

REGULAMIN Konkursu KTR 2026

1. POSTANOWIENIA OGÓLNE

Organizatorem konkursu pod nazwą „KTR 2026” (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: 0000177032, NIP: 526-23-97-001, REGON: 016102001 (dalej „**Organizator**”).

- 1.1. 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.

Konkurs KTR to święto kreatywności i twórczej odwagi, w którym doceniana jest wyrazista komunikacja, niestandardowe i przełamujące konwencję idee oraz aktualność użytych narzędzi, mediów i tematów. Wybierając najlepsze prace, doceniana jest odwaga, aktualność, kunszt i twórcza wyobraźnia w kategoriach: Communication, Creative Strategy, Engagement, Design, Entertainment, Technology, For Good oraz Craft.

2. Wyrażając solidarność z Narodem Ukraińskim, Zarząd KTR zastrzega sobie prawo do dyskwalifikacji w dowolnym momencie Zgłoszenia dokonanego przez podmiot lub w imieniu podmiotu, który przyczynia się do naruszenia standardów praw człowieka w związku z wojną w Ukrainie. Weryfikacja powyższego może być dokonywana m.in. na podstawie listy firm publikowanej przez Yale School of Management (Yale List of Companies), w szczególności w kategorii F. W każdym przypadku Zarząd KTR umożliwi Zgłaszającemu złożenie wyjaśnień w terminie 3 dni od chwili otrzymania informacji o dyskwalifikacji. Ostateczna decyzja o dyskwalifikacji nie może być przedmiotem reklamacji. Podjęcie przez Zarząd KTR decyzji o dyskwalifikacji z w/w przyczyn wiąże się z całkowitym zwrotem opłaty zgłoszeniowej w terminie 14 dni. Zgłoszenie do Konkursu oznacza akceptację powyższego uprawnienia Zarządu KTR.

- 2.1. Na potrzeby niniejszego Regulaminu, następujące pojęcia otrzymują poniżej wskazane znaczenie.

Audytora - osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna wybrana przez Organizatora, do której zadań należy nadzór nad prowadzeniem głosowania na zasadach określonych w Regulaminie, a także dokonywanie wykładni Regulaminu na wniosek przedstawiciela Organizatora;

Regulamin – niniejszy Regulamin Konkursu KTR 2026 wraz z Załącznikami, które stanowią jego integralną część;

Platforma – serwis internetowy administrowany przez Organizatora służący do prowadzenia konkursów i zgłaszania Prac w Konkursie, pod adresem <http://konkursy.sar.org.pl>;

Praca – prace kreatywne zgłaszane do Konkursu, spełniające wymagania określone niniejszym Regulaminem;

Uczestnik – uczestnik Konkursu wskazany w Zgłoszeniu, w tym Podmiot Zgłaszający i Współzgłaszający;

Podmiot Zgłaszający – Uczestnik Konkursu, którego wkład w tworzenie Pracy był znaczący i który jest odpowiedzialny za Zgłoszenie;

Współzgłaszający – inny niż Podmiot Zgłaszający Uczestnik Konkursu współtworzący Pracę, którego działanie miało wpływ na powstanie Pracy;

Klient – podmiot na rzecz, którego została zrealizowana Praca. Klient może być Uczestnikiem Konkursu na zasadach określonych w Regulaminie.

Zgłoszenie – zgłoszenie Pracy do udziału w Konkursie dokonywane na Platformie na zasadach opisanych w Regulaminie.

3. WARUNKI UCZESTNICTWA

3.1. Aby wziąć udział w Konkursie należy dokonać zgłoszenia w sposób i na zasadach przewidzianych w Regulaminie (dalej „**Zgłoszenie**”).

Do Konkursu można zgłaszać wyłącznie prace konkursowe, które ukazały się w mediach bądź zostały zakupione i wykorzystane przez reklamodawcę w komunikacji w okresie od **12.04.2025 do 15.05.2026**. Prace mogły rozpocząć się wcześniej, lecz decydująca część komunikacji musiała być prowadzona w kwalifikującym okresie i do tego okresu musi odnosić się Zgłoszenie, a także wszystkie dotyczące Pracy dane.

W Kategorii Głównej Communication Kategorie: Integrated Campaigns/ Long Term Communication oraz Creative Strategy / Strategia Long Term oraz kategorii Głównej For Good / Long Term można zgłaszać formaty kreatywne komunikowane co najmniej przez trzy lata z ostatnią publikacją w 2025 roku lub później, pod warunkiem, że nie były one wcześniej zgłaszane do konkursu KTR.

Jeśli Kampania uzyskała już nagrodę w jednej z podkategorii Long Term w poprzedniej edycji konkursu KTR, to ponowne zgłoszenie tej Kampanii do podkategorii Long term może nastąpić dopiero po upływie 3 kolejnych lat trwania Kampanii. Natomiast Kampanie, które otrzymały nominację w podkategorii Long Term, mogą być zgłoszone w kolejnym roku.

Do Konkursu nie mogą być zgłaszane Prace zgłoszone w poprzednich edycjach Konkursu.

3.2. Prace mogą być zgłoszone przez podmioty z branży komunikacji marketingowej, marketingu, reklamy, designu, mediów, kultury i sztuki oraz wszelkie inne podmioty, których działalność związana jest z kategoriami Konkursu.

3.3. Uczestnikiem Konkursu może być jedynie podmiot indywidualny bezpośrednio odpowiedzialny za pracę i obsługę klienta, pod własną marką, w szczególności:

- a) agencja komunikacji marketingowej (agencja reklamowa, PR, interactive, agencje mediowe itp.);
- b) agencje i studia designerskie i graficzne;
- c) domy produkcyjne, studia postprodukcyjne, studia dźwiękowe, agencje fotograficzne;
- d) twórcy działający samodzielnie w szeroko pojętej branży kreatywnej oraz poza nią (fotografowie, reżyserzy, graficy, rysownicy itp.);
- e) reklamodawcy;
- f) media, jednostki samorządowe, organizacje pozarządowe.

3.4. Jeżeli Uczestnik należy do grupy spółek (dalej: „**Grupa**”), wymagane jest uzupełnienie nazwy Grupy w odpowiednim polu formularza zgłoszeniowego na platformie zgłoszeniowej.

3.5. W przypadku, gdy Uczestnik poda jedynie nazwę Grupy, wówczas Organizator wezwie do uzupełnienia nazwy Uczestnika, który pracował dla danego klienta.

3.6. Po terminie zakończenia przyjmowania Zgłoszeń Uczestnik nie ma możliwości dokonania zmiany zgłoszonej nazwy. Jedynie Organizator może dokonać zmiany zgłoszonej nazwy po uprzedniej

konsultacji z Uczestnikiem, jeżeli podczas weryfikacji Zgłoszenia wykryje nieścisłości w tym zakresie.

3.7. Uczestnik musi spełniać co najmniej jeden z poniższych warunków:

- a) mieć siedzibę na terytorium Polski;
- b) świadczyć usługi na rzecz Klientów mających siedzibę na terytorium Polski;
- c) na jego rzecz były świadczone usługi przez podmioty mające siedzibę na terytorium Polski.

