



REGULAMIN Polskiego Konkursu Reklamy KTR

Celem konkursu jest:

podnoszenie standardów w kreacji reklamowej, fotografii, muzyce, ilustracji, typografii, projektowaniu graficznym i przemysłowym oraz dziedzinach pokrewnych wraz ze sztuką kreatywnego poszukiwania kanałów komunikacyjnych i ich planowana. Chcemy propagować najlepszą sztukę komunikacji reklamowej w środowisku twórców reklamy, reklamodawców, konsumentów i mediów. Chcemy nagradzać najlepszą KREACJĘ, najlepszych TWÓRCÓW, najlepszych REKLAMODAWCÓW. Konkurs ma na celu integrację środowiska Twórców Reklamy i komunikacji marketingowej, a także dokumentowanie ich wkładu w rozwój polskiej sztuki reklamowej. Kryterium oceny prac są: kreatywność i oryginalność pomysłu, kunszt warsztatu, niekonwencjonalne podejście do tematu i zastosowanych środków.

UCZESTNICY:

W konkursie mogą wziąć udział działające na terenie Polski:

- agencje (ATL, BTL, PR, eventmarketing, interaktywne, inne)
- agencje i studia designerskie i graficzne
- studia filmowe, agencje fotograficzne, domy produkcyjne
- Twórcy działający samodzielnie w szeroko pojętej branży reklamowej (fotograficy, reżyserzy, graficy, rysownicy, itp.)
- reklamodawcy, domy mediowe, media

- Spośród wyżej wymienionych kategorii podmiotów zbiorowych, w konkursie mogą brać udział te, którym reklamodawcy powierzyli stworzenie i przygotowanie danej kampanii reklamowej.
- W konkursie nie mogą brać udziału (jako podmioty zbiorowe) podwykonawcy zatrudnieni przez agencje reklamowe lub reklamodawców celem wykonania określonych czynności w ramach kampanii, nawet jeżeli w innych wypadkach pracują bezpośrednio dla reklamodawców. W wypadku wątpliwości np. jeżeli przygotowanie strategii oraz właściwe stworzenie i przygotowanie kampanii były powierzone przez reklamodawcę różnym agencjom, reklamodawca umieszczając swój podpis na dokumentach zgłoszeniowych decyduje, którą (jedną) z takich agencji uważa za uprawnioną do udziału w konkursie.
- W konkursie mogą brać udział jedynie prace, które ukazały się w mediach, bądź zostały kupione przez Klienta (jak w wypadku Design czy Foto).
- **W konkursie mogą brać udział wyłącznie prace rozpowszechniane pomiędzy 06.04. 2009r. a 15.03.2010r**
- **Do kategorii Marketing Miejsc można zgłaszać prace rozpowszechniane do 01.04.2010**

JURY

Skład JURY

- Jury konkursu działa w podzespołach
- Każdy podzespół jury może składać się maksymalnie z 30 osób.
- Zespoły Jurorskie:
 - Jury w kategorii Reklama Film/Reklama Drukowana/Reklama Radio
 - Jury ocenia prace zgłoszone do trzech kategorii (Reklama Film/Radio/Drukowana)
 - Jury przyznaje nagrody w kategoriach PRINT, FILM konkursów Young Creatives i Students
 - Media Interaktywne
 - Jury przyznaje nagrody w kategorii CYBER konkursów Young Creatives i Students
 - Jury Media Interaktywne ocenia prace w konkursie Creative Mobile
 - Active Advertising
 - Grupa jury PR będąca częścią Active Advertising oceni prace powstałe w konkursie Young Creatives PR
 - Grupa jury PR będąca częścią Active Advertising oceni prace w podkategorii PR w ramach Active Advertising
 - Design
 - Jury przyznaje nagrody w kategorii DESIGN konkursów Young Creatives i Students
 - Fotografia
 - Jury oceni prace w kategorii Young Photographers
 - Ilustracja
 - Warsztat TV/Radio
 - Jury w kategorii Kampania
 - Jury w kategorii Marketing Miejsc
 - Jury dziennikarzy

Sposoby powoływania Jury:

Członkowie jury są powoływani każdorazowo przez członków KTR. Mogą to być członkowie KTR lub osoby rekomendowane przez członków KTR. Członkowie KTR zgłaszają listę proponowanych nazwisk na ręce Komitetu Organizacyjnego Konkursu, następnie Komitet dokonuje wyboru kandydatów i Zarząd KTR zatwierdza ostateczną listę jurorów. Następnie spośród jurorów Komitet Organizacyjny KTR wyłania Przewodniczącego.

