



REGULAMIN KONKURSU YOUNG CREATIVES CANNES 2025

POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Celem konkursu YOUNG CREATIVES („**Konkurs**”) jest wyłonienie najzdolniejszych młodych zespołów, pracujących w szeroko rozumianej komunikacji marketingowej oraz propagowanie standardów, jakie powinni spełniać młodzi ludzie pracujący w tej branży.
2. Organizatorem Konkursu 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: 00000177032, NIP: 526-23-97-001, REGON: 016102001 (dalej: „**Organizator**”).
3. Regulamin udostępniony jest do wglądu na stronie internetowej Organizatora pod adresem: www.ktr.org.pl
4. W Konkursie przewidziano następujące kategorie konkursowe (dalej: „**Kategorie**”):
 - a) **PRINT,**
 - b) **DIGITAL,**
 - c) **FILM,**
 - d) **DESIGN,**
 - e) **PR,**
 - f) **CLIENTS.**
 - g) **MEDIA**

UCZESTNICY

5. Uczestnikami Konkursu mogą być dwuosobowe zespoły złożone z osób fizycznych („**Zespoły**”), które spełniają wszystkie warunki określone w Regulaminie („**Uczestnicy**”).
6. Każdy z członków Zespołu musi spełniać wszystkie warunki przewidziane dla Uczestnika.
7. Uczestnik, w chwili dokonywania Zgłoszenia do Konkursu musi spełniać łącznie, następujące warunki:
 - a. Jest osobą pełnoletnią, urodzoną po **16 czerwca 1994 roku**.
 - b. Posiada pełną zdolność do czynności prawnych
 - c. Spełnia kryteria niezbędne do wzięcia udziału w danej Kategorii określone w pkt. 8 Regulaminu.
8. Udział w Konkursie mogą zgłaszać, odpowiednio w każdej Kategorii:
 - a) **Kategoria PRINT:** dwuosobowe Zespoły złożone z osób spełniających ogólne warunki uczestnictwa w Konkursie, które są zatrudnione w podmiocie świadczącym usługi reklamowe bez względu na podstawę prawną (umowa o pracę, umowa cywilnoprawna) lub same świadczą usługi reklamowe.
 - b) **Kategoria DIGITAL:** dwuosobowe Zespoły złożone z osób spełniających ogólne warunki uczestnictwa w Konkursie, które są zatrudnione w podmiocie świadczącym usługi reklamowe bez względu na podstawę prawną (umowa o pracę, umowa cywilnoprawna) lub same świadczą usługi reklamowe.
 - c) **Kategoria FILM:** dwuosobowe Zespoły złożone z osób spełniających ogólne warunki uczestnictwa w Konkursie, które są zatrudnione w podmiocie świadczącym usługi reklamowe, bez względu na podstawę prawną (umowa o pracę, umowa cywilnoprawna) lub same świadczą usługi reklamowe.
 - d) **Kategoria DESIGN:** dwuosobowe Zespoły złożone z osób spełniających ogólne warunki uczestnictwa w Konkursie, które są zatrudnione w podmiocie świadczącym usługi reklamowe, bez względu na podstawę prawną (umowa o pracę, umowa cywilnoprawna) lub same świadczą usługi reklamowe.
 - e) **Kategoria PR:** dwuosobowe Zespoły złożone z osób spełniających ogólne warunki uczestnictwa w Konkursie, które są zatrudnione w podmiocie świadczącym usługi PR, lub są pracownikami działu PR / Influencer marketingu w podmiocie świadczącym usługi reklamowe bez względu na podstawę prawną (umowa o pracę, umowa cywilnoprawna).
 - f) **Kategoria CLIENTS:** dwuosobowe Zespoły złożone z osób spełniających ogólne warunki uczestnictwa w Konkursie, które ponadto zatrudnione są w podmiotach,

na rzecz których świadczą usługi reklamowe („**Klienci**”) na podstawie umowy o pracę określonej w Kodeksie pracy.