3.8. W Zgłoszeniu należy wskazać na rzecz jakiego Klienta lub Klientów została stworzona Praca.

3.9. Istnieje możliwość wymienienia maksymalnie dwóch Klientów, dla których została stworzona Kampania.

3.10. Na prośbę Organizatora, Uczestnik zobowiązuje się dostarczyć potwierdzone przez Klienta zaświadczenie o emisji lub publikacji Pracy.

3.11. Prace zrealizowane dla Organizatora, tj. Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR, nie mogą być zgłaszane do Konkursu

4. KATEGORIE KONKURSOWE

Konkurs rozgrywany jest w 8 kategoriach głównych (dalej: „**Kategorie Główne**”):

- a) **COMMUNICATION (komercyjne i społeczne)**
- b) **CREATIVE STRATEGY (komercyjne i społeczne)**
- c) **ENGAGEMENT (komercyjne i społeczne)**
- d) **DESIGN**
- e) **ENTERTAINMENT**
- f) **TECHNOLOGY**
- g) **FOR GOOD**
- h) **CRAFT**

4.1. **Pełny wykaz i szczegółowy opis Kategorii (dalej „Kategorie”) oraz podkategorii (dalej „Podkategorie”) znajduje się na stronie Konkursu: www.ktr.org.pl.**

4.2. Każda z Prac może być zgłoszona w dowolnej liczbie Kategorii i Podkategorii.

4.3. W przypadku zgłoszenia Pracy w kilku Kategoriach/Podkategoriach, Zgłoszenia traktowane będą jako odrębne i powinny zostać oddzielnie opłacane według cennika Konkursu.

4.4. Organizator po uprzednim uzgodnieniu z Podmiotem Zgłaszającym zastrzega sobie prawo do zmiany Kategorii lub Podkategorii zgłoszonej Pracy, jeżeli uzna, że Praca została zgłoszona w niewłaściwej Kategorii lub Podkategorii.

4.5. Do Kategorii Głównej Communication, Creative Strategy, Engagement (komercyjne) mogą być zgłaszane wyłącznie Prace, zrealizowane w całości dla klientów komercyjnych oraz prace zrealizowane dla klientów komercyjnych we współpracy z organizacjami społecznymi, fundacjami, NGO.

4.6. Do Kategorii Głównej Communication, Creative Strategy, Engagement (społeczne) mogą być zgłaszane wyłącznie Prace zrealizowane dla organizacji społecznych, NGO, fundacji.

4.7. Do kategorii Głównej For Good mogą być zgłaszane Prace zrealizowane zarówno dla organizacji społecznych, NGO, fundacji jak i klientów komercyjnych

4.8. Prace zrealizowane na rzecz twórców / artystów lub instytucji kultury należy zgłaszać w podkategoriach Culture wszędzie tam, gdzie takie podkategorie są wydzielone.

Do Kategorii Craft / Audio&Video może zostać zgłoszona Praca audio lub video, która przez zgłaszającego była: wyprodukowana, nadzorowana kreatywnie lub merytorycznie, wykonana w zakresie co najmniej jednej z dziedzin sztuki filmowej / dźwiękowej lub postprodukowana.

Praca zgłaszana przez firmę współprodukującą i wspierającą produkcję, może zostać zgłoszona do Konkursu KTR, ale tylko do Kategorii Craft / Audio&Video z ograniczeniami Podkategorii do tych, którym odpowiada kreatywny wkład w Pracę. Wsparcie techniczne produkcji nie jest kreatywnym wkładem w Pracę.

Jeśli Podmiotem Zgłaszającym jest wiodąca firma produkcyjna odpowiadająca za całość produkcji na zlecenie klienta lub agencji (primary production), możliwe jest zgłoszenie Pracy do każdej z Podkategorii w Kategorii Craft / Audio&Video.

Jeśli Podmiotem Zgłaszającym jest firma produkcyjna odpowiadająca za część produkcji, współprodukująca lub wspierająca produkcję, możliwe jest zgłoszenie Pracy do tych Podkategorii w Kategorii Craft / Audio&Video, które odpowiadają kreatywnemu wkładowi firmy lub jej zespołowi w projekt.

Jeśli Podmiotem Zgłaszającym jest agencja kreatywna odpowiadająca za nadzór kreatywny, na której zlecenie powstała produkcja, możliwe jest zgłoszenie Pracy do każdej z Podkategorii w Kategorii Craft / Audio&Video.

Jeśli Podmiotem Zgłaszającym jest klient odpowiadający za nadzór merytoryczny Pracy i na którego zlecenie powstała produkcja, możliwe jest zgłoszenie Pracy do każdej z Podkategorii w Kategorii Craft / Audio&Video.

Jeśli Podmiotem Zgłaszającym jest twórca odpowiadający za jeden lub kilka aspektów Pracy - dziedzin sztuki filmowej / dźwiękowej, możliwe jest zgłoszenie Pracy do tych Podkategorii w Kategorii Craft / Audio&Video, którym odpowiada wkład twórcy w Pracę. Jeśli twórcą jest reżyser odpowiadający za całość końcowego efektu Pracy, możliwe jest zgłoszenie Pracy do każdej z Podkategorii w Kategorii Craft / Audio&Video.

Jeśli Podmiotem Zgłaszającym jest firma reprezentująca twórcę odpowiadającego za jeden lub kilka aspektów Pracy - dziedzin sztuki filmowej / dźwiękowej, możliwe jest zgłoszenie Pracy do tych Podkategorii, którym odpowiada wkład twórcy w Pracę. Jeśli twórcą jest reżyser odpowiadający za całość końcowego efektu Pracy, możliwe jest zgłoszenie Pracy do każdej z Podkategorii w Kategorii Craft / Audio&Video.

Jeśli Podmiotem Zgłaszającym jest firma postprodukcyjna, odpowiadająca za całość produkcji, możliwe jest zgłoszenie Pracy do każdej z Podkategorii w Kategorii Craft / Audio&Video.

Jeśli Podmiotem Zgłaszającym jest firma postprodukcyjna, odpowiadająca za część produkcji, współprodukująca lub wspierająca produkcję, możliwe jest zgłoszenie Pracy do tych Podkategorii w Kategorii Craft / Audio&Video, które odpowiadają wkładowi firmy lub jej zespołowi w Pracę.