Konflikt interesów:

Jurorzy nie mogą głosować, ani komentować prac, powstałych w agencji, którą reprezentują lub powstałych przy ich udziale. Ich punktacja będzie odpowiednikiem średniej głosów wszystkich jurorów.

Głosowanie:

Decyzje podejmowane są większością 50% +1 głosów obecnych jurorów danego podzespołu, nie licząc tych, którzy wyłączyli się od głosowania.

Zasada "good faith" i etyki:

Jurorzy działają w myśl zasady dobrej woli, uczciwości zawodowej i koleżeńskiej, pamiętając, iż działają na rzecz i dzięki zaufaniu środowiska twórców reklamy. Jurorów obowiązuje zasada poufności przebiegu obrad oraz utrzymania w tajemnicy wyników głosowania. (Naruszenie zasad etyki jurora może podlegać sądowi koleżeńskiemu powołanemu w ramach składu jurorskiego).

Przewodniczący jury:

Nad pracą zespołów jurorskich czuwa Przewodniczący. W przypadku nieobecności przewodniczącego pracami każdego składu jurorskiego kierują Przewodniczący kategorii, wskazani przez KTR, a w wypadku ich nieobecności wybrani spośród jurorów danego podzespołu jurorskiego.

Przewodniczący kategorii:

Funkcję przewodniczącego kategorii będzie pełniła osoba/osoby wskazane przez KTR. Wraz z zespołem technicznym Przewodniczący kategorii nadzoruje 1 etap głosowania, liczenia głosów, oraz pomaga w obradach Jury podczas drugiego etapu obrad jury – dyskusji. Przewodniczący kategorii bierze udział w głosowaniu.

Jury Nagrody dziennikarzy:

Do redaktorów naczelnych wybranych mediów w Polsce kierowany jest list z prośbą o wskazanie przedstawiciela danego medium, który będzie oceniał zgłoszone do konkursu prace. Przedstawiciele Mediów głosują samodzielnie na wcześniej wybraną przez jury główne short listę. Przyznając pracom punkty od 1 do 10, typują prace do nagrody dziennikarzy.

OBRADY JURY, SPOSÓB GŁOSOWANIA

Sposób głosowania

- dla każdego zespołu jury jest ten sam. Obrady jury są dwustopniowe, poprzedzone oglądaniem zgłoszonych prac przed 1 etapem głosowania.
- prace oceniane są w kategoriach.
- obradom przewodniczy wybrany spośród jurorów Przewodniczący (zasady j.w.)

Etap pierwszy:

- Prezentacja prac w wersji on-line
- Jurorzy otrzymują dostęp (login i hasło) do strony www na której mogą przeglądać zgłoszenia i głosować
- Jurorzy w każdej kategorii mogą wybrać jedną ze skal ocen
 - In/Out
 - 1-6
 - 1-10
- Po ocenie przez wszystkich jurorów, następuje liczenie punktacji, na podstawie której powstaje propozycja shortlisty
- Prace, które otrzymują średnią głosów poniżej 30% - nie wchodzi na listę nominowanych
- Prace, które otrzymują średnią głosów od 30% do 60% - mogą wejść na listę nominowanych

- Prace, które otrzymują średnią głosów powyżej 60%, automatycznie wchodzi na shortlistę

Etap drugi – akceptacja shortlisty:

- Etap drugi obrad odbywa się w Zachęcie w dniach 12-16.04.2010
- Jury w drodze głosowania akceptuje shortlistę dokonując ostatecznego zamknięcia shortlisty
- Podczas drugiego etapu zostają ogłoszone wyniki głosowania i przedstawione listy nominowanych prac wraz z osiągniętą punktacją
- po akceptacji short listy prace podlegają dalszej ocenie w drugim etapie konkursu