- g) **Kategoria MEDIA:** dwuosobowe Zespoły złożone z osób spełniających ogólne warunki uczestnictwa w Konkursie, które ponadto są pracownikami domu mediowego lub działu mediowego agencji reklamowej. Uczestnicy pracujący w dziale mediowym agencji reklamowej muszą zajmować stanowiska mediowe.
9. W Konkursie nie mogą uczestniczyć pracownicy Organizatora zatrudnieni na podstawie umów określonych w Kodeksie pracy, a także na podstawie umów cywilnoprawnych stale współpracujący z Organizatorem w sprawach związanych z działalnością Organizatora, w tym przygotowaniem Konkursu.
10. Uczestnikami nie mogą być także członkowie rodzin osób wymienionych w pkt. 9. Przez członków rodziny rozumie się wstępnych, zstępnych, rodzeństwo, małżonków oraz wstępnych, zstępnych i rodzeństwo małżonków.
11. Warunkiem uczestnictwa w Konkursie jest przesłanie prawidłowo wypełnionego zgłoszenia („**Zgłoszenie**”) na platformie konkursowej pod adresem: www.konkursy.sar.org.pl w terminie do 10.02.2025 roku.
12. Członkowie Jury Konkursu (dalej: „**Jury**”) są powoływani przez Organizatora spośród doświadczonych pracowników branży komunikacji marketingowej, cieszących się uznaniem branży ze względu na ich dorobek w dziedzinie komunikacji marketingowej. Organizator dokłada wszelkich starań, aby skład Jury był zrównoważony co do przedstawicielek/przedstawicieli nie tylko różnych agencji, organizacji czy firm, ale także różnych płci.

ZGŁOSZENIA DO KONKURSU

13. Zgłoszenia do Konkursu może dokonać wyłącznie podmiot zgłaszający („**Podmiot Zgłaszający**”). Podmiotem Zgłaszającym może być:
- a) podmiot, w którym zatrudnieni są Uczestnicy lub z którymi Uczestnicy współpracują
- b) Uczestnicy działający samodzielnie w swoim imieniu.
14. Zgłoszenie w Kategorii DIGITAL, PR, CLIENTS, PRINT, FILM, MEDIA lub DESIGN musi składać się z:
- a. Prawidłowo wypełnionego Formularza („**Formularz Zgłoszeniowy**”) dostępnego na stronie: www.konkursy.sar.org.pl. Prawidłowe wypełnienie Formularza Zgłoszeniowego polega na wypełnieniu wszystkich jego pól (chyba, że zostały oznaczone jako nieobowiązkowe), w tym oświadczenia Uczestników oraz

przedstawicieli Podmiotu Zgłaszającego, że zapoznali się z niniejszym Regulaminem i akceptują wszystkie jego postanowienia, jak również oświadczenia, że wyrażają zgodę na przetwarzanie ich danych osobowych w celach niezbędnych dla przeprowadzenia Konkursu.

- b. Wgrania na platformę zgłoszeniową kopii potwierdzenia dokonania opłaty zgłoszeniowej w wysokości 1400 zł netto + 23% VAT, dokonanej przez Podmiot Zgłaszający przelewem na następujący rachunek bankowy:

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR

Bank Zachodni WBK, nr rachunku: 27 1090 1056 0000 0000 0602 5684,

z dopiskiem „ Young Creatives + nazwa kategorii”,

przy czym w poleceniu przelewu należy zamieścić co najmniej nazwę Podmiotu Zgłaszającego oraz imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej za Zgłoszenie.