Do kategorii Production prace może zgłaszać jedynie wiodąca firma produkcyjna odpowiadająca za całość produkcji na zlecenie klienta lub agencji (primary production) oraz agencja i klient

Do kategorii Production prace może zgłaszać firma postprodukcyjna, jeśli odpowiadała za całość produkcji na zlecenie klienta lub agencji

Do kategorii Postproduction prace może zgłaszać firma postprodukcyjna mająca wkład kreatywny w co najmniej dwa obszary postprodukcji oraz firma produkcyjna nadzorująca postprodukcję, oraz agencja i klient

Do kategorii Postproduction prace może zgłaszać firma postprodukcyjna mająca wkład kreatywny w jeden obszar postprodukcji pod warunkiem, że co najmniej jeden z pozostałych obszarów był zrealizowany przez firmę zarejestrowaną w Polsce

5. ZGŁOSZENIE DO KONKURSU

Warunkiem uczestnictwa w Konkursie jest dokonanie Zgłoszenia najpóźniej do dnia 24.04.2026 godz. 23:59 (dalej: „**Termin**”). Organizator zastrzega sobie możliwość wydłużenia Terminu oraz okresu kwalifikacji Prac, które podlegają zgłoszeniu do Konkursu.

- 5.1. Zgłoszenie do Konkursu zostaje przyjęte po zrealizowaniu następujących czynności:
 - a) zarejestrowaniu, wypełnienie formularza on-line na Platformie;
 - a) wgraniu plików (dalej: „**Materiały Kreatywne**”) na Platformie;
 - b) dokonaniu opłaty zgodnie z Regulaminem („**Opłata**”);
 - c) Wgraniu na Platformę podpisanego Dokumentu Proceduralnego (dalej: „**Dokument Proceduralny**”) wraz z potwierdzeniem dokonania opłaty za Zgłoszenie zgodnie z instrukcjami i wskazówkami zamieszczonymi na Platformie oraz w Dokumencie Proceduralnym.
- 5.2. Dokument Proceduralny generuje się automatycznie na Platformie po zamknięciu wszystkich zgłoszeń. Podpisany Dokument Proceduralny wraz z potwierdzeniem dokonania Opłaty należy wgrać na Platformę w wyznaczonym do tego miejscu.
- 5.3. Za moment dokonania Zgłoszenia uważa się chwilę wgrania na Platformę podpisanego Dokumentu Proceduralnego wraz z potwierdzeniem dokonania Opłaty, w wysokości określonej w Regulaminie.
- 5.4. W przypadku przekroczenia Terminu na dokonanie Zgłoszenia, Organizator może przyjąć Zgłoszenie, które zostanie doręczone Organizatorowi do ustalonego z Organizatorem dodatkowego terminu, 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 odrębnie dla każdego zgłoszenia.
- 5.5. Wprowadzenie zmian w pracy po zamknięciu zgłoszenia wiąże się z opłatą 500zł netto + 23% VAT za jedną pracę. Zmiany nie mogą dotyczyć treści merytorycznych (opis zgłoszenia) lub pól, które mogą wpłynąć na punktację w rankingu (np. zgłaszający, klient).
- 5.6. Podmiot Zgłaszający otrzyma informację o brakach formalnych w Zgłoszeniu z możliwością uzupełnienia ich w wyznaczonym przez Organizatora terminie, nie krótszym niż 48 godzin., na wyżej wspomnianych warunkach.
- 5.7. Organizator ma prawo do wycofania Zgłoszenia na każdym etapie trwania Konkursu w przypadku braków formalnych lub niezgodności Zgłoszenia z Regulaminem.
- 5.8. Opłata konkursowa nie podlega zwrotowi w przypadku niedopełnienia przez Podmiot Zgłaszający powyższych warunków lub gdy po zamknięciu przyjmowania zgłoszeń Podmiot Zgłaszający wycofuje Zgłoszenie z Konkursu.
- 5.9. Wymogi oraz specyfikacja techniczna Materiałów Kreatywnych, zasady wgrania na Platformę oraz dopuszczalna ilość plików określa **Załącznik Nr 1 do Regulaminu** oraz wskazane są na stronie Konkursu w zakładce Regulaminy pod adresem: <https://ktr.org.pl/>.

6. OŚWIADCZENIA ORAZ PRAWA DO PRAC

6.1. Uczestnicy Konkursu oświadczają, że:

- a) zapoznali się z Regulaminem Konkursu oraz akceptują wszelkie jego postanowienia;
- b) dane podane w Zgłoszeniu są zgodne z prawdą, posiadają stosowne zgody od osób fizycznych na podanie w Zgłoszeniu ich danych osobowych, a ich przetwarzanie przez Organizatora będzie zgodne z prawem i nie naruszy prawa ani jakichkolwiek praw osób trzecich;
- c) Praca stanowi rezultat indywidualnej i oryginalnej twórczości i nie narusza niczych praw, dóbr, przepisów prawa, w tym prawa własności intelektualnej, dobrych obyczajów ani tajemnicy chronionej prawem albo na podstawie zobowiązania, oraz że przysługują im wszelkie prawa do zgłoszenia jej do Konkursu;
- d) każdemu z Uczestników przysługują prawa do zgłaszanej Pracy oraz do wszystkich przesyłanych, załączanych lub zamieszczanych w ramach Zgłoszenia Materiałów Kreatywnych 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;
- e) korzystanie z Materiałów Kreatywnych w zakresie przewidzianym w Regulaminie nie naruszy prawa ani jakichkolwiek praw osób trzecich, w tym praw własności intelektualnej, chronionej tajemnicy, zobowiązania lub dobrych obyczajów;
- f) udzielają Organizatorowi nieograniczonej czasowo i terytorialnie zgody na publikację pełnej treści formularza zgłoszeniowego;
- g) wszelkie nośniki, na których utrwalono Materiały Kreatywne przekazane Organizatorowi, stają się jego własnością z chwilą przekazania;
- h) Praca została zgłoszona do Konkursu za wiedzą i zgodą Klienta.

6.2. Każdy z Uczestników udziela Organizatorowi nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji (dalej „Licencja”) na przechowywanie Zgłoszeń i Materiałów Kreatywnych oraz korzystanie z nich i rozporządzanie nimi w następujących celach:

- a) we wszelkich związanych z Konkursem działaniach informacyjnych, promocyjnych i reklamowych, które obejmować mogą w szczególności wyprodukowanie i rozpowszechnianie wydawnictw papierowych (w tym katalogów) oraz płyt CD/DVD zawierających 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;
- b) 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 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.

6.3. W powyższych celach Organizator jest uprawniony do korzystania z 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 Zgłaszającego wraz z prawem udzielania sublicencji.

6.4. Uczestnicy ponoszą odpowiedzialność za prawdziwość powyższych oświadczeń.

7. OPŁATY KONKURSOWE

7.1. Podmiot Zgłaszający zobowiązany są do dokonania:

- a) Opłaty wpisowej;
- b) Opłaty zgłoszeniowej.

Opłata wpisowa (jednorazowa) dla wszystkich Podmiotów Zgłaszających wynosi 400 PLN netto +23 % VAT.