Głosowanie na nagrody

- Przewodniczący (z pomocą zespołu technicznego) prezentuje wszystkie nominowane prace
- Po prezentacji odbywa się dyskusja
- Na zakończenie dyskusji następuje głosowanie, którego wynikiem jest decyzja o przyznaniu nagrody i jej koloru w danej kategorii
- Jury głosuje przydzielając nagrodę od „złotej” poprzez „srebro” i „brąz”. Do przyznania konkretnej nagrody potrzeba minimum 50%+1 głosów jurorów
- Jury może przyznać maksymalnie 3 nagrody w kategorii
- Jury ma prawo nie przyznawać nagród w kategorii
- Prace nie osiągające punktacji na nagrody zostają pracami nominowanymi

UPRAWNIENIA JURY

- W kategoriach, w których zgłoszono mniej niż 50 prac, jury może większością 50% +1 głosów przegłosować ominięcie I Etapu głosowania
- Jury większością głosów 50% + 1 może:
 - z rekomendacji Przewodniczącego dostosować regulamin kategorii do potrzeb obrad jury
 - przesunąć prace z podkategorii w której została zgłoszona do innej podkategorii danej kategorii

KTR KAMPANIA – w jury zasiadają przedstawiciele Reklamodawców, oraz przedstawiciele agencji reklamowych. Przewodniczącym kategorii KAMPANIA jest przewodniczący konkursu

- W kategorii KTR KAMPANIA nie ma podkategorii
- Jury ogląda przygotowane audio-wizualne prezentację lub „videoclip” opisujący działania komunikacyjne (ATL, BTL, PR, EVENT, Media Interaktywne, Design, itp.).
- Ocenie podlegają prezentacje i opis całościowy kampanii:
 - w jaki sposób kampania była wprowadzona oraz przeprowadzona przez wszystkie kanały komunikacji w momencie jej wdrażania (max 2400 znaków)
 - sukces kampanii w stosunku do klienta i konsumenta (max 2400 znaków)

JURY DZIENNIKARZY

Składa się z Moderatora – przedstawiciela KTR, oraz dziennikarzy

- Ocenie jury podlegają jedynie prace nominowane przez jury pozostałych kategorii
- Jury głosuje obligatoryjnie na kategorii Reklama Drukowana i Reklama Film
- Jury może spośród prac nominowanych w pozostałych kategoriach wskazać 2 prace z innych kategorii, które zwróciły ich uwagę i które zostaną zaprezentowane pozostałym jurorom
- Następuje głosowanie na short listę, a następnie dyskusja i przyznanie nagród

NAGRODY:

- Nagrody w kategoriach: Reklama Film/Drukowana/Radio, Design, Media Interaktywne, Active Advertising, Warsztat TV, Fotografia, Ilustracja, Kampania, Marketing Miejsc przyznawane są wg podkategorii
- Jury ma prawo nie przyznawać nagród w podkategorii
- Jury może przyznać w każdej podkategorii jedynie: brąz, srebro i złoto

Oraz:

- Jedna nagroda Young Creatives w każdej kategorii – paszport na Cannes Lions
- Jedna nagroda w ramach Students w każdej kategorii
- Nagroda Dziennikarzy
 - Po 1 nagrodzie w kategorii Reklama Drukowana i Reklama Film, oraz 1 nagrodę dodatkową
- Nagroda dla REKLAMODAWCA roku
 - Przyznawana jest na wspólnym posiedzeniu wszystkich przewodniczących jury, które odbywa się po przyznaniu nagród w poszczególnych kategoriach
 - Jury samo określa kryterium, które stanowi o przyznaniu nagrody. Jury bierze pod uwagę budżety reklamowe, promowanie kreatywności w reklamie nawet przy małych budżetach, oraz odwagę Klienta w kreatywnym wykorzystaniu i planowaniu kanałów komunikacyjnych

Nagrody specjalne:

- Nagrody specjalne przyznawane są na podstawie rankingu otrzymanych punktów za zdobyte statuetki i nominacje KTR

• Agencja Roku

- Do punktacji liczą się tylko te prace, w których agencja jest zgłaszającym i odbierającym nagrodę. Prace zgłoszone przez inny podmiot (jednego z twórców, medium, klienta, dom produkcyjny, postprodukcyjny, dźwiękowy, inne) nie są wliczane do punktacji na Agencję Roku
- Punktacja obliczona jest w następujący sposób:

Odpowiednio w kategoriach reklamowych:

Nominacja - 1 punkt

Brąz – 2 punkty

Srebro – 3 punkty

Złoto – 5 punktów

Odpowiednio w kategoriach warsztatowych:

Nominacja - 0,5 punktu

Brąz - 1 punkt

Srebro - 1,5 punktu

Złoto - 2,5 punktu

- o do punktacji nie liczą się nominacje za YC, oraz nagrody dziennikarzy, nagrody specjalne itp.