- 15. Uczestnikom dokonującym Zgłoszenia w swoim imieniu (tj. będącym jednocześnie Podmiotem Zgłaszającym) przysługuje zmniejszenie opłaty zgłoszeniowej przez Organizatora Konkursu Young Creatives Cannes o 350 zł netto/ os.**
- 16. Podmiotom Zgłaszającym dokonującym zgłoszenia Uczestnika, który nie brał udziału w poprzednich edycjach konkursów Young Creatives (tj. Young Creatives Cannes, Young Creatives Eurobest, Young Creatives Open) przysługuje zmniejszenie opłaty zgłoszeniowej przez Organizatora o 350 zł netto/ os.**
- 17. Podmiotom Zgłaszającym dokonującym zgłoszenia więcej niż trzech zespołów przysługuje zniżka na każde zgłoszenie w wysokości 200 zł netto/zespół.**
18. Podmioty Zgłaszające mają obowiązek dopełniać we własnym zakresie obieg dokumentów potrzebny do uiszczenia płatności przewidzianej za Zgłoszenia. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za niedopełnienie przez Podmioty Zgłaszające wszelkich formalności (purchase order). Jednoznacznym zamówieniem udziału w Konkursie dla Organizatora jest wysłanie Zgłoszenia poprzez platformę konkursową. W związku z powyższym na Formularzach Zgłoszeniowych wymagana jest akceptacja: osoby (lub osób) odpowiedzialnej za zgłoszenie z Podmiotu Zgłaszającego (lub Podmiotów Zgłaszających), oraz osoby (lub osób) odpowiedzialnej z Podmiotu Zgłaszającego (lub Podmiotów Zgłaszających) za kwestie finansowe związane z pokryciem kosztów dotyczących realizacji nagrody, bez którego udział laureatów Konkursu w festiwalu Cannes Lions 2025 nie będzie możliwy.
19. Podmiot Zgłaszający oraz Uczestnicy poprzez akceptację Regulaminu na Formularzu Zgłoszeniowym wyrażają zgodę na wykorzystanie przez Organizatora

imion, nazwisk, wizerunku, danych biograficznych i innych informacji dotyczących Uczestnika w związku z informowaniem o Konkursie oraz jego promocją niezależnie od nośnika oraz medium. Za promocje Konkursu uważa się w szczególności tworzenie trailerów, filmów, albumów fotograficznych, katalogów, relacji z Konkursu na portalach internetowych, w tym na portalach społecznościowych, a także utrwalenie i rozpowszechnianie wizerunku w tych mediach.

PREELIMINACJE DLA KATEGORII MEDIA lub PR

20. W przypadku, gdy do kategorii MEDIA lub PR zostanie zgłoszonych więcej niż 20 Zespołów, Organizator zastrzega sobie prawo przeprowadzenia preeliminacji do kolejnego etapu Konkursu, którym są Eliminacje (dalej „**Preeliminacje**”).
21. Informację o konieczności przeprowadzenia Preeliminacji Organizator przekaze Uczestnikom następnego dnia po terminie zamknięcia Zgłoszeń.
22. Preeliminacje polegają na wyborze Zespołów, którzy wezmą udział w Eliminacjach, spośród osób, które dokonały prawidłowego Zgłoszenia, w oparciu o kryteria opisane poniżej.
23. Preeliminacje odbędą się w terminie i w miejscu wskazanym przez Organizatora i polegać będą na przygotowaniu pracy preeliminacyjnej (dalej: „**Praca Preeliminacyjna**”). Spośród Prac Preeliminacyjnych sporządzonych zgodnie z Regulaminem Jury wybierze 20 najlepszych Prac Preliminacyjnych, a Zespoły, które je wykonały, wezmą udział w Eliminacjach.
24. Praca Preeliminacyjna polegać będzie na stworzeniu pracy odpowiadającej na brief przygotowany przez Organizatora. Termin oddania Prac Preeliminacyjnych mija po upływie czasu wskazanego osobno dla każdej kategorii w punkcie 30 niniejszego Regulaminu, liczonego od chwili przedstawienia Uczestnikom briefu. Oddanie Prac Preeliminacyjnych następuje poprzez ich dostarczenie Organizatorowi w terminie w formie wskazanej indywidualnie dla każdej kategorii w punkcie 30 Regulaminu.
25. Najlepsze Prace Preeliminacyjne wybierane są przez Jury w oparciu o kryteria, jakimi są kreatywność Pracy Preeliminacyjnej oraz stopień dostosowania przekazu Pracy Preliminacyjnej do założeń przedstawionych Uczestnikom w briefie do Preeliminacji przygotowanym przez Organizatora.