7.2. Wysokość Opłaty zgłoszeniowej uzależniona jest od terminu, w jakim Podmiot Zgłaszający zgłosi Prace oraz od Kategorii Głównej / Kategorii i wynosi:

OPŁATY W TERMINIE do 30.03.2026 godz. 23:59		
KATEGORII GŁÓWNYCH / KATEGORII	Opłata wpisowa (jednorazowa)	Opłata zgłoszeniowa
COMMUNICATION	400 PLN NETTO + 23% VAT	1300 PLN NETTO + 23 % VAT
CREATIVE STRATEGY		1300 PLN NETTO + 23% VAT
ENGAGEMENT		1300 PLN NETTO + 23% VAT
ENTERTAINMENT		1300 PLN NETTO + 23% VAT
TECHNOLOGY		1300 PLN NETTO + 23% VAT
FOR GOOD		1300 PLN NETTO + 23% VAT
DESIGN		600 PLN NETTO + 23 % VAT
CRAFT AUDIO VIDEO		900 PLN NETTO + 23 % VAT
CRAFT FOTOGRAFIA		300 PLN NETTO + 23 % VAT
CRAFT ILUSTRACJA		300 PLN NETTO + 23 % VAT

OPŁATY W TERMINIE 31.03 - 13.04. 2026 godz. 23:59		
KATEGORII GŁÓWNYCH / KATEGORII	Opłata wpisowa (jednorazowa)	Opłata zgłoszeniowa
COMMUNICATION	400 PLN NETTO + 23% VAT	1500 PLN NETTO + 23 % VAT
CREATIVE STRATEGY		1500 PLN NETTO + 23% VAT
ENGAGEMENT		1500 PLN NETTO + 23% VAT
ENTERTAINMENT		1500 PLN NETTO + 23% VAT
TECHNOLOGY		1500 PLN NETTO + 23% VAT
FOR GOOD		1500 PLN NETTO + 23% VAT
DESIGN		700 PLN NETTO + 23 % VAT

CRAFT AUDIO VIDEO		1000 PLN NETTO + 23 % VAT
CRAFT FOTOGRAFIA		400 PLN NETTO + 23 % VAT
CRAFT ILUSTRACJA		400 PLN NETTO + 23 % VAT

OPŁATY W TERMINIE 14.04 - 24.04.2026 godz. 23:59		
KATEGORII GŁÓWNYCH / KATEGORII	Opłata wpisowa (jednorazowa)	Opłata zgłoszeniowa
COMMUNICATION	400 PLN NETTO + 23% VAT	2100 PLN NETTO + 23 % VAT
CREATIVE STRATEGY		2100 PLN NETTO + 23% VAT
ENGAGEMENT		2100 PLN NETTO + 23% VAT
ENTERTAINMENT		2100 PLN NETTO + 23% VAT
TECHNOLOGY		2100 PLN NETTO + 23% VAT
FOR GOOD		2100 PLN NETTO + 23% VAT
DESIGN		1000 PLN NETTO + 23 % VAT
CRAFT AUDIO VIDEO		1300 PLN NETTO + 23 % VAT
CRAFT FOTOGRAFIA		500 PLN NETTO + 23 % VAT
CRAFT ILUSTRACJA		500 PLN NETTO + 23 % VAT

- 7.3. Wprowadzenie zmian w pracy po zamknięciu zgłoszenia wiąże się z opłatą 500zł netto + 23% VAT za jedną pracę. Zmiany nie mogą dotyczyć treści merytorycznych (opis zgłoszenia) lub pól, które mogą wpłynąć na punktację w rankingu (np. zgłaszający, klient).
- 7.4. Organizator ma prawo udzielić rabatu bądź całkowicie zwolnić od opłat Podmioty Zgłaszające, które w szczególności są osobami nieprowadzącymi działalności gospodarczej lub mikroprzedsiębiorcami w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców.
- 7.5. Podmioty Zgłaszające, które są osobami fizycznymi prowadzącymi jednoosobową działalność gospodarczą są całkowicie zwolnione od Opłaty wpisowej oraz przysługuje im jedno nieodpłatne zgłoszenie do Konkursu.

Prawo do zwolnienia z Opłat, o którym mowa powyżej nie rodzi żadnych roszczeń po stronie Podmiotów Zgłaszających. W takim wypadku prosimy o kontakt z Organizatorem pod adresem: ktr@sar.org.pl, nie później niż do dnia 24.04.2026 R.

Opłata za Zgłoszenie musi być dokonana w formie przelewu na konto Organizatora. Dane do przelewu:

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR

ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa

Bank Santander 27 1090 1056 0000 0000 0602 5684

z tytułem przelewu: „Opłata zgłoszeniowa KTR 2026, numer faktury Proforma oraz numer zgłoszenia”.

- 7.6. W przypadku, gdy Uczestnik zgłasza do konkursu kilka Prac, opłata powinna być uiszczona jednym przelewem, podając w jego tytule liczbę i numery Zgłoszeń.

- 7.7. Istnieje możliwość wygenerowania faktury proforma na Platformie, na podstawie której Uczestnik może dokonać opłaty za Zgłoszenie. Funkcja ta dostępna jest w ostatnim etapie zgłaszania Pracy na Platformie.
- 7.8. Opłata za Zgłoszenie obejmuje:
- czynności związane z przetwarzaniem danych, przyjmowaniem Zgłoszeń (Platforma) i czynności kwalifikacji Zgłoszenia;
 - czynności związane z oceną Zgłoszeń on-line;
 - czynności kwalifikacji podczas posiedzeń Członków Jury i posiedzeń przewodniczących Grupy;
 - organizację Gali Konkursu, produkcję i transport statuetek oraz zaproszeń na Galę.
- 7.9. Opłata za Zgłoszenie nie obejmuje kosztów produkcji i transportu dodatkowych statuetek. Istnieje możliwość zakupu dodatkowych statuetek przez wszystkie podmioty i osoby wymienione w nagrodzonym Zgłoszeniu. Koszt jednej statuetki wynosi:

KATEGORIE GŁÓWNE / KATEGORIE /NAGRODY SPECJALNE	KOSZT 1 STATUETKI
COMMUNICATION	1700 PLN NETTO+ 23 % VAT
CREATIVE STRATEGY	
ENGAGEMENT	
DESIGN	
ENTERTAINMENT	
FOR GOOD	
TECHNOLOGY	1000 PLN NETTO + 23 % VAT
CRAFT AUDIO VIDEO	
CRAFT FOTOGRAFIA	
CRAFT ILUSTRACJA	

- 7.10. Koszt nagród specjalnych (dalej: „**Nagrody Specjalne**”), w tym CRAFT/COMMUNICATION/ENGAGEMENT/TECHNOLOGY/DESIGN/ENTERTAINMENT of the Year, Hall of Fame, Agencja Komunikacyjna Roku, Studio Projektowe Roku, Dom Produkcyjny Roku, Studio Postprodukcyjne Roku oraz nagroda Reklamodawca Roku, jeśli zostanie przyznana, pokrywa Organizator. Istnieje możliwość dokupienia dodatkowych statuetek przez nagrodzonych. Koszt dodatkowej statuetki wynosi 1700 PLN netto + 23 % VAT.
- 7.11. Statuetki zdobyte podczas konkursu, a nieodebrane w trakcie gali, będą do odbioru w biurze organizatora przez 3 miesiące od terminu gali. Duplikaty zamówione po gali będą do odbioru w biurze organizatora przez 3 miesiące od terminu powiadomienia mailowego wysłanego przez organizatora na adres podany w formularzu z zamówieniem. W obu przypadkach, po przekroczeniu terminu 3 miesięcy organizator nie ma obowiązku przechowywać nieodebrane statuetki
- 7.12. Każdy z Uczestników zobowiązany jest dopełnić we własnym zakresie obiegu dokumentów wewnętrznych Uczestnika, potrzebnych do uiszczenia płatności przewidzianej za Zgłoszenie do Konkursu, opłaty za dodatkowe statuetki, zaproszenia na Galę. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za niedopełnienie przez Uczestników formalności.
- 7.13. Organizator zastrzega sobie prawo do nieprzyjęcia Zgłoszenia do Konkursu w przypadku braku dokonania przez Uczestnika Opłaty za Zgłoszenie.

