

Konkurs

Złote Formaty

V edycja



Organizator:
Ströer Media Sp. z o.o. Spółka Komandytowa
ul. Belwederska 6a, 00-762 Warszawa

STRÖER
out of home media

Regulamin Konkursu Złote Formaty 2011

§ 1

Nazwa konkursu

Organizator konkursu posługuje się nazwą Złote Formaty.

§ 2

Organizator konkursu

Organizatorem konkursu jest Ströer Media Sp. z o.o., Spółka Komandytowa 00-762 Warszawa, ul. Belwederska 6a, zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla Miasta Stołecznego Warszawy, w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000032465, która prowadzi działalność gospodarczą na rynku reklamy zewnętrznej (zwana dalej "Organizatorem").

§ 3

Idea konkursu

1. Konkurs przeznaczony jest dla samorządów miejskich, tj. gmin lub miejscowości o statusie miasta zgodnie z przepisami prawa (dalej "Miast") oraz urzędów marszałkowskich (dalej "Urząd Marszałkowski").
2. Konkurs jest wydarzeniem stanowiącym symbol integracji środowiska samorządowego, promowania najwyższych standardów pracy, kreatywności, rzetelności i zaangażowania w procesie budowania wizerunku i promowania miast. Udział w konkursie jest doświadczeniem podnoszącym prestiż uczestników, a także realizowanych przez nich projektów.
3. Wartością konkursu jest realizacja wspólnej akcji (w ramach każdej z kategorii konkursowych) uczestnika konkursu oraz Organizatora, mającej na celu promocję danego miasta lub regionu. Organizator będzie współorganizatorem i patronem medialnym akcji.

§ 4

Kategorie konkursowe

1. Celem konkursu jest wyłonienie najlepszych projektów służących promocji miast i regionów zrealizowanych:

- w przypadku kategorii: **Kampania reklamowa – do 30 kwietnia 2011 roku;**
- w przypadku kategorii: **Kampania PR/on-line PR – do 30 kwietnia 2011 roku;**
- w przypadku kategorii: **Event – do 30 kwietnia 2011 roku;**
- w przypadku kategorii: **Wydawnictwo promocyjne – do 30 kwietnia 2011 roku;**
- w przypadku kategorii: **Działalność promocyjna – GRAND PRIX Festiwalu Promocji Miast i Regionów – od początku 2009 roku do 30 kwietnia 2011 roku;**

2. Konkurs obejmuje pięć kategorii projektów:

1. KAMPANIA REKLAMOWA

2. KAMPANIA PR/ON-LINE PR

3. EVENT

4. WYDAWNICTWO PROMOCYJNE

5. DZIAŁALNOŚĆ PROMOCYJNA – GRAND PRIX FESTIWALU PROMOCJI MIAST I REGIONÓW

§ 5

Uczestnicy konkursu

1. W konkursie Złote Formaty mogą wziąć udział wyłącznie projekty, które realizują cele promocyjne miast lub regionów i służą budowaniu ich pozytywnego wizerunku.

2. Projekty mogą być zrealizowane na rzecz miasta lub regionu przez różne instytucje. Projekt wyznacza i zgłasza do konkursu upoważniony do tego właściwy organ miasta lub regionu (lub jego pełnomocnik).

§ 6

Zgłoszenie projektu do konkursu

1. Konkurs zostanie ogłoszony 11 kwietnia 2011 roku.

2. Zgłoszenia projektów do konkursu będą przyjmowane do 8 czerwca 2011 roku włącznie.

3. Dany projekt może zostać zgłoszony tylko w jednej kategorii.

4. Każdy uczestnik konkursu (Miasto, Urząd Marszałkowski) może zgłosić do konkursu więcej niż jeden projekt w jednej lub w więcej niż jednej kategorii.

§ 7

Wymagane materiały:

Zgłoszenie projektu musi zawierać:

1. **Wypełniony FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY** – do pobrania na www.promocjamiast.pl, plik: **FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY**. Warunkiem przyjęcia zgłoszenia jest jego przesłanie pocztą elektroniczną (decyduje data wpłynięcia zgłoszenia na skrzynkę e-mailową Konkursu).