26. Ogłoszenie wyników Preeliminacji odbędzie się zgodnie z informacją Organizatora na profilu Klubu Twórców Reklamy KTR na portalu społecznościowym Facebook (<https://www.facebook.com/KlubTworcowReklamyKTR>) oraz w witrynie internetowej Klubu Twórców Reklamy pod adresem: www.ktr.org.pl.
27. Preeliminacje w kategorii DIGITAL odbywają się podczas głosowania online przez skład Jury. Najlepsze 20 zespołów zostanie zaproszone na drugi etap obrad tj. Prezentacje zespołów przed składem jurorskim.

ELIMINACJE

28. Eliminacje odbędą się w terminach i w miejscach wskazanych przez Organizatora, o których zakwalifikowane Zespoły zostaną poinformowane z co najmniej 7-dniowym wyprzedzeniem za pośrednictwem poczty e-mail. Informacje będą dostępne również na stronie www.ktr.org.pl
29. Niestawienie się na Eliminacjach, w czasie i miejscu wskazanym uprzednio przez Organizatora, upoważnia Organizatora do wykluczenia Uczestnika z Konkursu.
30. W ramach Eliminacji o wyznaczonej uprzednio przez Organizatora godzinie odbędzie się briefing, w trakcie którego Uczestnikom każdej z Kategorii przedstawione zostaną briefy kreatywne („**Briefy**”) przygotowane przez partnerów Konkursu („**Partnerzy**”).
31. Bezpośrednio po otrzymaniu Briefów Uczestnicy przystąpią do przygotowywania prac eliminacyjnych („**Prace Eliminacyjne**”) w odpowiedzi na Brief przedstawiony w danej Kategorii. Prace Eliminacyjne muszą być przygotowane według założeń opisanych w Briefach, zgodnie z następującymi wymogami:
 - a. **Kategoria PRINT:** Praca Eliminacyjna polega na opracowaniu layout'u reklamy drukowanej **w formacie B3** – jedna linia kreatywna. Praca Eliminacyjna musi być przygotowana w polskiej lub angielskiej wersji językowej. Termin oddania Pracy Eliminacyjnej mija po upływie 24 godzin od momentu otrzymania Briefu.
 - b. **Kategoria DIGITAL:** Praca Eliminacyjna polega na opracowaniu projektu kampanii zintegrowanej z Social Mediach w formie prezentacji PDF (prezentacja projektu z elementami wizualnymi, maksimum 10 slajdów). Termin oddania Pracy Eliminacyjnej mija po upływie 24 godzin od momentu otrzymania Briefu. Praca Eliminacyjna musi również obejmować przygotowanie i przedstawienie w wyznaczonym przez Organizatora terminie trwającej nie dłużej niż 15 minut (10 min na prezentację Uczestników + 5 min na pytania od Jurorów) prezentacji projektu strategii działań PR (maksimum 10 slajdów) przed Jury.

