Положение

о проведении городского конкурса социальной рекламы

«Простые правила»

1. Общие положения

1.1. Конкурс социальной рекламы (далее – конкурс) проводится в городе Сургуте в целях популяризации деятельности в области социальной рекламы.

1.2. Организаторы конкурса: Координационный совет по социальной рекламе, Администрация города Сургута. К организации конкурса могут привлекаться спонсоры и информационные партнеры.

1.3. В конкурсе могут принимать участие средства массовой информации, рекламные и дизайнерские организации, общественные организации, творческие группы, отдельные авторы.

1.4. Участие в конкурсе осуществляется на бесплатной основе. Участникам не компенсируются затраты на изготовление и предоставление конкурсных материалов.

1.5. Задачи конкурса:

– привлечение рекламных агентств, редакций средств массовой инфор-мации, общественных организаций, творческих групп, а также отдельных авторов к деятельности в области социальной рекламы;

– создание образцов социальной рекламы в различных средствах массовых коммуникаций для последующего использования в городских акциях социальной рекламы;

– привлечение внимания общественности города, средств массовой информации, государственных, муниципальных и частных организаций к наиболее актуальным городским социальным проблемам.

1.6. Под понятием «социальная реклама» организаторы конкурса рассматривают информацию, представленную в лаконичной, выразительной и понятной форме, направленную на привлечение внимания к социальным, экологическим, нравственным проблемам, содействию духовно-просветительской, благотворительной и иной деятельности на благо общества, и основывающуюся на общепризнанных нормах этики и морали. Социальная реклама не должна носить коммерческого, политического и дискриминационного характера. Социальная реклама предлагает решение определенной социальной проблемы.

2. Номинации конкурса, виды работ, категория участия

2.1. Работы, представленные на конкурс, должны отражать проблемы городского сообщества и показывать пути их решения. Работы предоставляются по следующим номинациям:

2.1.1. «Культура жизни в Сургуте».

2.1.2. «Культура безопасности в Сургуте».

2.1.3. «Культура взаимоотношений в Сургуте».

2.2. Работы предоставляются в одной или в нескольких номинациях в любом из следующих видов, согласно приложению 1 к Положению:

2.2.1. Плакат. Представляется в виде макета плаката или интернет-баннера. Представляется в электронной форме в графическом формате.

2.2.2. Аудиоролик. Представляется аудиоролик, предназначенный для трансляции в радиопрограммах, продолжительностью не более 30 секунд.

2.2.3. Видеоролик. Представляется видеоролик, предназначенный для трансляции по телевидению или на видеоэкране продолжительностью не более 45 секунд.

2.2.4. Аппликация. Представляется в виде макеты стикера, почтовой открытки, этикетки. Представляется в электронной форме в графическом формате.

2.3. Работы подаются в одной из двух категорий: «Профессионалы» или «Любители».

«Профессионалы» – категория участников конкурса, представленная опытными специалистами, которые на постоянной оплачиваемой основе занимаются разработкой рекламных и PR-концепций, дизайном рекламных макетов, производством рекламных аудио-, видеороликов, иных форм рекламы.

«Любители» – категория участников конкурса, представленная людьми, которые вне зависимости от сферы профессиональной деятельности, занимаются разработкой рекламных и PR-концепций, дизайном рекламных макетов, производством рекламных аудио-, видеороликов, иных форм рекламы в качестве хобби, а не на профессиональной основе.

3. Требования к содержанию и форме подачи конкурсных работ

3.1. К участию в конкурсе принимаются работы, созданные участниками конкурса. Сведения, содержащиеся в представленных на конкурс заявках, должны быть достоверными.

3.2. Представленные работы должны соответствовать ст. 10 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями) и части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации от 18.12.2006 № 230-ФЗ.

При обнаружении нарушений требований законодательства представленная работа снимается с участия в конкурсе. Решение о снятии работы с конкурса принимается конкурсной комиссией большинством голосов.

3.3. Конкурсные материалы должны соответствовать требованиям положения о конкурсе по тематике и номинациям и быть представленными в сроки, указанные в пункте 5.1 настоящего положения. В случае нарушения этих требований работы к участию в конкурсе не принимаются.

3.4. При разработке конкурсных материалов необходимо стремиться к понятному, выразительному и оригинальному воплощению замысла, учитывать массовый состав аудитории социальной рекламы, особенности и социо-культурные условия города Сургута и Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

3.5. В работах, представляемых на конкурс, не должно содержаться: имен авторов, указания адресов, телефонов, информации о спонсорах, религиозной символики (кроме художественных произведений и действий, происходящих в соответствующих культовых помещениях), названий и упоминаний (логотипов, брендов) товарной рекламы, любых форм упоминаний политических партий, политических лозунгов, изображений интимных сцен, информации, в любой форме унижающей достоинство человека или отдельной группы людей.