2. **DOKUMENTACJĘ PROJEKTU:**

- Dokumentacja projektu musi być przygotowana **wyłącznie w wersji elektronicznej na jednej płycie CD**. Okładka płyty CD oraz sama płyta muszą być opatrzone nazwą uczestnika (nazwa i adres Urzędu Miasta lub Urzędu Marszałkowskiego), tytułem projektu oraz nazwą kategorii, do której projekt został zgłoszony. Na jednej płycie CD można zapisać tylko jeden projekt zgłoszony do danej kategorii.
- Płyta musi zawierać następujące elementy:

- wypełniony **FORMULARZ OPISU PROJEKTU**. Każdej z kategorii konkursowych odpowiada specjalnie dedykowany Formularz Opisu Projektu;
- opis projektu nie może przekraczać 9 tysięcy znaków ze spacjami – ok. 3 stron tekstu (Uwaga!: za wyjątkiem kategorii Działalność promocyjna - GRAND PRIX Festiwalu Promocji Miast i Regionów, gdzie opis projektu nie może przekraczać 12 tysięcy znaków ze spacjami – ok. 4 stron tekstu);
- opis projektu musi być przygotowany w formacie MS Word. Opis nie może zawierać zdjęć, wykresów i innych elementów graficznych oraz przekraczać ustalonej w Regulaminie objętości. Opis projektu musi być dostosowany do kategorii, której dotyczy;
- **DOKUMENTACJĘ REALIZACJI PROJEKTU – wyłącznie w formie prezentacji w formacie MS PowerPoint** zawierającą m.in.: zdjęcia, wycinki prasowe etc. (wszystkie materiały uzupełniające powinny znaleźć się na płycie CD jako element prezentacji). Prezentacja nie może zawierać linków do innych elementów znajdujących się na serwerze, stronach www, etc.). Dokumentacja projektu powinna stanowić jedną całość i nie może zawierać odnośników do dokumentacji innych projektów zgłoszonych przez uczestnika.

W przypadku kategorii *Wydawnictwo promocyjne*, dopuszcza się przesłanie 1 egzemplarza wersji drukowanej lub DVD zgłaszanego projektu.

Wszelkie informacje poufne umieszczone w dokumentacji powinny być jako takie wyraźnie oznaczone. Materiały złożone do konkursu nie podlegają zwrotowi.

Organizator zastrzega sobie prawo wykorzystania nadesłanych materiałów w formie pełnej lub skróconej w celach edukacyjnych, jak również do ich publicznej prezentacji. Nie dotyczy to materiałów oznakowanych jako poufne.

Płyty CD zawierające dokumentację projektu z dołączonymi wypełnionymi Formularzami Zgłoszenia muszą dotrzeć do siedziby Biura Organizacyjnego Festiwalu **do dnia 8 czerwca 2011 roku wyłącznie**.

Adres Biura:

**Biuro Organizacyjne Festiwalu Promocji Miast i Regionów
ul. Przyrynek 14, 00-219 Warszawa**

Złamanie przez uczestnika określonych w tym paragrafie warunków formalnych lub technicznych zgłoszenia może spowodować odrzucenie projektu przez Organizatora.

Po otrzymaniu zgłoszenia organizator w terminie 5 dni roboczych prześle każdemu uczestnikowi potwierdzenie otrzymania dokumentów (faksem lub mailem).

§ 8

Odpłatność

1. Uczestnictwo w konkursie jest bezpłatne.
2. Organizator nie pokrywa kosztów przyjazdu i noclegu w przypadku obecności uczestnika konkursu na uroczystej Gali wręczenia nagród w dniu **21 września 2011 roku** w Warszawie podczas Festiwalu Promocji Miast i Regionów.

§ 9 **Jury**

1. Zgłoszone do konkursu projekty ocenia Jury.
2. W celu zapewnienia wysokiego poziomu i fachowości w podejściu do oceny zgłoszonych projektów promocyjnych Organizator zaprosił do wzięcia udziału w pracach Jury ekspertów w zakresie budowania marek miast, komunikacji społecznej i marketingowej, przedstawicieli środowisk akademickich oraz osobistości życia publicznego.
3. Liczbę członków Jury i skład Jury ustala Organizator.
4. Maksymalna liczba członków Jury wynosi 15 osób.
5. Pracami Jury kieruje przewodniczący Jury, który zostanie wybrany spośród wszystkich członków Jury.
6. Każdy z członków Jury dysponuje jednym głosem.

§ 10 **Ocena projektów**

1. Ocena projektów nastąpi na podstawie następujących kryteriów:

Kategoria – Kampania reklamowa:

- przyjęta strategia: analiza sytuacji wyjściowej, definicja celów i adresatów, dobór adekwatnych instrumentów oraz mediów;
- stopień realizacji celu, dla którego została zrealizowana kampania reklamowa;
- koncepcja/pomysł kreatywny;
- adekwatność kreacji i przekazywanych komunikatów do zakładanych celów kampanii;
- rzetelność realizacji;
- efektywność kampanii.