- c. **Kategoria FILM:** Praca Eliminacyjna polega na nakręceniu filmu do 60 sekund, wykonanego z użyciem dowolnego sprzętu. Termin oddania Pracy Eliminacyjnej mija po upływie 48 godzin od momentu otrzymania Briefu.
 - d. **Kategoria DESIGN:** Praca Eliminacyjna polega na opracowaniu znaku graficznego, identyfikacji wizualnej, logotypu produktu lub opakowania lub innego projektu lub wzoru graficznego w formie prezentacji w formacie PDF (maksimum 10 slajdów). Termin oddania Pracy Eliminacyjnej mija po upływie 24 godzin od momentu otrzymania Briefu.
 - e. **Kategoria PR:** Praca Eliminacyjna polega na opracowaniu projektu strategii działań PR w formacie PDF (prezentacja projektu z elementami wizualnymi). Praca Eliminacyjna musi być przygotowana w polskiej wersji językowej. Praca Eliminacyjna musi również obejmować przygotowanie i przedstawienie w wyznaczonym przez Organizatora terminie trwającej nie dłużej niż 15 minut (10 min na prezentację Uczestników + 5 min na pytania od Jurorów) prezentacji projektu strategii działań PR (maksimum 10 slajdów) przed Jury. Termin oddania Pracy Eliminacyjnej mija po upływie 24 godzin od momentu otrzymania Briefu.
 - f. **Kategoria CLIENTS:** Praca Eliminacyjna polega na opracowaniu Briefu, nie dłuższego niż 2 strony A4 zadrukowane czcionką Times New Roman rozmiar 12, oraz dostarczeniu Organizatorowi w formie plików z rozszerzeniem PDF (prezentacja projektu z elementami wizualnymi). Praca Eliminacyjna musi również obejmować przygotowanie i przedstawienie w wyznaczonym przez Organizatora terminie trwającej nie dłużej niż 15 minut (10 min na prezentację Uczestników + 5 min na pytania od Jurorów), (maksimum 10 slajdów) przed Jury, w języku polskim. Termin oddania Pracy Eliminacyjnej mija po upływie 48 godzin od momentu otrzymania Briefu.
 - g. **Kategoria MEDIA:** Praca Eliminacyjna polega na opracowaniu projektu strategii działań mediowych w formacie PDF (prezentacja projektu z elementami wizualnymi, maksimum 10 slajdów). Praca Eliminacyjna musi również obejmować przygotowanie i przedstawienie w wyznaczonym przez Organizatora terminie trwającej nie dłużej niż 15 minut (10 min na prezentację Uczestników + 5 min na pytania od Jurorów) prezentacji projektu strategii działań mediowych (maksimum 10 slajdów) przed Jury. Termin oddania Pracy Eliminacyjnej mija po upływie 24 godzin od momentu otrzymania Briefu.
32. W przypadku dużej liczby Uczestników w danej kategorii, Organizator ma prawo skrócić czasy prezentacji o których mowa w punkcie 30 lit. b, e.-g. powyżej do 10 minut (5 min na prezentację Uczestników + 5 min na pytania od Jurorów).

33. Każdy Zespół przygotowuje maksymalnie 1 (jedną) Pracę Eliminacyjną. W przypadku oddania przez Uczestnika więcej niż jednej Pracy Eliminacyjnej, Organizator weźmie pod uwagę jedynie Pracę Eliminacyjną oddaną jako pierwszą.
34. Zespoły przygotowują Pracę Eliminacyjną działając samodzielnie i indywidualnie. Przygotowując Pracę Eliminacyjną Uczestnicy kategorii DESIGN, PRINT, MEDIA, DIGITAL, PR, CLIENTS, FILM pracują na dowolnym sprzęcie w dowolnym miejscu. Organizator zastrzega sobie prawo do weryfikacji samodzielnej pracy Uczestników.
35. Spośród Prac Eliminacyjnych wykonanych i dostarczonych zgodnie z Regulaminem, Jury Konkursu w każdej z Kategorii wybierze Zespół, który w ocenie Jury wykonał najlepszą Pracę Eliminacyjną („Praca Nagrodzona”), a Zespół, który ją wykonał, otrzyma tytuł laureata Konkursu („Laureat”).
36. Ze względu na wymogi Festiwalu Cannes Lions niemożliwa jest sytuacja, w której wygrywają Zespoły, w których co najmniej jeden z Uczestników miałby zostać Laureatem w więcej niż jednej Kategorii. Ewentualne konflikty w tym zakresie rozwiązuje specjalnie do tego wyznaczone Jury Konkursu.
37. Ogłoszenie Laureatów Kategorii przez Jury odbędzie się na Gali Young Creatives w kwietniu.

LAUREACI

38. Laureaci we wszystkich Kategoriach otrzymają nagrodę („Nagroda”) w postaci możliwości wzięcia udziału w Festiwalu Cannes Lions, w kategorii konkursowej odpowiadającej tematyką Kategorii, w której startowali w Konkursie z zastrzeżeniem pkt. 39 Regulaminu.
39. Prace Nagrodzone zostaną zaprezentowane podczas Gali Young Creatives. Organizator może podawać do publicznej wiadomości imiona i nazwiska Uczestników, którzy zostali wyłonieni w Eliminacjach oraz wzięli udział w Festiwalu Cannes Lions, a także rozpowszechniać wizerunek Uczestników w ramach promocji i informowania o Konkursie.
40. Organizator nie pokrywa żadnych kosztów związanych z realizacją Nagród, w tym z udziałem Laureatów w Festiwalu Cannes Lions. Koszty te powinien pokryć Podmiot Zgłaszający określony indywidualnie w Formularzu Zgłoszeniowym i nie odpowiada za nie Organizator. W przypadku, gdy Podmiotów Zgłaszających jest 2 – są oni zobowiązani do uiszczenia kosztów za każdego z Uczestników, którego zgłosili.

