

Odviaž svoju fantáziu na boj proti chudobe



Účast' v súťaži a použitie webstránky www.wecanendpoverty.eu znamená dohodu s nasledujúcimi podmienkami.

Výzva na zapojenie fantázie na boj proti chudobe

Súťaž Európska reklama OSN na boj proti chudobe vyzýva každého s tvorivými nápadmi - študentov, odborníkov v danej oblasti ako aj verejnosť, aby vytvorili printovú reklamu pre informačnú kampaň OSN o Miléniových rozvojových cieľoch. Táto súťaž poskytuje každému, kto sa zaujíma o štúdium a/ alebo kariéru v reklame, marketingu, grafickom dizajne a príbuzných oblastiach, hodnotnú skúsenosť. Jej cieľom je odmeniť a predviesť to najlepšie z kreatívnej reklamy. Diela výhercov súťaže budú vystavené na webstránke kampane s ďalšou možnosťou predstaviť svoju prácu vo veľkých centrách OSN a európskej tlači.

Cieľom súťaže je vybrať najkreatívnejšiu reklamu, ktorá bude stimulovať svetových lídrov, aby splnili svoje sľuby z roku 2000 a inšpirovali ľudí, aby sa zapojili do boja proti chudobe. Porota zložená zo známych osobností zo sveta reklamy, umenia a fotografie ako aj odborníkov na tematiku rozvoja, vyberie s pomocou verejnosti víťazov.

Návrhy bude možné podať prostredníctvom webstránky od apríla. Dovtedy môžete svoje nápady zasielať na e-mailovú adresu info@wecanendpoverty.eu. Nezabudnite pripísať svoje meno, kontakt, krajinu, titul a krátky popis vašej pracovnej náplne ako aj preklad do angličtiny.

Zadanie

Vytvor printovú reklamu pre Informačnú kampaň OSN o Miléniových rozvojových cieľoch (MRC). Reklama bude použitá vo verejnom ozname a publikovaná vo viacerých európskych printových médiách. Jej cieľom by malo byť zlepšenie informovanosti o MRC a zmobilizovanie občanov, aby tlačili na politických lídrov v zmysle dodržania sľubu z roku 2000 týkajúceho sa zníženia chudoby a hladu na celom svete a dosiahnutia MRC do roku 2015.

Pravidlá

- Súťaž je otvorená pre všetkých občanov a rezidentov 48 členských štátov OSN v Európe: Albánsko, Andorra, Arménsko, Azerbajdžan, Belgicko, Bielorusko, Bosna a Hercegovina, Bulharsko, Cyprus, Česká republika, Čierna Hora, Dánsko, Estónsko, Fínsko, Francúzsko, Grécko, Gruzínsko, Holandsko, Chorvátsko, Írsko, Island, Lichtenštajnsko, Litva, Lotyšsko, Luxembursko, Macedónsko, Maďarsko, Malta, Moldavsko, Monako, Nemecko, Nórsko, Poľsko, Portugalsko, Rakúsko, Rumunsko, Rusko, San Maríno, Slovensko, Slovinsko, Srbsko, Španielsko, Švajčiarsko, Švédsko, Taliansko, Turecko, Ukrajina a Veľká Británia.
- Text alebo slogany použité v reklame môžu byť v ktoromkoľvek úradnom jazyku zo 48 súťažiacich európskych krajín. Ak je súťažný text podaný v inom ako anglickom jazyku, musí byť priložený aj preklad. Návrhy bez priloženého prekladu nemusia byť zaregistrované.
- Každý sa môže zúčastniť len jedenkrát, pričom môže zaslať maximálne 5 obrázkov.
- Obrázky by mali byť vo formáte RGB, v maximálnej veľkosti 1000x 1500px na 72 dpi, s horizontálnou alebo vertikálnou orientáciou vo formáte JPEG s maximálnou veľkosťou 1 Mb na obrázok.
- Finalisti budú požiadaní, aby svoj obrázok dodatočne poskytli vo vysokom rozlíšení (najmenej 300 dpi) v predpísanej veľkosti formát A3 alebo vo formáte na šírku. Ak sa vám nepodarí pripraviť váš návrh v predpísanej veľkosti a kvalite, môžete byť vylúčení zo zoznamu finalistov.
- Možnosť podať svoj návrh končí o polnoci 15. júna 2010 stredoeurópskeho času, návrhy podané po tomto termíne nebudú akceptované.
- Návrhy je potrebné podať prostredníctvom webstránky alebo ešte pred jej spustením prostredníctvom zverejnenej e-mailovej adresy. Návrhy podané na papieri alebo poštou nebudú akceptované.
- Reklama môže obsahovať text, obrázky, fotky alebo ich kombináciu.
- Podaný návrh musí zahŕňať logo kampane „WeCanEndPoverty2015“ v originálnych farbách alebo v šedých odtieňoch v jednom z oficiálnych jazykov OSN. Toto logo obsahuje tri základné komponenty (2015 END POVERTY/WE CAN/ MILLENIUM DEVELOPMENT GOALS): tieto tri komponenty nemôžu byť od seba oddelené za žiadnych okolností. Rozmery loga nesmú byť zmenené. Na logu nemôže byť použitý žiadny filter ani efekty. Druh písma, veľkosť a umiestnenie textu musia zostať nezmenené. Logo nesmie byť stlačené, natiahnuté alebo zošikmené.
- Podaný návrh musí byť originálnou ešte nepublikovanou prácou.
- Súťažiaci je zodpovedný za obsah reklamy, ktorá by nemala obsahovať autorsky chránený materiál. Súťažiaci musí vlastniť práva na všetok text a obrázky použité v súťažnom návrhu.