- **Dom Produkcyjny Roku**

- o Do punktacji liczą się nagrody zdobyte za prace zgłoszone przez dom produkcyjny oraz inne podmioty, z którymi dom produkcyjny współpracował.

- o Punktacja obliczona jest w następujący sposób:

W kategorii reklama Film:

Nominacja: 1 punkt

Brąz - 2 punkty

Srebro - 3 punkty

Złoto - 5 punktów

W kategorii Warsztat TV:

Nominacja - 0,5 punktu

Brąz - 1 punkt

Srebro - 1,5 punktu

Złoto - 2,5 punktu

- o do punktacji nie liczą się nominacje za YC, oraz nagrody dziennikarzy, nagrody specjalne itp.

- **Studio Post Producyjne Roku:**

- o Do punktacji liczą się nagrody zdobyte za prace zgłoszone przez studio postprodukcyjne oraz inne podmioty, z którymi studio postprodukcyjne współpracowało.

- o Punktacja obliczona jest w następujący sposób:

W kategorii reklama Film:

Nominacja: 1 punkt

Brąz - 2 punkty

Srebro - 3 punkty

Złoto - 5 punktów

W kategorii Warsztat TV:

Nominacja - 0,5 punktu

Brąz - 1 punkt

Srebro - 1,5 punktu

Złoto - 2,5 punktu

- do punktacji nie liczą się nominacje za YC, oraz nagrody dziennikarzy, nagrody specjalne itp.
- **Fotograf roku:**
 - Do punktacji liczą się nagrody zdobyte za prace w kategoriach Reklama Drukowana oraz Fotografia
 - Punktacja obliczona jest w następujący sposób:

W kategorii Reklama Drukowana:
 Nominacja: 1 punkt
 Brąz – 2 punkty
 Srebro – 3 punkty
 Złoto – 5 punktów

W kategorii Fotografia:
 Nominacja: 1 punkt
 Brąz – 2 punkty
 Srebro – 3 punkty
 Złoto – 5 punktów
 - do punktacji nie liczą się nominacje za YC, oraz nagrody dziennikarzy, nagrody specjalne itp.
- **Nagrody Dziennikarzy:**
 - Jury składa się z Dziennikarzy piszących o reklamie, sztuce i kulturze, oraz dyrektorów artystycznych pism. Jury przyznaje nagrodę w trzech kategoriach: Reklama Drukowana, Reklama Film, INNA. Jurorzy mogą przyznać nagrodę specjalną. Głosowanie odbywa się jawnie. Decydujące jest głosowanie jurorów większością 50%+1 osób na pracę.
 - Jury Dziennikarzy ogląda prace nadesłane na Polski konkurs Reklamy KTR. Spośród prac nominowanych przez jury reklamowe i warsztatowe, wybiera prace na swoją Short Listę. Z prac nie znajdujących się na oficjalnej Short List, jurorzy mogą wytypować prace do głosowania.
 - Podczas obrad głosowane jest:
 - typowanie prac z Oficjalnej Short Listy na Short Listę dziennikarzy
 - wejście prac spoza oficjalnej short Listy do puli short Listy jury Dziennikarzy
 - przyznanie nagrody i ewentualnego wyróżnienia.

NOMINOWANI I NAGRODZENI

- Prace nominowane są obligatoryjnie publikowane w corocznej Księżce KTR.
- Prace nagrodzone Złotym lub Srebrnym KTR, są automatycznie zgłaszane do udziału w konkursie ADC*E. Prace nagrodzone BRĄZOWYM KTR oraz nominowane, aby zostać zgłoszone do ADC*E, muszą wnieść opłatę zgłoszeniową przewidzianą w tym konkursie, bezpośrednio do organizatorów. Zgłoszeń dokonuje SAR/KTR na podstawie listy nagrodzonych prac.

TERMINY

- Nadsyłanie prac w wersji elektronicznej trwa od 28.01 do 15.03 2010 r. (poniedziałek), godz. 14:00.