41. W przypadku zgłoszenia Uczestnika poprzez Podmiot Zgłaszający, który nie jest jednocześnie Uczestnikiem – Uczestnik ma obowiązek reprezentować Podmiot Zgłaszający na Festiwalu Cannes Lions. Dopilnowanie tej kwestii leży po stronie Podmiotu Zgłaszającego.
42. Podmiot Zgłaszający odpowiada za pokrycie kosztów uczestnictwa w finałach Cannes Lions (w tym wykupienie akredytacji 1495 Euro/os) odbywających się w dniach 16 do 20 czerwca, niezależnie od faktu ewentualnego wygaśnięcia stosunku pracy lub współpracy z Uczestnikiem przed terminem konkursu Cannes Lions.
43. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za losowe przypadki, w których nagroda nie zostanie zrealizowana, takie jak na przykład odwołany finał / pandemia / odwołane loty i inne.
44. Organizator umożliwia jedynie udział Laureatów w Festiwalu Cannes Lions, nie jest jednak jego organizatorem ani organizatorem wyjazdu na festiwal, a także nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek szkody, które mogliby ponieść Laureaci w związku z udziałem w festiwalu.
45. W terminie 14 dni od dnia ogłoszenia Laureatów, Podmiot Zgłaszający, który zgłosił Laureatów, ma obowiązek zadeklarować ich udział w Festiwalu Cannes Lions oraz wykupić akredytację. W przypadku niespełnienia tych warunków, Organizator ma prawo wskazać innych Uczestników jako uprawnionych do realizacji Nagrody. W przypadku, gdy każdy z Laureatów został zgłoszony przez inny Podmiot Zgłaszający, a tylko jeden Podmiot Zgłaszający nie spełnia warunków, o których mowa w niniejszym punkcie, obaj Laureaci zostają wykluczeni z udziału w Festiwalu Cannes Lions. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za jakąkolwiek szkodę lub krzywdę Laureata związaną z takim wykluczeniem.

PRAWA DO PRAC ELIMINACYJNYCH

46. Uczestnik oświadcza, że zgłaszane przez niego Prace Eliminacyjne stanowią rezultat jego indywidualnej i oryginalnej twórczości oraz że przysługują mu wszelkie prawa do tych prac i nie są one w żaden sposób ograniczone ani obciążone, a ponadto oświadcza, że korzystanie z tych prac zgodnie z Regulaminem nie zagrazi ani nie naruszy niczyich praw, dóbr, prawa, dobrych obyczajów ani tajemnicy chronionej prawem albo na podstawie zobowiązania.