- 7.14. Na prośbę Podmiotu Zgłaszającego Organizator wystawi fakturę VAT, na podstawie której Podmiot Zgłaszający dokona opłaty za Zgłoszenie w ciągu 7 dni.

8. JURY I OBRADY

- 8.1. Zwycięskie Prace wyłonione zostaną przez jury Konkursu (dalej „**Jury**”), które składa się z jurorów i jurorów będących osobami wybranymi przez Zarząd KTR i Organizatora Konkursu (dalej „**Jurorzy**” lub „**Członkowie Jury**”).
- 8.2. Członkowie Jury oświadczają, iż zapoznali się z Regulaminem Konkursu, w tym z zasadami pracy Jury i zobowiązują się do ich przestrzegania. Członkowie Jury zobowiązani są do zaakceptowania dostarczonej przez Organizatora klauzuli poufności oraz oświadczenia o wykluczeniu z oceny prac przed rozpoczęciem Etapu I. Niezaakceptowanie wskazanej klauzuli oraz oświadczenia wiąże się z rezygnacją z udziału w pracach Jury.
- 8.3. Jury obraduje w podziale na grupy jurorskie, oceniające różne Kategorie. Skład grup jurorskich i ocenianych w nich Kategorii dostępny będzie na stronie www.ktr.org.pl.
- 8.4. Skład Kategorii ocenianych w grupach jurorskich może ulec zmianie, jeżeli liczba Zgłoszeń w danej grupie znacznie przewyższa liczbę Zgłoszeń w pozostałych grupach.
- 8.5. Zarząd KTR wraz z Organizatorem powołuje przewodniczącego / przewodniczącą każdej z grup jurorskich (dalej: „**Przewodniczący Grupy**”), dokładając wszelkich starań, aby była to osoba należąca do grona najwybitniejszych twórców, profesjonalistów i ekspertów z branży kreatywnej komunikacji w Polsce, uhonorowana nagrodami KTR. Przewodniczący Grupy nadzoruje wszystkie etapy pracy Jury, kieruje procesem obrad oraz moderuje dyskusje. Przewodniczący Grupy bierze udział w głosowaniu na takich samych zasadach jak Członek Jury.
- 8.6. Zarząd KTR wraz z Organizatorem ma prawo powołać przewodniczącego Jury (dalej: „**Przewodniczący Jury**”), który nadzoruje i wspiera prace Jury i ma decydujący głos w kwestiach spornych, które mogą pojawić się w trakcie obrad. Przewodniczący Jury nie jest członkiem żadnego ze składów jurorskich oraz nie przysługuje mu prawo do głosowania.

Juror nie ma prawa oceniać Prac zgłoszonych przez Podmioty Zgłaszające, którymi kieruje, kierował, w których pracuje lub pracował, bądź jest lub był z nimi w inny sposób związany w okresie od 12.04.2025 do dnia oddania ostatniego głosu podczas Etapu II. Juror nie może również oceniać Pracy, jeżeli jest lub był w okresie od 12.04.2025 do dnia oddania ostatniego głosu podczas Etapu II związany z jakimkolwiek innym podmiotem, który wykonywał lub zlecał wykonanie działania, którego dotyczy Praca. Wyjątek stanowi Kategoria Communication / Integrated Campaigns/ Long Term Communications oraz Communication/Creative Strategy / Strategia Long Term z uwagi na wydłużone ramy czasowe trwania kampanii.

- 8.7. W przypadku zauważenia przez Jurora, że Praca została zgłoszona przez osobę lub podmiot, o którym mowa w pkt 8.8 powyżej, zobowiązany jest:
- a) w Etapie I - oznaczyć ten fakt przy użyciu funkcji „wstrzymuję się”, jeżeli nie został uprzednio automatycznie wykluczony z głosowania nad daną Pracą przez system strony udostępnionej do głosowania;
 - b) w Etapie II - poinformować o tym fakcie przedstawiciela Organizatora Konkursu, a następnie opuścić "pokój obrad" podczas omawiania i głosowania nad daną Pracą.
- 8.8. Organizator, Audytor oraz Przewodniczący Grupy monitorują przebieg prac składów jurorskich.
- 8.9. Wybór zwycięskich prac przez Jury odbywa się w dwóch etapach:
- a) Etap I - głosowania on-line (dalej: „Etap I”);

- b) Etap II – obrady wyłaniające Prace nominowane i nagrodzone (dalej: „Etap II”).
- 8.10. Celem Etapu I jest przegląd i ocena przez Jury wszystkich Prac zgłoszonych do Konkursu oraz wyłonienie listy najlepszych Prac (dalej: „Shortlista”).
- Etap I trwa od 12.05 do 02.06 2025. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może z własnej inicjatywy lub na wniosek Jurorów zmienić czas trwania Etapu I.
- 8.11. Na Etap I składają się głosowania on-line – Jurorzy otrzymają od Organizatora dostęp do Platformy, na której znajdować się będą Prace zgłoszone do Konkursu. W terminie wskazanym przez Organizatora Jurorzy muszą ocenić wszystkie Prace zgłoszone do Konkursu w Kategoriach i Grupach Jurorskich, do których zostali przypisani.
- 8.12. Celem Etapu II (dalej: „Obrady Jury”) jest wybór Prac, które zostaną nominowane oraz nagrodzone. Etap II odbędzie się w terminie i miejscu wskazanym przez Organizatora. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może z własnej inicjatywy lub na wniosek Jurorów zmienić datę Etapu II.
- 8.13. Nieobecność Jurora na Obradach nie wstrzymuje obrad i nie stanowi przeszkody do przeprowadzenia ważnego głosowania.