- Zgłoszenia muszą zostać wcześniej wpisane na stronę rejestracji konkursowej na www.platforma.sar.org.pl (szczegółowy regulamin wpisywania zgłoszeń na stronę znajdować się będzie na podstronie - "zgłoszenia": czyli zasady wpisywania, rejestracji, „wgrывania” prac na stronę, drukowania nalepek na prace i dokumenty później przesyłane do siedziby KTR)
- Formularze zgłoszeniowe wraz z formularzem zbiorczym i potwierdzeniem przelewu muszą być dostarczone w zamkniętych kopertach/opakowaniach oznaczonych logo agencji do dnia 15.03. do godziny 14:00 do siedziby KTR.
- Miejszem dostarczania prac jest siedziba KTR, 02-502 Warszawa, ul. łowicka 25 lokal P4.
- 15 marca 2010 r. po godzinie 14.00 komisja złożona z przedstawiciela KTR i firmy audytorskiej zamknie listę nadsyłanych prac. Komisja może nie przyjąć pracy, lub nałożyć na zgłaszającego karę pieniężną za spóźnienie w wysokości 500 pln. za każdą zgłoszona pracę

ZGŁOSZENIA

Zgłoszenie do konkursu następuje w dwóch etapach:

- Etap I – wgranie wszystkich materiałów kreatywnych oraz wypełnienie formularzy zgłoszeniowych online na platformie konkursowej www.platforma.sar.org.pl
 - Termin zgłoszeń do I etapu mija 15.03.2010 o godz. 14:00
- Etap II (po ogłoszeniu wstępnej shortlisty)
 - zgłaszający otrzymają informację o kwalifikacji danej pracy do drugiego etapu (wstępna shortlista)
 - Zgłaszający ma 7 dni na dostanie materiałów drukowanych, obiektów, prototypów od daty otrzymania informacji z biura organizatora

FORMA NADSYŁANIA PRAC I ZGŁOSZEŃ

Zgłoszeń dokonuje się poprzez wypełnienie formularzy on-line na stronie www.platforma.sar.org.pl oraz wydrukowanie, podpisanie i dołączenie do pracy:

- Formularza Zgłoszenia Udziału (Formularz Zbiorczy)
- Formularza zgłoszeniowego dla każdej zgłaszanej pracy wraz z oświadczeniem o prawach autorskich (formularz zgłoszeniowy)
- Zaakceptowanego regulaminu
- Potwierdzenia dokonania opłaty za zgłoszenia

DOSTARCZANIE PRAC

- **Etap I**
 - Należy dostarczyć wydrukowane formularze zgłoszeniowe (oddzielne dla każdego zgłoszenia), formularz zbiorczy oraz potwierdzenie przelewu
 - Formularz Zbiorczy musi zawierać wykaz wszystkich złożonych prac i nazw kategorii/podkategorii. Każdy złożony formularz (Zbiorczy, zgłoszeniowy) musi być opatrzony pieczętką agencji i podpisem dyrektora kreacji lub dyrektora zarządzającego / finansowego
 - Warunkiem przyjęcia pracy do udziału w konkursie jest wypełnienie i podpisanie przez zgłaszającego oświadczenia o posiadaniu przez niego odpowiednich upoważnień z zakresu praw autorskich i pokrewnych oraz praw własności intelektualnej, pozwalających mu na zgłoszenie pracy do udziału w konkursie oraz na upoważnienie

Organizatorów do przechowywania prac, ich zwielokrotniania i publicznej prezentacji oraz wykorzystywania w inny sposób dla celów informacyjnych i promocyjnych konkursu KTR (m.in. w formie katalogu papierowego i na płytach CD, wystawy prac, pokazu publicznego, prezentacji na stronach internetowych, w prasie, radiu i telewizji i innych środkach masowego przekazu), jak również dla celów szkoleniowych i muzealnych. Wykorzystanie prac przez Organizatorów konkursu w wyżej wymienionych celach następuje nieodpłatnie.