Следует, по возможности, избегать использования изобразительных штампов с негативными символами (перечеркнутых сигарет, шприцев, бутылок, изображений смерти и других).

3.6. Материалы подаются на конкурс в форме:

3.6.1. Изобразительные материалы (плакаты, баннеры) в виде фотографий, коллажей, рисунков, компьютерной графики и др., сопровождающихся лозунгом или иным идейным текстом. Предоставляются в виде файла в формате JPEG/TIFF с плотностью изображения не менее 300 dpi, вместе с распечаткой на листе бумаги форматом А4 (210 х 297 мм).

3.6.2. Видеоролики – записанные на электронный носитель видеофайлы в формате, читаемом программой WindowsMediaPlayer. Каждый ролик подается отдельным файлом, с указанием названия, ролик не должен содержать сведений об авторе.

3.6.3. Аудиоролики – звуковые файлы, которые могут сопровождаться или быть музыкальными произведениями, предоставляются на DVD или другом электронном носителе в формате, читаемом программой WindowsMediaPlayer, с указанием названия ролика. Каждый ролик подается отдельным файлом с указанием авторства музыкального произведения.

3.6.4. К представленным на конкурс материалам должна быть приложена заполненная заявка на участие в конкурсе собственника работы согласно приложению 2 к положению; согласие на обработку персональных данных согласно приложению 3 к положению; расписка, подтверждающая согласие со всеми условиями проведения конкурса, с аннотацией об авторстве и источниках использованных в конкурсных работах аудио-, видео- или изобразительных материалов и оригинальной подписью участника согласно приложению 4 к положению.

4. Критерии оценки конкурсных материалов

4.1. Убедительность и сила воздействия продукта на аудиторию.

4.2. Социальная значимость работы.

4.3. Оригинальность идеи и замысла.

4.4. Качество/профессионализм технического исполнения

4.5. Глубина проработки темы.

4.6. Учет целевых аудиторий.

5. Порядок проведения конкурса

5.1. Материалы на конкурс подаются в секретариат конкурсной комиссии по адресу: Администрация города, улица Энгельса, 8, кабинет 113. Электронная почта: press04@admsurgut.ru. Материалы на конкурс в соответствии с разделом 3 данного Положения принимаются в рабочие дни с 09.00 до 17.00 с 13 февраля по 15 мая 2014 года.

5.2. Персональный состав жюри формируется организаторами из числа экспертов и специалистов в сфере социальной рекламы и дизайна, а также учредителей и партнеров конкурса. Жюри производит оценку работ в соответствии с критериями конкурса на оценочных листах. Определение победителей осуществляется на заседании жюри большинством голосов и оформляется протоколом. При равенстве голосов решающим является голос председателя.

5.3. Победители конкурса определяются жюри в каждой номинации и по каждому виду работ. Победители получают дипломы и призы.

5.4. Организаторами и спонсорами могут учреждаться дополнительные призы и премии для поощрения отдельных конкурсантов.

5.5. Оргкомитет и жюри оставляют за собой право не присуждать призовых мест в отдельных номинациях при несоответствии работ требованиям и критериям конкурса, низком качестве представленных работ.

5.6. Итоги конкурса подводятся до 12 июня 2014 года.

5.7. Итоги конкурса публикуются в средствах массовой информации и на официальном интернет-сайте Администрации города.

5.8. Победители конкурса награждаются в торжественной обстановке дипломами и призами.

5.9. Налогообложение призов осуществляется в соответствии с федеральным законодательством.

6. Права и ответственность организаторов

6.1. Организаторы конкурса имеют право использовать материалы, представленные на конкурс, в некоммерческих целях (репродуцировать конкурсные материалы для нужд и в целях рекламы конкурса, в методических и информационных изданиях; каталогах, для трансляции по телевидению и радио, размещения в сети интернет; полностью либо часть произведения).

6.2. Использование материалов конкурса организаторами допускается с указанием авторства работ.

6.3. Внесение изменений в конкурсные материалы, а также использование материалов конкурса вне пределов города Сургута организаторами конкурса допускается по письменному разрешению авторов или правообладателей материалов.

6.4. Организаторы не несут ответственности за:

– нарушение участником прав третьих лиц при создании конкурсных работ;

– невозможность оценки работ участника конкурса по техническим или иным объективным (форс-мажорным) причинам;

– неверно сообщенную участником заявочную информацию (наименования работы, категории конкурса, контактная информация и т.д.).