9. NAGRODY I NOMINACJE

- 9.1. Prace oceniane przez Jury zostają zakwalifikowane do nominacji („Nominacje”) i następujących nagród („Nagrody”):
- brąz („Brąz”)
 - srebro („Srebro”)
 - złoto („Złoto”)
 - Communication of the Year
 - Design of the Year
 - Technology of the Year
 - Craft of the Year
 - Entertainment of the Year
 - Engagement of the Year
 - Culture of the Year
 - For Good of the year / Biały Miecz
 - Long term of the years
- 9.2. Każda Grupa Jurorska może przyznać Nagrody maksymalnie 15 proc. Zgłoszeń w obrębie swojej Grupy oraz przyznać Nominacje maksymalnie 30 proc. Zgłoszeń w obrębie swojej Grupy. Zarząd KTR ma prawo podjąć decyzję o zmianie wyżej zdefiniowanych przedziałów procentowych.
- 9.3. Jury zastrzega sobie prawo do nieprzyznawania Nagród w obrębie swojej Grupy i/lub do przyznania nagród ex aequo.
- 9.4. O nagrodę Communication/Engagement/ Design/Technology/Craft/Entertainment/For good of The Year mogą ubiegać się jedynie Zgłoszenia, które w swoich Kategoriach otrzymały Złoto. O nagrodę Culture of the year mogą ubiegać się jedynie prace nagrodzone w kategoriach lub podkategoriach culture w ramach: Entertainment Design, Technology, Craft: Fotografia, Ilustracja, Audio i Video.

- 9.5. O nagrodę Long term of The Years mogą ubiegać się jedynie Zgłoszenia, które w Kategoriach Communication / Integrated Campaigns / Long term Communications, Creative Strategy / Strategia Long Term oraz For Good / Long Term otrzymały Złoto. Jury ma prawo nie przyznać nagrody Long Term of The Years
- 9.6. W przypadku, gdy w danej Kategorii żadne ze Zgłoszeń nie otrzyma Złota, wówczas Zarząd KTR ma prawo przedstawić do nagrody Communication /Engagement / Design / Technology / Craft /Entertainment/ For Good / Culture / Long term of The Year Zgłoszenia, które otrzymały Srebro lub Brąz.
- 9.7. O nagrodę Communication of the Year mogą ubiegać się jedynie Zgłoszenia, które otrzymały Złoto w Kategorii Communication lub Creative Strategy (komercyjne).
- 9.8. Z głosowania na Communication of the Year wyłączone są prace nagrodzone w Communication i Creative Strategy (społeczne).
- 9.9. O nagrodę For Good of The Year – Biały Miecz mogą ubiegać się jedynie prace nagrodzone złotem w kategorii For Good oraz w kategoriach Communication (społeczne), Creative Strategy (społeczne) i Engagement (społeczne) . Mogą to być kampanie społeczne oraz kampanie dla klientów komercyjnych, które wykorzystują kreatywność do zmiany kultury, wprowadzania zmian i pozytywnego wpływu na otoczenie.
- 9.9. O nagrodę Culture of The Year - mogą ubiegać się jedynie prace nagrodzone złotem w kategoriach / podkategoriach Culture w ramach Entertainment, Design, Technology, Craft Fotografia, Ilustracja, Audio Video zrealizowane dla twórców lub instytucji kultury.
- 9.10. Ogłoszenie Prac Nagrodzonych odbędzie się podczas Gali Konkursu KTR 2026. Organizator zastrzega sobie możliwość organizacji Gali Konkursu KTR 2026 w formie zdalnej, tj. za pomocą środków porozumiewania się na odległość.

10.RANKINGI

- 10.1. W ramach Konkursu mogą powstać następujące rankingi:
- a) Agencja Komunikacyjna Roku;
 - b) Studio Projektowe Roku;
 - c) Dom Produkcyjny Roku;
 - d) Studio Postprodukcyjne Roku;
 - e) Reklamodawca Roku.
- 10.2. Nagrody specjalne przyznawane są na podstawie liczby otrzymanych punktów w rankingach dla Prac Nagrodzonych i Nominacji, według niżej przedstawionych tytułów i przeliczników.
- 10.3. Ta sama Praca nominowana lub nagrodzona w kilku Kategoriach lub w kilku podkategoriach otrzymuje pełną punktację tylko za jedną nominację lub nagrodę (najwyższą punktowaną), za pozostałe nominacje lub nagrody otrzymuje połowę punktacji.**
- 10.4. Agencja Komunikacyjna Roku**
- a) Do punktacji liczą się tylko te Prace, w których agencja była Podmiotem Zgłaszającym. Prace, w których agencja była Współzgłaszającym, nie są wliczane do punktacji na Agencję Komunikacyjną Roku.

- b) W punktacji do Agencji Komunikacyjnej Roku będą uwzględniane wyłącznie podmioty, które otrzymały co najmniej jedną nominację w Kategorii Communication lub Engagement

Punktacja obliczona jest w następujący sposób:

W Kategoriach Communication, Design, Technology, Entertainment, Engagement, For Good

	Nominacja	Brąz	Srebro	Złoto	Communication/Design/Technology/Entertainment / Engagement / For Good / Long Term of The Year
Podmiot Zgłaszający	1	5	10	15	25
Współzgłaszający	0	0	0	0	0

W kategoriach Craft

	Nominacja	Brąz	Srebro	Złoto	Craft / Culture of The Year
Podmiot Zgłaszający	0,5	2,5	5	7,5	12,5
Współzgłaszający	0	0	0	0	0

10.5. Studio Projektowe Roku

- a) Do punktacji liczą się tylko te prace, w których Studio Projektowe było Podmiotem Zgłaszającym. Prace, w których Studio Projektowe było Współzgłaszającym, nie są wliczane do punktacji na Studio Projektowe Roku.
- b) Punktacja obliczona jest w następujący sposób:

W Kategorii Design

	Nominacja	Brąz	Srebro	Złoto	Design / Culture of The Year
Podmiot Zgłaszający	1	5	10	15	25
Współzgłaszający	0	0	0	0	0

10.6.

Dom Produkcyjny Roku

- a) Do punktacji liczą się tylko te Prace, w których dom produkcyjny był Podmiotem Zgłaszającym. Prace, w których dom produkcyjny był Współzgłaszającym, nie są wliczane do punktacji na Dom Produkcyjny Roku.

- b) Punkty z kategorii Communication / Video otrzymają wyłącznie te Prace, które otrzymały również co najmniej nominację w kategorii Craft Audio/Video.
- c) Punkty w kategorii Entertainment / Culture / Music Videos otrzymają wyłącznie te Prace, które otrzymały również co najmniej nominację w kategorii Craft Audio/Video.
- d) Punktacja obliczona jest w następujący sposób:

W Kategorii Craft Audio/Video:

	Nominacja	Brąz	Srebro	Złoto	Craft / Culture of The Year
Podmiot Zgłaszający	1	5	10	15	25
Współzgłaszający	0	0	0	0	0

W Kategorii Communication / Video, Entertainment / Culture / Music Videos

	Nominacja	Brąz	Srebro	Złoto	Communication/ Entertainment of The Year
Podmiot Zgłaszający	0,5	2,5	5	7,5	12,5
Współzgłaszający	0	0	0	0	0