- Wszystkie materiały kreatywne należy wgrać na platformie konkursowej wg opisanej poniżej specyfikacji
- **Etap II**
 - Wydruki, obiekty, prototypy zgłaszają tylko ci uczestnicy konkursu, których prace mogą zakwalifikować się do drugiego etapu głosowania
 - Wszystkie wydruki muszą być zgłoszone w formacie A3, naklejone na czarne pianki
 - Na każdej pracy musi być naklejona etykieta z wygenerowanym przez system numerem zgłoszenia
 - Etykiety kodowe z numerami prac muszą być naklejone na wszystkie przesyłane prace oraz nośniki (w systemie -1 praca -1 rodzaj naklejki, na wszystkich elementach zgłoszenia i na wszystkich poszczególnych nośnikach z tymi elementami)
 - Z tyłu każdej pracy musi być naklejona kopia pierwszej strony formularza zgłoszeniowego
 - Prace mogą być przysłane jako 1 opakowanie z tym że każde zgłoszenie, musi być zapakowane w oddzielne opakowanie / kopertę (zawierającą jedynie wszystkie elementy danej zgłaszanej pracy)
 - Na pracach, na boardach, zdjęciach, filmach, opisach prac nie może znajdować się logo Agencji zgłaszającej pracę

Techniczne wymogi do zgłaszanych prac

● **Materiały filmowe**

- Wszystkie materiały filmowe należy wgrać online na platformie konkursowej wg poniższej specyfikacji

Specyfikacja techniczna do przygotowania materiałów filmowych

Format: MPEG2

Dopuszczalna jest kompresja w trybie VBR oraz CBR

Video

Resolution: 720 x 576

Aspect Ratio: 4:3

Bitrate: 5-8 Mbps

Field order: none (progressive)

Audio

Stereo, 16bit, 48kHz

Bitrate: 224 kbps

Audio layer: MPEG-1, Layer 2

- **Materiały audio**
 - Wszystkie materiały audio należy wgrać online na platformie konkursowej wg poniższej specyfikacji
 - MP3 (bitrate 320kbps)
- **Pliki graficzne hi res**
 - Wszystkie materiały drukowane hi res należy wgrać online na platformie konkursowej według poniższej specyfikacji
 - JPG w rozdzielczości 300 dpi i przestrzeni barw CMYK oraz szerokości podstawy 210 mm
- **Pliki graficzne low res**
 - Wszystkie materiały drukowane hi res należy wgrać online na platformie konkursowej według poniższej specyfikacji
 - JPG w rozdzielczości 72 dpi i przestrzeni barw CMYK oraz szerokości podstawy 210 mm
- **Pliki Flash**
 - Wszystkie pliki Flash należy wgrać online na platformie konkursowej według poniższej specyfikacji
 - Format swf lub fla do 30 sekund

Warunki zgłaszania prac w kategoriach:

- **Reklama Film, Warsztat TV**
 - **Etap I**
 - Plik online wg specyfikacji technicznej dla **Materiałów Filmowych**
 - Maksymalnie 3 stopklatki wg specyfikacji **plików graficznych low res**
 - Wydrukowany i podpisany formularz zgłoszeniowy (dla każdego zgłoszenia oddzielny)
- **Reklama Radio**
 - **Etap I**
 - Plik online wg specyfikacji technicznej dla **Materiałów Audio**
 - Wydrukowany i podpisany formularz zgłoszeniowy (dla każdego zgłoszenia oddzielny)
- **Reklama Drukowana**
 - **Etap I**
 - Plik online wg specyfikacji technicznej dla **Plików graficznych hi res**
 - Wydrukowany i podpisany formularz zgłoszeniowy (dla każdego zgłoszenia oddzielny)
 - **Etap II**
 - Jeden egzemplarz w formie cromalinów lub innych proofów kolorowych naklejonych na piankę w formacie A3 (grubość pianki maks. 5mm) kolor czarny