47. W zamian za możliwość wzięcia udziału w Konkursie Podmiot Zgłaszający udziela Organizatorowi licencji niewyłącznej na czas nieokreślony na korzystanie z Prac Eliminacyjnych, w tym Prac Nagrodzonych, z chwilą ich zgłoszenia w Konkursie, na wszelkich znanych w chwili ustalenia prac polach eksploatacji, bez jakichkolwiek ograniczeń terytorialnych i ilościowych, w tym wskazanych w art. 50 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, dla celów promocyjnych, informacyjnych i reklamowych Organizatora oraz sponsorów i Partnerów Konkursu, w tym promowania i informowania o Konkursie w szczególności poprzez publikację katalogu oraz płyty zawierającej zbiór i przedstawienie Prac Eliminacyjnych, w tym Prac Nagrodzonych, zamieszczanie ich na stronach www, w mailingach informacyjnych, filmach i prezentacjach o Konkursie, w komunikacji mobilnej, internetowej i prasowej i innych (z prawem udzielenia sublicencji).
48. W terminie 12 miesięcy od dnia ogłoszenia Laureatów Konkursu, Organizatorowi przysługiwać będzie prawo do nabycia od Podmiotu Zgłaszającego wszystkich praw, w szczególności praw autorskich wraz z prawami zależnymi, do każdej z Prac Eliminacyjnych, w tym Prac Nagrodzonych, w najszerszym przewidzianym przez prawo zakresie, w tym na wszystkich znanych w chwili nabycia polach eksploatacji, w tym wskazanych w art. 50 i 74 ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych, w zamian za wynagrodzenie w wysokości 5000 zł (słownie: pięć tysięcy złotych) netto. W tym celu Organizator przedstawi Podmiotowi Zgłaszającemu umowę o przeniesienie praw do Pracy Eliminacyjnej, w tym Pracy Nagrodzonej zgodnie z powyższymi warunkami, a Podmiot Zgłaszający będzie zobowiązany Umowę taką podpisać.
49. W przypadku gdy Podmiot Zgłaszający nie jest jednocześnie Uczestnikiem, zapewnia on Organizatora i gwarantuje, że nabędzie wszelkie prawa do Prac Eliminacyjnych, w tym Pracy Nagrodzonej w zakresie określonym w niniejszym Regulaminie oraz uzyska od Uczestników wszelkie niezbędne zgody i zezwolenia, w tym w zakresie praw osobistych i zależnych opisanych w Regulaminie. Podmiot Zgłaszający niebędący jednocześnie Uczestnikiem zobowiązuje się jednocześnie nie wykonywać praw osobistych, w tym nadzoru autorskiego do Prac Eliminacyjnych, w tym Pracy Nagrodzonej oraz uzyskać takie zobowiązania od Uczestników. Powyższe zostanie potwierdzone w umowie, o której mowa w pkt. 32 Regulaminu.
50. Uczestnik zobowiązuje się wobec Organizatora, że ani on, ani jakiegokolwiek inne podmioty uprawnione do danej Pracy Eliminacyjnej, w tym Pracy Nagrodzonej nie będą wykonywać w stosunku do Organizatora lub osób korzystających z tych prac za jego zezwoleniem, praw osobistych, w tym nadzoru autorskiego ani

uprawnień związanych z ochroną praw osobistych. W tym zakresie Uczestnik najpóźniej z chwilą zgłoszenia Pracy Eliminacyjnej w Konkursie uzyska niezbędne zgody i zezwolenia wszystkich podmiotów uprawnionych.

51. Uczestnik wyraża zgodę na nieoznaczanie jego autorstwa Pracy Eliminacyjnej.
52. Wszelkie nośniki, na których utwalono Prace Eliminacyjne i przekazano Organizatorowi - pozostają własnością Organizatora.
53. Pkt 40-46 niniejszego Regulaminu stosuje się odpowiednio do Prac Preliminacyjnych.

REKLAMACJE

54. Wszelkie reklamacje dotyczące sposobu przeprowadzenia Konkursu mogą być zgłaszane za pośrednictwem e-maila na adres damian.tokarski@sar.org.pl
55. Reklamacja powinna zawierać: imię, nazwisko oraz adres e-mail Uczestnika, jak również wskazywać powód/powody reklamacji oraz ich dokładny opis.
56. Jeżeli podane w reklamacji dane lub informacje wymagają uzupełnienia, przed rozpatrzeniem reklamacji Organizatorzy zwrócą się do Uczestnika składającego reklamację o ich uzupełnienie we wskazanym zakresie.
57. Reklamacje rozpatrywane będą w ciągu 14 dni od dnia ich otrzymania lub od dnia otrzymania niezbędnych danych je uzupełniających. O rozpatrzeniu i wyniku rozpatrzenia reklamacji Uczestnik zostanie powiadomiony poprzez wysłanie wiadomości e-mail.
58. Odpowiedź na reklamację zostanie wysłana wyłącznie na adres e-mail przypisany do danego Uczestnika. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może wysłać odpowiedź na inny, wskazany przez składającego reklamację, adres e-mail, który nie jest przypisany do Uczestnika.
59. Werdykt Jury w zakresie wyboru Nagrodzonych Prac nie podlega reklamacji. Reklamacje w tym zakresie Organizator pozostawia bez rozpoznania.