10.7. Studio Postprodukcyjne Roku

- a) Do punktacji liczą się tylko te Prace, w których studio postprodukcyjne było Podmiotem Zgłaszającym. Prace, w których studio postprodukcyjne było Współzgłaszającym, nie są wliczane do punktacji na Studio Postprodukcyjne Roku.
- b) Punkty z Kategorii Communication / Video otrzymają wyłącznie te prace, które otrzymały również co najmniej nominację w Kategorii Craft Audio/Video.
- c) Punkty w kategorii Entertainment / Culture / Music Videos otrzymają wyłącznie te Prace, które otrzymały również co najmniej nominację w kategorii Craft Audio/Video.
- d) Punktacja obliczona jest w następujący sposób:

W Kategorii Craft Audio/Video oraz Design/Digital & Motion/ Animation, Motion:

	Nominacja	Brąz	Srebro	Złoto	Craft / Culture of The Year
Podmiot Zgłaszający	1	5	10	15	25
Współzgłaszający	0	0	0	0	0

W Kategorii Communication / Video, Entertainment / Culture / Music Videos

	Nominacja	Brąz	Srebro	Złoto	Communication/ Entertainment of The Year
--	-----------	------	--------	-------	---

Podmiot Zgłaszający	0,5	2,5	5	7,5	12,5
Współzgłaszający	0	0	0	0	0

10.8. Reklamodawca Roku

- a) Do punktacji liczą się tylko te Prace, w których reklamodawca był wymieniony w polu formularza "klient" lub zostały zgłoszone samodzielnie przez reklamodawcę
- b) W przypadku gdy do jednej Pracy byli wypisanych dwóch reklamodawców, pełne punkty otrzymuje każdy z wymienionych reklamodawców
- c) Do nagrody reklamodawcy roku nie są wliczane nagrody zdobyte w kategorii Communication społeczne oraz Creative Strategy społeczne
- d) Punktacja obliczona jest w następujący sposób:

W Kategoriach Communication Creative Strategy, Engagement, Design, Technology, Entertainment, For Good

	Nominacja	Brąz	Srebro	Złoto	Communication/Design/Technology/ Entertainment /Engagement / For Good /Long Term of The Year
Klient, marka	1	5	10	15	25

W kategoriach Craft

	Nominacja	Brąz	Srebro	Złoto	Craft / Culture of The Year
Klient, marka	0,5	2,5	5	7,5	12,5

10.9. Ranking Marketing Masters

Prace nominowane oraz nagrodzone w konkursie KTR (wraz z pracami nominowanymi i nagrodzonymi w konkurach Effie oraz Innovation Awards) biorą udział w rankingu Marketing Master by SAR – corocznym rankingu firm (reklamodawców) organizowanym przez Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR.

Organizator zastrzega sobie możliwość niestworzenia rankingu.

Organizator zastrzega sobie możliwość stworzenia rankingu Grup.

Ogłoszenie Prac Nagrodzonych odbędzie się podczas Gali Konkursu KTR 2026.

REKLAMACJE

Wszelkie reklamacje dotyczące sposobu przeprowadzenia Konkursu mogą być zgłaszane za pośrednictwem e-maila na adres KTR@sar.org.pl do 01.10.2026

Reklamacja powinna zawierać: imię, nazwisko oraz adres e-mail składającego reklamację, jak również wskazywać powód/powody reklamacji oraz ich dokładny opis.

Jeżeli podane w reklamacji dane lub informacje wymagają uzupełnienia, przed rozpatrzeniem reklamacji Organizator zwróci się do składającego reklamację o ich uzupełnienie we wskazanym zakresie.

Reklamacje rozpatrywane będą w ciągu 14 dni od dnia ich otrzymania, a w przypadku określonym w punkcie powyżej, od momentu otrzymania właściwego uzupełnienia. O rozpatrzeniu i wyniku rozpatrzenia reklamacji składający reklamację zostanie powiadomiony e-mailowo na wskazany w reklamacji adres.

Werdykt Jury w zakresie wyboru Nagrodzonych Prac nie podlega reklamacji. Reklamacje w tym zakresie Organizator pozostawia bez rozpoznania.

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

Administratorem danych osobowych w rozumieniu Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE („RODO”), które są przetwarzane w ramach Konkursu (dalej: „Dane”) jest Organizator. Szczegóły dotyczące przetwarzania Danych przez Organizatora w ramach Konkursu określa Polityka Prywatności Platformy.

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 oraz jego Załączników i obowiązujące przepisy prawa.

Naruszenie przez Podmiot zgłaszający któregokolwiek z postanowień Regulaminu uprawnia Organizatora do podjęcia decyzji odrzuceniu Zgłoszenia oraz o wykluczeniu Pracy z Konkursu i/lub utracie przez ten Podmiot zgłaszający prawa do Nagrody i Nominacji.

W zakresie dozwolonym przez przepisy prawa Organizator zastrzega sobie prawo do zmian Regulaminu, przy czym zmiany te nie będą naruszały praw nabytych podmiotów biorących udział w Konkursie. O zmianach Organizator poinformuje na stronie internetowej Konkursu.

Załącznik Nr 1 do Regulaminu Konkursu KTR 2026

Wymagania techniczne Prac Konkursowych

1. Materiały Kreatywne do Prac zgłaszanych we wszystkich kategoriach konkursowych należy przygotować wg opisanej poniżej specyfikacji i wgrać na Platformę.
2. Dopuszczalna liczba plików do wgrania na Platformę wynosi od 1 do 10 spośród niżej wymienionych.
3. **Materiały filmowe:**
 - a. Waga jednego pliku nie może przekroczyć 500MB
 - b. Rekomendowana specyfikacja do przygotowania materiałów filmowych
 - c. Format: Preferowane mp4
 - d. Dopuszczalna jest kompresja w trybie VBR oraz CBR
 - e. Video: Resolution: minimum 720x576 lub 1024x576
 - f. Audio: Stereo, 16bit, 48kHz Bitrate: 224 kbps
4. **Materiały audio** - MP3 (bitrate 320kbps)
5. **Materiały graficzne** - Pliki w formacie JPG w rozdzielczości 300 dpi lub 72 dpi i przestrzeni barw RGB, dłuższy bok 297 mm.
6. **Linki URL** - Linki należy umieścić w wyznaczonym polu w formularzu zgłoszeniowym. Uwaga! Linki muszą być jednym z elementów zgłaszanego projektu np. strona www lub inne materiały, które powinny być ocenione przez Jury. W linkach nie można zamieszczać stron do portfolio projektu, dodatkowych Materiałów Kreatywnych itp.
7. **Audio-wizualna prezentacja idei (Case Study)** - przygotowana wg specyfikacji dla materiałów filmowych, **max. 2 minuty**.
8. **Uwaga!** W przypadku zgłaszania dłuższych form (powyżej 6 minut) np. branded content prosimy o przygotowania skrótu / streszczenia maks do 2 minut
9. **Prezentacja kampanii w formacie PDF** - maksymalnie 10 slajdów, dopuszczalna forma wyłącznie dla kategorii Creative Strategy w Communication oraz w Craft Video -> Production i Post Production
10. 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 do dnia 24.04.2026
 - a. Przedmioty przesłane na potrzeby obrad Jury mogą zostać odebrane przez Podmiot Zgłaszający w terminie do 1,5 miesiąca od dnia zakończenia ostatnich obrad Jury. Odbiór możliwy jest osobiście w siedzibie Organizatora od poniedziałku do piątku w godzinach 9:00–17:00, po uprzednim umówieniu terminu, rekomendowanym drogą mailową.
 - b. W przypadku odbioru przesyłki przez firmę kurierską, Podmiot Zgłaszający organizuje odbiór na własny koszt oraz przekazuje Organizatorowi etykietę nadawczą, po uprzednim uzgodnieniu z Organizatorem terminu odbioru przez kuriera.