- Wydruk musi mieć w lewym dolnym rogu przyklejoną etykietę z wygenerowaną przez system
 - Z tyłu pianki musi znajdować się przyklejona kopia pierwszej strony formularza zgłoszeniowego
- **Active Advertising**
 - **Etap I**
 - Prezentacje idei na jednym slajdzie przygotowanym wg specyfikacji technicznej dla **Plików graficznych hi res**
 - Wydrukowany i podpisany formularz zgłoszeniowy (dla każdego zgłoszenia oddzielny)
 - Audio-wizualna prezentacja idei przygotowana wg specyfikacji dla **materiałów filmowych** (opcja)
 - Plik online wg specyfikacji technicznej dla **Materiałów Audio** (opcja)
 - Plik online wg specyfikacji technicznej dla **Plików Flash** (opcja)
 - Linki URL (opcja)
 - **Etap II**
 - Jeden egzemplarz w formie cromalinów lub innych proofów kolorowych naklejonych na piankę w formacie A3 (grubość pianki maks. 5mm) kolor czarny
 - Wydruk musi mieć w lewym dolnym rogu przyklejoną etykietę z wygenerowaną przez system
 - Z tyłu pianki musi znajdować się przyklejona kopia pierwszej strony formularza zgłoszeniowego
 - dla potrzeb prezentacyjnych/wystawienniczych, muszą być przesłane wzory/prototypy (opakowania, figury przestrzenne) wg specyfikacji ogólnej
- **Media Interaktywne**
 - **Etap I**
 - Aktywne linki URL
 - Maksymalnie 3 stopklatki/screenshoty wg specyfikacji **plików graficznych low res**
 - Prezentację idei przygotowaną wg specyfikacji technicznej dla **Plików Flash**
 - Audio-wizualna prezentacja idei przygotowana wg specyfikacji dla **materiałów filmowych** (opcja)
 - Wydrukowany i podpisany formularz zgłoszeniowy (dla każdego zgłoszenia oddzielny)
- **Design**
 - **Etap I**
 - Plik online wg specyfikacji technicznej dla **Plików graficznych hi res**
 - Audio-wizualna prezentacja idei przygotowana wg specyfikacji dla **materiałów filmowych** (opcja)
 - Wydrukowany i podpisany formularz zgłoszeniowy (dla każdego zgłoszenia oddzielny)

- **Etap II**
 - Jeden egzemplarz w formie cromalinów lub innych proofów kolorowych naklejonych na piankę w formacie A3 (grubość pianki maks. 5mm) kolor czarny
 - Wydruk musi mieć w lewym dolnym rogu przyklejoną etykietę z wygenerowaną przez system
 - Z tyłu pianki musi znajdować się przyklejona kopia pierwszej strony formularza zgłoszeniowego
 - dla potrzeb prezentacyjnych/wystawienniczych, muszą być przesłane wzory/prototypy (opakowania, figury przestrzenne)
- **Fotografia, ilustracja**
 - **Etap I**
 - Plik online wg specyfikacji technicznej dla **Plików graficznych hi res**
 - Wydrukowany i podpisany formularz zgłoszeniowy (dla każdego zgłoszenia oddzielny)
 - **Etap II**
 - Jeden egzemplarz w formie cromalinów lub innych proofów kolorowych naklejonych na piankę w formacie A3 (grubość pianki maks. 5mm) kolor czarny
 - Wydruk musi mieć w lewym dolnym rogu przyklejoną etykietę z wygenerowaną przez system
 - Z tyłu pianki musi znajdować się przyklejona kopia pierwszej strony formularza zgłoszeniowego
 - dla potrzeb prezentacyjnych/wystawienniczych, muszą być przesłane wzory/prototypy (opakowania, figury przestrzenne)
 - W przypadku serii zdjęć/ilustracji w jednym zgłoszeniu (powyżej 4 elementów) należy wybrać jedno zdjęcie/ilustrację reprezentacyjne, które będzie pokazane w pełnym formacie A3, natomiast reszta powinna być wydrukowana na jednym boardzie lub zaprezentowana w formie katalogu
 - W przypadku zgłaszania oryginalnych formatów, w których znajdują się fotografie/ilustracje należy do zgłoszenia dołączyć obiekt z naklejonym numerem zgłoszenia wygenerowanym przez system
- **KTR KAMPANIA**
 - **Etap I**
 - Audio wizualna prezentacja zgłaszanej kampanii przygotowaną według specyfikacji technicznej dla **materiałów filmowych**
 - Prezentacja musi być przygotowana w języku polskim i angielskim (możliwe napisy)
 - Prezentacja musi być przygotowana w dwóch wersjach
 - Wersja długa: 2-5 minut – na obrady jury
 - Wersja krótka: 45-60 sekund – do wyświetlenia podczas Gali
 - plan mediowy Kampanii