Kategoria – Kampania PR/on-line PR:

- przyjęta strategia: analiza sytuacji wyjściowej, definicja celów i adresatów;
- stopień realizacji celów, dla których realizowana była kampania;
- dobór kanałów komunikacji/zastosowane narzędzia i platformy internetowe;
- interaktywność/stopień zaangażowania społeczności;
- konsekwencja i spójność;
- nowatorstwo podejścia i kreatywność rozwiązań;
- rzetelność realizacji;
- efektywność.

Kategoria – Event:

- definicja celów i adresatów – stopień realizacji celów, dla których wydarzenie zostało zorganizowane;
- potencjał medialny wydarzenia;
- rodzaj zastosowanych narzędzi komunikacyjnych promujących wydarzenie;
- innowacyjność/kreatywność pomysłu;
- rzetelność organizacji;

- efektywność.

Kategoria – Wydawnictwa promocyjne:

- definicja celów i adresatów;
- stopień realizacji celu, dla którego powstało wydawnictwo;
- atrakcyjność wizualna;
- atrakcyjność tekstowa;
- nowatorstwo podejścia i kreatywność rozwiązań;
- działania komunikacyjne dedykowane promocji wydawnictwa;
- efektywność.

Kategoria – Działalność promocyjna – GRAND PRIX Festiwalu Promocji Miast i Regionów:

- przyjęta strategia: analiza sytuacji wyjściowej, definicja celów i adresatów;
- dobór komunikatów i adekwatnych instrumentów komunikacji marketingowej;
- konsekwencja i spójność;
- stopień realizacji celu, dla którego realizowane były działania promocyjne;
- nowatorstwo podejścia i kreatywność rozwiązań;
- rzetelność realizacji;
- efektywność.

2. W każdej kategorii juror przyznaje punkty w następujący sposób:

- 3 punkty za miejsce pierwsze;
- 2 punkty za miejsce drugie;
- 1 punkt za miejsce trzecie.

3. Głosowanie Jury będzie tajne.

4. Pierwsze miejsce w danej kategorii uzyskuje projekt, który otrzymał najwięcej punktów w tej kategorii. W przypadku równej liczby punktów decyduje głos przewodniczącego Jury.

**§ 11
Przebieg konkursu**

Konkurs będzie przebiegał w następujący sposób:

1. Zgłoszenie projektów do konkursu – **do 8 czerwca 2011** roku włącznie.
2. Ostateczna weryfikacja formalna zgłoszonych projektów i rejestracja uczestników konkursu Złote Formaty – **do 14 czerwca 2011** roku.
3. Prace Jury nad wyłonieniem laureatów konkursu zostaną ukończone **do 22 lipca 2011** roku.
4. Informacja o Nominacjach, zostanie ogłoszona **do 28 lipca 2011** roku.
5. Informacja o Laureatach konkursu Złote Formaty zostanie ogłoszona **21 września 2011** roku podczas uroczystej Gali Festiwalu Promocji Miast i Regionów w Warszawie.
6. Uczestnicy konkursu na wezwanie Jury zobowiązani są do udzielenia szczegółowych wyjaśnień dot. realizacji projektów w drodze wymiany korespondencji i/lub rozmowy telefonicznej z biurem

organizatora. Korespondencja e-mailowa/notatka z rozmowy telefonicznej sporządzona przez biuro, zostanie dołączona do pozostałej dokumentacji projektu. Udzielone odpowiedzi będą stanowić element całościowej oceny projektu.

7. Głosowanie Jury odbędzie się w dwóch turach:

- w pierwszej turze Jury głosuje przyznając 3 punkty za miejsce pierwsze, 2 punkty za miejsce drugie oraz 1 punkt za miejsce trzecie, zgodnie z Regulaminem, biorąc pod uwagę kryteria oceny dotyczące danej kategorii. Do drugiej tury przechodzi 5 projektów o największej liczbie punktów (w ramach każdej z kategorii). W przypadku kiedy dany projekt otrzyma taką samą ilość punktów (w ramach 5 najlepszych wyników), wszystkie takie projekty przechodzą do drugiej tury głosowania;
- projekty, które przeszły do II tury głosowania zyskują miano **Nominowanych**;
- w drugiej turze wybierane są 3 najlepsze projekty. Jury głosuje przyznając 3 punkty za miejsce pierwsze, 2 punkty za miejsce drugie oraz 1 punkt za miejsce trzecie, zgodnie z Regulaminem, biorąc pod uwagę kryteria oceny dotyczące danej kategorii;
- pierwsze miejsce w danej kategorii uzyskuje projekt, który otrzymał najwięcej punktów w tej kategorii. W przypadku równej liczby punktów decyduje głos przewodniczącego Jury. W każdej kategorii konkursu wyłania się laureatów, tzn. zdobywcę pierwszego miejsca (zwycięzcę w danej kategorii) oraz zdobywców drugiego i trzeciego miejsca;
- organizator Konkursu ma prawo do przyznania Wyróżnień.

