Podkategorii.
24. Ogłoszenie Nagród odbędzie się w dniu 7 czerwca 2019 w Warszawie podczas Gali KTR.

25. Podmiotowi Zgłaszającemu, który otrzymał co najmniej Nominację przysługuje jedno pojedyncze zaproszenie na Galę KTR niezależnie od ilości nominowanych lub nagrodzonych Zgłoszeń.
26. Zaproszenia na Galę można kupić w biurze SAR, poprzez wypełnienie odpowiedniego formularza na stronie www.ktr.org.pl do dnia 6.06.2019. Skan wypełnionego i podpisanego formularza należy przesać wraz z potwierdzeniem wpłaty na adres e-mail: daniel.kuber@sar.org.pl Koszt zaproszenia to 450 zł netto + 23%VAT (z VAT 553,50 zł).

COMMUNICATION OF THE YEAR

27. O nagrodę Communication of the Year mogą ubiegać się jedynie Zgłoszenia, które otrzymały Złoto w kategorii Communication
28. Z głosowania na Communication of the Year wyłączone są kampanie społeczne i prace non-profit
29. O przyznaniu Communication of the Year decyduje
 - a. Przewodniczący Jury
 - b. Przewodniczący Grup Jurorskich
 - c. Zarząd KTR

DESIGN OF THE YEAR

30. O nagrodę Design of The Year mogą ubiegać się jedynie Zgłoszenia, które otrzymały Złoto w kategorii Design
31. O przyznaniu Design of the Year decyduje
 - a. Przewodniczący Jury
 - b. Przewodniczący Grup Jurorskich
 - c. Zarząd KTR

CRAFT OF THE YEAR

32. O nagrodę Craft of The Year mogą ubiegać się jedynie Zgłoszenia, które otrzymały Złoto w kategorii Craft
33. O przyznaniu Craft of the Year decyduje
 - a. Przewodniczący Jury
 - b. Przewodniczący Grup Jurorskich
 - c. Zarząd KTR

CHARITY OF THE YEAR

34. O nagrodę Charity of The Year– Biały Miecz mogą ubiegać się jedynie kampanie społeczne i non-profit, które otrzymały Złoto w kategoriach Communication, Design, Craft
35. O przyznaniu Charity of The Year decyduje
 - a. Przewodniczący Jury
 - b. Przewodniczący Grup Jurorskich
 - c. Zarząd KTR

NAGRODY SPECJALNE

Nagrody specjalne przyznawane są na podstawie rankingu otrzymanych punktów wśród Prac Nagrodzonych i Nominacji według niżej przedstawionych tytułów i przeliczników

- **Agencja Roku**

- Do punktacji liczą się tylko te prace, w których agencja była Podmiotem Zgłaszającym. Prace zgłoszone przez inny podmiot nie są wliczane do punktacji na Agencję Roku.
- Do punktacji nie są wliczane nagrody i nominacje za Young Creatives
- W punktacji do Agencji Roku będą uwzględniane wyłącznie firmy, które otrzymały co najmniej jedną nominację w kategorii Communication
- Punktacja obliczona jest w następujący sposób:
 - W kategoriach Communication i Design:
 - Nominacja – 1 punkt
 - Brąz – 5 punktów
 - Srebro – 10 punktów
 - Złoto – 15 punktów
 - Communication / Design / Charity of The Year – 20 punktów
 - W kategoriach Craft:
 - Nominacja - 0,5 punktu
 - Brąz – 2,5 punktu
 - Srebro – 5 punktów
 - Złoto – 7,5 punktu
 - Craft of The Year – 10 punktów
- **Jeżeli ta sama Praca otrzyma nagrodę lub nominację w kilku kategoriach lub podkategoriach, to otrzymuje pełne punkty tylko jeden raz za najwyższą nagrodę, a pozostałe nagrody są liczone jako połówki punktów.**

- **Studio Projektowe Roku**

- Do punktacji liczą się tylko te prace, w których studio projektowe było Podmiotem Zgłaszającym.
- Prace zgłoszone przez inny podmiot nie są wliczane do punktacji na Studio Projektowe Roku.
- Prace, w których studio projektowe było podmiotem współzgłaszającym nie są wliczane do punktacji na Studio Projektowe Roku
- Punktacja obliczona jest w następujący sposób:
 - W kategorii Design:
 - Nominacja – 1 punkt
 - Brąz – 5 punktów
 - Srebro – 10 punktów
 - Złoto – 15 punktów
 - Design of The Year – 20 punktów
 - W kategoriach Communication oraz Craft
 - Nominacja - 0,5 punktu
 - Brąz – 2,5 punktu
 - Srebro – 5 punktów
 - Złoto – 7,5 punktu
 - Communication / Craft of The Year – 10 punktów