- Maksymalnie 3 stopklatki wg specyfikacji **plików graficznych low res**
- **Marketing Miejsc**
 - **Etap I**
 - Prezentacje idei na jednym slajdzie przygotowanym wg specyfikacji technicznej dla **plików graficznych hi res**
 - Wydrukowany i podpisany formularz zgłoszeniowy (dla każdego zgłoszenia oddzielny)
 - Audio-wizualna prezentacja idei przygotowana wg specyfikacji dla **materiałów filmowych** (opcja)
 - Plik online wg specyfikacji technicznej dla **Materiałów Audio** (opcja)
 - Plik online wg specyfikacji technicznej dla **Plików Flash** (opcja)
 - Linki URL (opcja)
 - **Etap II**
 - Jeden egzemplarz w formie cromalinów lub innych proofów kolorowych naklejonych na piankę w formacie A3 (grubość pianki maks. 5mm) kolor czarny
 - Wydruk musi mieć w lewym dolnym rogu przyklejoną etykietę z wygenerowaną przez system
 - Z tyłu pianki musi znajdować się przyklejona kopia pierwszej strony formularza zgłoszeniowego

Organizatorzy nie mogą zagwarantować, że materiały przesłane w innej formie zostaną rozpatrzone przez jury

OPŁATY

OPŁATA WPISOWA DLA WSZYSTKICH FIRM		300 PLN				
Organizatorzy nie przewidują żadnych rabatów, niezależnie od ilości zgłaszanych prac	Kategoria					
	Reklama Drukowana Active Advertising	TV/Film Radio	Warsztaty TV	Fotografia Ilustracja	KTR KAMPANIA	Media Interaktywne Design Marketing Miejsc
	1000 PLN	1000PLN	300 PLN	100 PLN	2000 PLN	600 PLN

Małym firmom i agencjom, oraz osobom prywatnym przysługuje zmniejszenie lub całkowite zniesienie przez Komitet Organizacyjny Konkursu KTR opłat wpisowych i zgłoszeniowych.

- W takim wypadku, prosimy o kontakt z Organizatorami Konkursu pod adresem Anna.Zimecka@sar.org.pl ; nie później niż na 1 tydzień przed datą ostatecznego dostarczenia prac tj. do 08.03.2010r.
 - Do wszystkich kwot należy doliczyć 22% VAT
 - Wraz z nadesłanymi Formularzami Zgłoszeniowymi należy przystać potwierdzenie przelewu na ogólną kwotę podaną w Zestawieniu. Faktura na tę kwotę zostanie wystawiona w ciągu 7 dni od daty otrzymania przelewu.
 - Za źle przygotowane materiały, oraz za spóźnienia osoba zgłaszająca prace zapłaci 500 PLN kary za każdą źle zgłoszoną pracę.
 - Wszystkie prace nominowane zostaną opublikowane w Katalogu KTR. Publikacja jest obowiązkowa, płatna dodatkowo 200 pln od każdej jednostkowej uzyskanej przez pracę nagrody/nominacji.
 - Agencje, których prace zostają wysłane do ADC*E pokrywają proporcjonalnie koszty przesyłki prac.
- **Numer konta**

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR (z dopiskiem: Konkurs KTR)
02-502 Warszawa, ul. Łowicka 25 lok P4
Bank Zachodni WBK IV Oddział: Nr Rachunku: 18 1090 1056 0000 0001 0193 4790

INNE

- Organizatorzy zastrzegają sobie prawo do zmiany kategorii/podkategorii danej pracy, jeżeli uznają, że została ona wskazana niewłaściwie.
- Organizatorzy nie są odpowiedzialni za materiały zagubione w czasie przesyłki oraz za opłaty przy dostarczeniu przesyłki. Materiały nadesłane do konkursu nie zostaną zwrócone.
- Wszyscy zwycięzcy zgadzają się, że w razie potrzeby dostarczą organizatorom prace w formie nadającej się do publikacji lub wystawy.
- Wszyscy biorący udział w konkursie upoważniają organizatorów do powielania oraz publikacji i emisji nadesłanych prac w celu propagowania idei konkursu i informowania o nim, szkoleń i prezentacji oraz tworzenia zasobów archiwum muzealnego.
- Organizatorzy nie ponoszą odpowiedzialności za wypłatę honorariów ani innych opłat związanych z użyciem nadesłanych materiałów w powyższych celach.

TERMINY TEGOROCZNEJ EDYCJI

- **Nadsyłanie prac do - 15.03.2010r do godz. 14.00**
- **Obrady jury - 12.04.2010r – 16.04.2010r.**
- **Gala KTR – 27.04.2010**