DANE OSOBOWE

60. Administratorem danych osobowych Uczestników podanych w Formularzu Zgłoszeniowym („Dane”) w ramach Konkursu jest Organizator.
61. Dane przetwarzane będą w celu przeprowadzenia Konkursu oraz w celach marketingowych.

62. Na potrzeby wskazane w pkt 61 powyżej przetwarzane będą następujące Dane Uczestników: imię, nazwisko, data urodzenia, telefon, e-mail i nazwa stanowiska.
63. Dane zostaną przez Organizatora usunięte z baz danych w terminie 2 lat od danej edycji konkursu.
64. Dane są chronione środkami technicznymi i organizacyjnymi, aby zagwarantować odpowiedni poziom ochrony, zgodnie z obowiązującymi przepisami.
65. Na potrzeby realizacji celów wskazanych w pkt 61 Dane Użytkownika będą udostępniane w postaci imienia i nazwiska oraz stanowiska mediom w celu promocji Uczestników oraz informowania o wynikach Konkursu, a także podmiotom, które nabędą prawa majątkowe autorskie do Prac Konkursowych w celu prawidłowego oznaczenia autorstwa Uczestnika. Dane Laureata w postaci imienia i nazwiska, daty urodzenia oraz stanowiska zostaną również udostępnione organizatorom międzynarodowego konkursu Cannes Lions 2023 w celu organizacji przez nich tego konkursu.
66. Podstawą przetwarzania Danych związanego z przeprowadzeniem Konkursu jest art. 6 ust. 1 pkt c) Ogólnego Rozporządzenia o Ochronie Danych Osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO) oraz art. 6 ust. 1 pkt f) RODO w zakresie, w jakim Organizator będzie przetwarzał Dane w celach marketingowych.
67. Uczestnikom przysługuje prawo do:
- uzyskania informacji na temat przetwarzania Danych, w tym o kategoriach przetwarzanych danych i ewentualnych odbiorcach danych.
 - żądania skorygowania nieprawidłowych Danych lub uzupełnienia niekompletnych Danych,
 - żądania usunięcia lub ograniczenia przetwarzania Danych - przy czym żądanie zostanie spełnione, jeżeli spełnione zostaną wymogi prawne dotyczące takiego żądania,
 - przenoszenia Danych – poprzez otrzymanie Danych od Organizatora formie umożliwiającym ich przekazanie wybranemu podmiotowi trzeciemu,
 - złożenia skargi do organu nadzorczego: Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, ul. Stawki 2, 00 - 193 Warszawa – w przypadku stwierdzenia, że Dane są przetwarzane sprzecznie z prawem.
68. Wszelkie wnioski, pytania i żądania związane z przetwarzaniem Danych powinny być kierowane na adres: Damian.tokarski@sar.org.pl

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

69. Skrócony opis zasad przeprowadzenia Konkursu może znajdować się na stronach internetowych Organizatora lub w materiałach reklamowych lub promocyjnych. Wszystkie treści zawarte w materiałach reklamowo-promocyjnych mają charakter jedynie informacyjny. Moc prawną mają jedynie postanowienia niniejszego Regulaminu i obowiązujące przepisy prawa. Dodatkowe informacje dotyczące zasad przeprowadzenia Konkursu mogą zostać dostarczone przez Organizatora za pośrednictwem poczty elektronicznej, do których przestrzegania są również zobowiązani Uczestnicy.
70. Naruszenie przez Uczestnika któregokolwiek z postanowień Regulaminu uprawnia Organizatora do podjęcia decyzji o wykluczenia Uczestnika z Konkursu i/lub utracie przez tego Uczestnika prawa do Nagrody.
71. W zakresie dozwolonym przez prawo Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany Regulaminu, pod warunkiem, że nie naruszy to praw nabytych przez Podmioty Zgłaszające. O zmianie Regulaminu Organizator powiadomi na stronie internetowej: www.ktr.org.pl