- c. Po upływie wskazanego terminu Organizator nie gwarantuje możliwości zwrotu przesłanych przedmiotów, a Podmiot Zgłaszający przyjmuje do wiadomości, że przedmioty mogą zostać zutylizowane przez Organizatora.
11. W przypadku, gdy jedno zgłoszenie zawiera kilka plików będących serią prac, Jury będzie oceniało je jako całość, bez możliwości wyłączenia żadnego z plików.

Załącznik Nr 2 do Regulaminu Konkursu KTR 2026

Obrady Jury

Niniejszy Załącznik określa sposób oraz zasady prowadzenia obrad i głosowania Jurorów w Konkursie oraz zasady wyłaniania laureatów Konkursu.

I. Etap 1

1. Juror ma prawo zgłoszenia protestu, używając w tym celu przycisku „Protest” w związku z zauważonymi uchybieniami. W takim przypadku Organizator otrzymuje automatycznie oficjalne zgłoszenie protestu i weryfikuje dane oprotestowanej Pracy. W przypadku otrzymania wyjaśnień na zgłoszony protest Organizator przesyła wyjaśnienia do wszystkich Jurorów danej Kategorii/Grupy Jurorskiej. Juror może przyjąć lub odrzucić wyjaśnienie, wyrażając to poprzez swoją ocenę Pracy.
2. Uczestnik, którego Pracy dotyczy protest ma możliwość udzielenia odpowiedzi w ciągu 48 godzin od momentu otrzymania wiadomości od Organizatora drogą mailową. W przypadku nieudzielenia odpowiedzi w ww. terminie, Organizator nie ma obowiązku jej przekazania Jurorom.
3. Juror może poprosić o dodatkowe informacje od Podmiotu Zgłaszającego za pośrednictwem Organizatora, używając w tym celu funkcji „Pytanie do Zgłaszającego”. Podmiot Zgłaszający ma 24 godziny na przesłanie odpowiedzi, które Organizator udostępni wszystkim Jurorom danej Kategorii/Grupy Jurorskiej. W przypadku uchybienia terminowi odpowiedź wskazana w zdaniu poprzednim będzie pominięta i nie zostanie udostępniona Jurorom.
4. Juror może wymienić się uwagami/ opinią / komentarzem z innymi Jurorami, używając w tym celu funkcji „Komentarz”. Komentarze nie są przekazywane Podmiotom Zgłaszającym i pozostają do wyłącznej wiadomości Jury.
5. Ocena Prac przez Jurora na Etapie I odbywa się według 6-stopniowej skali do głosowania.
6. Po upływie dnia wyznaczonego jako ostatni dzień Etapu I możliwość głosowania na Platformie zostaje zablokowana.
7. Po zakończeniu Etapu I Organizator i/lub Audytor podsumuje liczbę głosów. Prace zakwalifikowane na Shortlistę to te, które uzyskały średnią głosów co najmniej 3.0. Organizator w porozumieniu z Przewodniczącym Grupy ma możliwość zmiany progu.
8. Każdy z członków Jury podczas Etapu II może wskazać maksymalnie dwie Prace spośród tych, które nie znalazły się na Shortliście, do dyskusji w Etapie II.
9. Organizator jest uprawniony do pozbawienia Jurora prawa uczestnictwa w Etapie II, w przypadku gdy Juror w Etapie I nie oceni/nie odda głosu na Prace zgłoszone do Konkursu w Kategoriach/Grupach Jurorskich, do których został przypisany, w terminie wskazanym przez Organizatora.

II. Etap 2

1. W ramach Etapu II Jurorzy:

- a. dokonują przeglądu Prac z Shortlisty, w tym prac wskazanych przez Jurorów w trybie wskazanym w pkt 1 pkt 8 powyżej - każda Praca z Shortlisty może być zaprezentowana podczas Obrad. Prezentacje Prac odbywają się w ramach poszczególnych Kategorii/Grup Jurorskich;
 - b. dyskutują / głosują na temat każdej Prac z Shortlisty i bezwzględną większością głosów decydują o zakwalifikowaniu Prac na listę Nominacji (dalej: „Lista Nominowanych”).
2. W przypadku wątpliwości Jurorzy mogą zapoznać się z pytaniami / protestami, zgłoszonymi w trakcie Etapu I.
3. W celu wyboru Prac do Nagród zgodnie z Regulaminem Konkursu KTR 2026 każda z Prac znajdujących się na Liście Nominowanych poddana zostaje głosowaniu Jury w celu przyznania nagrody. Wybór dokonuje się bezwzględną większością głosów.
4. Głosowanie odbywa się w następującej kolejności:
 - a. każda z Prac znajdujących się na Liście Nominowanych zostaje poddana głosowaniu na „brąz”;
 - b. jeśli Pracy został przydzielony „brąz”, Praca ta podlega kolejnemu głosowaniu na „srebro”;
 - c. jeśli Pracy zostało przydzielone „srebro”, Praca ta podlega kolejnemu głosowaniu na „złoto”.
5. Rozdzielanie Prac zgłoszonych łącznie jest niemożliwe.
6. Członkowie Jury nie mogą wyjawiać osobom trzecim przebiegu głosowania, a samych wyników do czasu ich ogłoszenia przez Organizatora.
7. Po zakończeniu obrad we wszystkich Kategoriach/Grupach Jurorskich Jury w składzie: Przewodniczący Grupy poszczególnych grup jurorskich oraz Zarząd KTR dokonują wyboru Prac, którym zostaną przyznane „Nagrody of the Year” (dalej: „Nagrody of the Year”), tj.: Communication of the Year, Engagement of The Year, Design of the Year, Craft of the Year, Technology of the Year, Entertainment of the Year, For Good of the Year, Culture of The Year w drodze głosowania bezwzględną większością głosów. Wyżej wymienione nagrody muszą być wskazane przez jury
8. Nagroda Long Term of The Years może być wskazana jako dodatkowa nagroda w Konkursie KTR pod warunkiem uzyskania większości bezwzględnej w głosowaniu za wręczeniem tej nagrody
9. Po zakończeniu Obrad Jury sporządzony zostaje protokół z wynikami głosowań do akceptacji przez Przewodniczących Grup, Audytora oraz Organizatora.
10. Oceny Jury są poufne, nie podlegają dyskusji i nie mogą być przedmiotem reklamacji. Jury nie ma obowiązku uzasadniania swoich wyborów i ocen.