8. Informacje o Nominacjach w konkursie Złote Formaty zostaną wysłane nominowanym Urzędem listem poleconym wysłanym pod adres wskazany w zgłoszeniu do konkursu.

§ 12

Nagrody konkursu

1. Nagrodami w konkursie Złote Formaty są:

- outdoorowe kampanie reklamowe oraz kampanie na nośnikach Infoscreen w Warszawskim Metrze o łącznej wartości 100 tys. PLN brutto w ramach każdej z kategorii konkursowych.

2. Nagrody będą przyznane Miastom lub Urzędem Marszałkowskim, których projekty zajęły pierwsze miejsca w danej kategorii.

3. Fundatorem nagród jest Organizator konkursu.

4. Wartość kampanii reklamowych, o których mowa w ust. 1 powyżej obejmuje koszty wynajmu nośników reklamowych, druku plakatów oraz ich klejenia, a w przypadku nośników Infoscreen - koszty emisji reklam. Za przygotowanie projektu plakatu oraz materiałów do emisji na nośnikach Infoscreen odpowiedzialne są Urząd Miasta lub Urząd Marszałkowski, na rzecz którego realizowana będzie kampania reklamowa.

5. Termin i sposób realizacji kampanii reklamowych oraz ich zasięg zostanie uzgodniony pomiędzy Organizatorem a właściwymi władzami zwycięskiego Miasta lub Urzędu Marszałkowskiego.

6. Organizator zastrzega sobie prawo do umieszczenia na plakacie reklamowym następującej informacji: "Ströer Out of home media - patron medialny".

7. Organizator zastrzega sobie, że outdoorowe kampanie reklamowe oraz kampanie na nośnikach typu Infoscreen na rzecz zwycięskich Miast lub Urzędów Marszałkowskich będą realizowane w terminie od 1 listopada 2011 roku do 30 kwietnia 2012 roku. Termin i sposób realizacji kampanii reklamowych oraz ich zasięg zostanie uzgodniony pomiędzy Organizatorem a właściwymi władzami zwycięskiego Miasta lub Urzędu Marszałkowskiego.

8. Miastom lub Urzędem Marszałkowskim zostaną przyznane Statuetki Złotych Formatów oraz Dyplomy uznania za każdy projekt, które zajęły kolejno 1, 2 i 3 miejsce w każdej z sześciu kategorii konkursu.

9. Miastom lub Urzędom Marszałkowskim, które otrzymają Nominacje do Finału konkursu Złote Formaty zostaną przyznane Dyplomy uznania.

10. Dopuszcza się przyznanie decyzją Organizatora prestiżowych WYRÓŻNIEŃ SPECJALNYCH w formie Dyplomów.

11. Organizator nie ponosi odpowiedzialności wobec osób trzecich za naruszenie ich praw w związku z treścią projektów zgłoszonych do konkursu oraz projektów graficznych (kreatcji), które będą wykorzystywane w ramach outdoorowej kampanii reklamowej oraz kampanii na nośnikach Infoscreen, będącej przedmiotem nagrody w konkursie Złote Formaty.

§ 13

Informacje dodatkowe

Wszelkich dodatkowych informacji udziela:

Biuro Organizacyjne Festiwalu Promocji Miast i Regionów

Tel.: 022/ 478 44 27

Fax: 022/ 378 33 49

od poniedziałku do piątku w godzinach od 9:00 - 13:00

Adres Biura: ul. Przyrynek 14, 00-219 Warszawa

§ 14

Ochrona danych osobowych

Uczestnicy konkursu wyrażają zgodę na przetwarzanie ich danych osobowych w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 roku (Dz. U. Nr 123, poz 883.) w celach prowadzenia konkursu, wyłonienia zwycięzców i przyznania nagród oraz realizacji nagrody przez Organizatora na rzecz zwycięskich Miast lub Regionów.

§ 15

Wykładnia Regulaminu

Organizator oraz Jury konkursu zastrzegają sobie prawo do dokonywania wiążącej wykładni przepisów niniejszego Regulaminu oraz rozstrzygania sporów związanych z jego stosowaniem.