- **Jeżeli ta sama Praca otrzyma nagrodę lub nominację w kilku kategoriach lub podkategoriach, to otrzymuje pełne punkty tylko jeden raz za najwyższą nagrodę, a pozostałe nagrody są liczone jako połówki punktów.**
- **Punkty z kategorii Communication oraz Craft otrzymają wyłącznie te prace, które otrzymały również co najmniej nominacje w kategorii Design**

- **Dom Produkcyjny Roku**
 - Do punktacji liczą się tylko te prace, w których dom produkcyjny był Podmiotem Zgłaszającym.
 - Prace zgłoszone przez inny podmiot nie są wliczane do punktacji na Dom Produkcyjny Roku.
 - Prace, w których dom produkcyjny był podmiotem współzgłaszającym nie są wliczane do punktacji na Dom Produkcyjny roku
 - Punktacja obliczona jest w następujący sposób:
 - W kategorii Warsztat Audio/Video:
 - Nominacja – 1 punkt
 - Brąz – 5 punktów
 - Srebro – 10 punktów
 - Złoto – 15 punktów
 - Craft of The Year – 20 punktów
 - W kategorii Communication / Video
 - Nominacja - 0,5 punktu
 - Brąz – 2,5 punktu
 - Srebro – 5 punktów
 - Złoto – 7,5 punktu
 - Communication of The Year – 10 punktów
 - **Jeżeli ta sama Praca otrzyma nagrodę lub nominację w kilku kategoriach lub podkategoriach, to otrzymuje pełne punkty tylko jeden raz za najwyższą nagrodę, a pozostałe nagrody są liczone jako połówki punktów.**
 - **Punkty z kategorii Communication / Video otrzymają wyłącznie te prace, które otrzymały również co najmniej nominacje w kategorii Craft Audio/Video**

- **Studio Postprodukcyjne Roku**
 - Do punktacji liczą się tylko te prace, w których studio postprodukcyjne było Podmiotem Zgłaszającym.
 - Prace zgłoszone przez inny podmiot nie są wliczane do punktacji na Studio Postprodukcyjne Roku.
 - Prace, w których Studio Postprodukcyjne było podmiotem współzgłaszającym nie są wliczane do punktacji na Studio Postprodukcyjne roku
 - Punktacja obliczona jest w następujący sposób:
 - W kategorii Warsztat Audio/Video:
 - Nominacja – 1 punkt
 - Brąz – 5 punktów
 - Srebro – 10 punktów

- Złoto – 15 punktów
 - Craft of The Year – 20 punktów
 - W kategorii Communication / Video
 - Nominacja - 0,5 punktu
 - Brąz – 2,5 punktu
 - Srebro – 5 punktów
 - Złoto – 7,5 punktu
 - Communication of The Year – 10 punktów
 - **Jeżeli ta sama Praca otrzyma nagrodę lub nominację w kilku kategoriach lub podkategoriach, to otrzymuje pełne punkty tylko jeden raz za najwyższą nagrodę, a pozostałe nagrody są liczone jako połówki punktów.**
 - **Punkty z kategorii Communication / Video otrzymają wyłącznie te prace, które otrzymały również co najmniej nominacje w kategorii Craft Audio/Video**
- **Reklamodawca roku**
 - W głosowaniu na Reklamodawcę Roku biorą udział Przewodniczący Kategorii oraz Zarząd KTR.
 - Na podstawie nagród i nominacji, w których reklamodawca jest wymieniony w formularzu zgłoszeniowym będzie przygotowany przez Organizatora ranking 5 Reklamodawców z najwyższą liczbą punktów. Punkty przyznawane są wg takich samych przeliczników jak w przypadku Agencji Roku.
 - Przewodniczący Kategorii i Zarząd KTR wybiera Reklamodawcę Roku spośród 5 reklamodawców z największą liczbą punktów.

REKLAMACJE

36. Wszelkie reklamacje dotyczące sposobu przeprowadzenia Konkursu mogą być zgłaszane za pośrednictwem e-maila na adres ktr@sar.org.pl w nieprzekraczalnym terminie 7 dni od dnia zaistnienia podstawy reklamacji, z tym, że reklamacje zgłoszone po dniu 14.06.2019 nie będą rozpatrywane.
37. Reklamacja powinna zawierać: imię, nazwisko oraz adres e-mail Uczestnika, jak również wskazywać powód/powody reklamacji oraz ich dokładny opis.
38. Jeżeli podane w reklamacji dane lub informacje wymagają uzupełnienia, przed rozpatrzeniem reklamacji Organizatorzy zwrócą się do Uczestnika składającego reklamację o ich uzupełnienie we wskazanym zakresie.
39. Reklamacje rozpatrywane będą w ciągu 14 dni od dnia ich otrzymania. O rozpatrzeniu i wyniku rozpatrzenia reklamacji Uczestnik zostanie powiadomiony poprzez wysłanie wiadomości e-mail.
40. Odpowiedź na reklamację zostanie wysłana wyłącznie na adres e-mail przypisany do danego Uczestnika. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może wysłać odpowiedź na inny, wskazany przez składającego reklamację, adres e-mail, który nie jest przypisany do Uczestnika.
41. Werdykt Jury w zakresie wyboru Prac Nagrodzonych, Nominacji, Grand Prix, Grand Prix Społecznego i Nagród Specjalnych nie podlega reklamacji. Reklamacje w tym zakresie Organizator pozostawia bez rozpoznania.