- Žiadna spoločnosť, organizácia, politická strana ani iná oficiálna záujmová skupina nesmie mať zisk z tejto reklamy použitím loga, značky alebo zástupcov korporácií, strán a organizácií.
- Táto reklama nesmie obsahovať žiadnu nahotu, obscénosti alebo iný urážlivý či nevhodný obsah. Všetky návrhy, ktoré sa objavia na webstránke kampane, prezerú najskôr organizátori súťaže.
- Je potrebné, aby ste sa uistili, že vaše umelecké dielo nijakým spôsobom neodkazuje na vašu totožnosť. Vaše umelecké iniciálky si vyžiadame v prípade, že sa vaša práca dostane do finále. Umelecký podpis bude následne pripojený k vašim dielam na prípadných výstavách alebo pri publikovaní v médiách.
- Súťaže sa nemôžu zúčastniť zamestnanci UNRIC-u ani ich najbližší príbuzní.

Výberový proces

Prostredníctvom verejného hlasovania na webstránke súťaže a organizátori súťaže bude vybratých 30 finalistov. Verejné hlasovanie začína v apríli a končí 15. júna 2010. Víťaza spomedzi finalistov vyberie v júni 2010 porota zložená z prominentných európskych odborníkov na marketing a reklamu ako aj z odborníkov OSN na komunikáciu a rozvoj. Rozhodnutie poroty je konečné a nevzťahuje sa naň žiadne odvolanie. Účastníci finále budú kontaktovaní e-mailom a požiadaní o poskytnutie umeleckých iniciálok a ďalších informácií.

Výhra

Odovzdávanie ceny sa bude konať začiatkom septembra 2010; presný dátum bude neskôr bližšie špecifikovaný. Prvá cena je 5000 eur (venovaných španielskym predsedníctvom EÚ) a finančná odmena bude vyplatená v eurách na bankový účet víťahcu. Príjemca výhry je zodpovedný za zdanenie svojej výhry.

Práva

UNRIC a jeho partneri sú oprávnení reprodukovať, kopírovať, nahrávať, publikovať a distribuovať práce zaregistrované do súťaže s cieľom propagovať súťaž a webstránku. Spojené národy si vyhradzujú právo akýmkoľvek spôsobom použiť návrhy vybrané do finále na publikačné alebo propagačné účely na svojej webstránke a vo svojej informačnej kampani, vrátane publikovania v komerčnej tlači. Akékoľvek rozhodnutie v akejkoľvek veci týkajúcej sa tejto súťaže na printovú reklamu sa považuje za konečné a záväzné. V prípade, že by bola súťaž zmenená alebo zrušená, nemôže byť OSN braná na zodpovednosť za vis major.

Pozadie a zdroje

Miléniová deklarácia a rozvojové ciele - historický záväzok, ktorý v roku 2000 urobilo 189 lídrov na Miléniovom summite OSN, kde podpísali Miléniovú deklaráciu a súhlasili so splnením Miléniových rozvojových cieľov (MRC), v rámci prvého cieľa, znížiť do roku 2015 chudobu o polovicu. MRC sú osembodovým plánom s merateľnými cieľmi a jasnými termínmi s cieľom zlepšiť životy tých najchudobnejších ľudí na celom svete. V súčasnosti, kedy nám do konca termínu ostáva len päť rokov, vyhlásil generálny tajomník OSN rok 2010 za Rok MRC, pričom v septembri organizuje vo Valnom zhromaždení OSN summit na vysokej úrovni. OSN zároveň ako súčasť tohto medzinárodného roka spustila kampaň „WeCanEndPoverty2015“, aby informovala a zapojila občanov do akcie na podporu Miléniových rozvojových cieľov.

Viac informácií o MRC nájdete na webstránke <http://www.endpoverty2015.org/> .

UNRIC - Regionálne informačné centrum OSN pre západnú Európu má ako súčasť Oddelenia OSN pre informovanie verejnosti v New Yorku za úlohu sprostredkovať informácie o prioritách OSN. Jeho aktivity sa vzťahujú na všetky segmenty spoločnosti a spoločných projektov, kampane a udalosti organizované v spolupráci s kľúčovými partnermi ako napríklad vládami, médiami, MVO, vzdelávacími inštitúciami a miestnymi predstaviteľmi. Jeho mandátom je informovať a zapájať európskych občanov.

Viac informácií o UNRIC-u nájdete na webstránke <http://www.unric.org> .

Doložka

Zapojením sa do súťaže vyhlasujem, že som si prečítal/a a porozumel/a pravidlám tejto súťaže. Súhlasím, že obsah návrhu, ktorý podávam, je moja vlastná dosiaľ nepublikovaná práca a že vlastným práva na všetky texty a obrázky, ktoré v ňom používam. V prípade, že bude môj návrh vybraný do finále, súhlasím s poskytnutím práv na distribúciu mojej reklamy Spojeným národom až do času, kým obidve strany neuzatvoria inú dohodu. Spojené národy budú mať právo slobodne používať túto reklamu bez žiadnych zemepisných obmedzení. Vyhlasujem, že neuzavriem žiadne dohody s tretími stranami bez upovedomenia a súhlasu Spojených národov počas, okamžite po a po ukončení súťaže. Akékoľvek zmluvy alebo dohody o distribúcii a/ alebo publikovaní víťazných návrhov uzavreté bez vedomia a predchádzajúceho súhlasu Spojených národov môžu vyústiť do diskvalifikovania a straty akejkol'vek odmeny a ceny vyplývajúcej zo súťaže.

Organizátor súťaže si vyhradzuje právo na zmenu podmienok.