DANE OSOBOWE

42. Administratorem danych osobowych przetwarzanych przez Organizatora w ramach Konkursu („Dane osobowe”) jest Uczestnik Konkursu.
43. Uczestnik Konkursu poprzez udział w Konkursie powierza Organizatorowi, w trybie art. 28 ogólnego rozporządzenia o ochronie danych z dnia 27 kwietnia 2016 r. („RODO”) dane osobowe do przetwarzania, na zasadach i w celu określonym w niniejszym Regulaminie. W szczególności przystąpienie do Konkursu oznacza, że Organizator przetwarza powierzone mu dane osobowe na udokumentowane polecenie Administratora, Organizator oświadcza, iż stosuje środki bezpieczeństwa spełniające wymogi RODO.
44. Organizator będzie przetwarzał powierzone na podstawie niniejszego Regulaminu dane osobowe przekazane przez Uczestnika Konkursu należące do kategorii danych zwykłych, w postaci:
- a. imię, nazwisko, stanowisko, telefon, e-mail (osoby wskazane do kontaktu ze strony Uczestnika Konkursu) – wyłącznie w celu realizacji Konkursu tj.: przygotowania, przeprowadzenia i ogłoszenie wyników Konkursu prowadzenia konta Uczestnika dla zgłoszenia uczestnictwa w Konkursie, rozpatrywania reklamacji.
 - b. imię i nazwisko, stanowisko (twórcy/autorzy Kampanii) wyłącznie w celu realizacji Konkursu, tj.: przygotowania, przeprowadzenia i ogłoszenia wyników Konkursu, oraz opublikowania w ramach ogłoszenia laureatów Konkursu na Platformie.
45. Organizator zobowiązuje się, przy przetwarzaniu powierzonych danych osobowych:
- a. do zabezpieczenia danych poprzez stosowanie odpowiednich środków technicznych i organizacyjnych zapewniających adekwatny stopień bezpieczeństwa odpowiadający ryzyku związanym z przetwarzaniem danych osobowych, o których mowa w art. 32 RODO,
 - b. zapewnia, że osoby upoważnione do przetwarzania danych osobowych zobowiązane zostaną do zachowania tajemnicy,
 - c. w miarę możliwości pomagać Administratorowi wywiązać się z obowiązku odpowiadania na żądania osoby, której dane dotyczą, w zakresie wykonywania jej praw, związanych z ochroną danych osobowych,
 - d. pomagać Administratorowi w wywiązaniu się z jego obowiązków określonych w art. 32-36 RODO,
 - e. udostępni Administratorowi wszelkie informacje niezbędne do wykazania spełnienia obowiązków z zakresu ochrony danych osobowych, oraz umożliwi Administratorowi przeprowadzenie stosownej kontroli.
46. W celu usunięcia konta, lub zmiany danych osoby kontaktowej Administrator powinien skontaktować się z Organizatorem, przesyłając informacje na adres poczty elektronicznej ktr@sar.org.pl
47. Przetwarzanie danych osobowych przez Organizatora ustala się na okres przygotowania, przeprowadzenia i rozstrzygnięcia oraz opublikowania wyników Konkursu.

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

48. Skrócony opis zasad przeprowadzenia Konkursu może znajdować się na stronach internetowych Organizatora lub na materiałach reklamowych lub promocyjnych. Wszystkie treści zawarte w materiałach reklamowo-promocyjnych mają charakter jedynie informacyjny. Moc prawną mają jedynie postanowienia niniejszego Regulaminu i obowiązujące przepisy prawa.
49. Naruszenie przez Podmiot Zgłaszający któregokolwiek z postanowień Regulaminu uprawnia Organizatora do podjęcia decyzji o wykluczenia Pracy z Konkursu i/lub utracie przez ten Podmiot Zgłaszający prawa do Nagrody i Nominacji.
50. Regulamin Jury Konkursu („**Regulamin Jury**”) stanowi odrębny regulamin, który określa zasady wyboru Prac i głosowania w Konkursie przez członków Jury