



Regulamin Konkursu „Znajdź Haka na Raka” 2013/2014

§ 1

Nazwa Konkursu

Organizator Konkursu odbywającego się w ramach Ogólnopolskiego Programu dla Młodzieży „Mam Haka na Raka” postępuje się nazwą „Znajdź Haka na Raka”.

§ 2

Organizator Konkursu

1. Organizatorem Konkursu jest Polska Unia Onkologii, z siedzibą przy ul. Roentgena 5 w Warszawie (zwana dalej „Organizatorem”). Partnerem strategicznym Konkursu jest firma GSK Services sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ul. Rzymowskiego 53, która prowadzi działalność gospodarczą na rynku farmaceutycznym (zwana dalej „Partnerem strategicznym”).
2. Organizator upoważnia Biuro Organizacyjne programu „Mam Haka na Raka” z siedzibą przy ul. Świętojerskiej 5/7 w Warszawie do podejmowania wszelkich czynności związanych z realizacją programu m.in. prowadzenie biura prasowego, stała komunikacja z uczestnikami, koordynacja działań logistycznych, aktualizacja strony www itp.

§ 3

Cele

1. Do celów programu, w ramach którego odbywa się Konkurs, należy promocja badań profilaktycznych, wykształcenie świadomego zdrowotnie społeczeństwa oraz przełamanie tabu związanego z chorobami nowotworowymi. Jednym z kluczowych założeń jest zachęcenie młodych ludzi do podejmowania działań prozdrowotnych, a poprzez to zaangażowanie ich w realizację działań objętych Programem.
2. Celem Konkursu jest wyłonienie przez Jury najlepszego projektu kampanii społecznej dotyczącej prewencji jednego z nowotworów – chłoniaka.

§ 4

Przedmiot Konkursu

1. Przedmiotem Konkursu „Znajdź Haka na Raka” jest zaprojektowanie kampanii społecznej dotyczącej prewencji jednego z nowotworów – chłoniaka – w przygotowaniach, do której pomogą specjaliści z dziedziny reklamy i marketingu. Konkurs skierowany jest do uczniów szkół ponadgimnazjalnych zakwalifikowanych do II etapu programu – Warsztatu Kreatywnego (patrz § 6).
2. Przez kampanię społeczną organizowaną w ramach Konkursu rozumie się:
 - a) opis projektu – dokument przedstawiający pomysł zespołu
 - b) hasło kampanii
 - c) plakat
 - d) storyboardy ilustrujące sekwencję ujęć zdjęciowych spotu telewizyjnego (maksymalnie 6 ujęć)
 - e) scenariusz spotu telewizyjnego wraz z amatorską wersją propozycji filmu
 - f) scenariusz spotu radiowego i tekst lektora wraz z amatorską wersją propozycji spotu
 - g) proponowany adres strony www poświęconej kampanii



POLSKA UNIA ONKOLOGII

3. Projekt kampanii społecznej musi zawierać wszystkie elementy wymienione w § 4 pkt. 2. Oceniany będzie także stopień kreatywności i przydatności projektu jako całości.
4. Projekt plakatu oraz spotu TV musi zawierać wizualizację graficzną:
 - a) plakat – grafika (JPG)
 - b) spot TV – max. 6 rysunków tzw. storyboard (seria obrazów i szkiców będących wskazówkami przy filmowaniu dla reżysera, scenografa, operatora kamery itp.)
5. Zgłaszany projekt kampanii społecznej należy zamieścić na stronie internetowej www.mamhakanaraka.pl w wyznaczonym miejscu, w terminie 28 marca 2014 r. – 15 kwietnia 2014 r.
6. Projekt kampanii społecznej musi spełniać założenia zawarte w briefie (zadaniu konkursowym), który uczestnicy otrzymają podczas Warsztatu Kreatywnego (II etap) w dniu 28 marca 2014 r.
7. Oprócz projektu kampanii społecznej wśród zamieszczonych na serwerze materiałów powinien znaleźć się także opis projektu – w postaci dokumentu tekstowego nie przekraczającego 1500 znaków (czcionka: Arial, wielkość: 12, odstęp: 1,5 wiersza). Opis nie może zawierać zdjęć, wykresów i innych elementów graficznych oraz przekraczać objętości ustalonej w Regulaminie.
8. Dokumentacja projektu kampanii społecznej powinna stanowić jedną całość i nie może zawierać odnośników do stron internetowych, na której zamieszczone zostały dodatkowe materiały. Wszelkie informacje poufne umieszczone w dokumentacji powinny być wyraźnie oznaczone.
9. Organizator zastrzega sobie prawo do wykorzystania nadesłanych materiałów w formie pełnej lub skróconej w celach edukacyjnych, jak również do ich publicznej prezentacji. Nie dotyczy to materiałów oznakowanych jako poufne.
10. Złamanie przez uczestnika warunków formalnych lub technicznych określonych w § 4 zgłoszenia może spowodować odrzucenie projektu przez Organizatora.

§ 5

Zgłoszenie projektu do Konkursu

1. Konkurs „Znajdź Haka na Raka” zostaje ogłoszony i otwarty dnia 28 marca 2014 r. podczas Warsztatu Kreatywnego (II etap), o którym mowa w § 6.
2. Zgłoszenia projektów do Konkursu są przyjmowane do 15 kwietnia 2014 r. włącznie.
3. Każdy zespół uczestniczący w Konkursie może zgłosić maksymalnie jeden projekt.
4. Projekt kampanii społecznej powinien zostać umieszczony na stronie internetowej www.mamhakanaraka.pl w wyznaczonym miejscu do 15 kwietnia 2014 r. włącznie.

§ 6

Warunki uczestnictwa

1. W Konkursie „Znajdź Haka na Raka” mogą wziąć udział zespoły, które spełniają poniższe warunki:
 - a) przystąpiły do VII edycji Ogólnopolskiego Programu dla Młodzieży „Mam Haka na Raka” rejestrując się poprzez stronę www.mamhakanaraka.pl
 - b) wzięły udział w spotkaniach interaktywnych (video-lekcje) dostępnych na stronie www.mamhakanaraka.pl, dzięki którym zapoznały się z minimum onkologicznym
 - c) po odbyciu szkolenia przekazały zdobytą wiedzę w swoim środowisku lokalnym
 - d) przesyłały sprawozdanie z przeprowadzonych działań lokalnych i zostały zakwalifikowane do II etapu programu (Warsztat Kreatywny)



- e) wezmą udział w Warsztacie Kreatywnym (II etap) ze specjalistami od reklamy i marketingu

§ 7

Liczba uczestników

1. Do Konkursu mogą przystąpić zespoły, które wzięły udział w Warsztacie Kreatywnym – minimum 3, a maksymalnie 5 uczniów i opiekun – oraz które spełniły warunki określone w § 6.
2. Organizator nie dopuszcza możliwości zwiększenia ilości członków zespołu pracującego nad projektem konkursowym (kampania społeczna).
3. Organizator nie dopuszcza możliwości zmiany składu zespołu pracującego nad projektem konkursowym (kampania społeczna).

§ 8

Koszty

1. Uczestnictwo w Konkursie jest bezpłatne.
2. Partner strategiczny pokrywa koszty przejazdu na Galę Finałową oraz z powrotem (II klasa pociągu pospiesznego lub PKS – na podstawie okazanych faktur VAT, a także ewentualny koszty wynajmu busa, który nie może przewyższać kwoty za PKP lub PKS dla całej grupy albo zwrot za zakupione paliwo po dostarczeniu odpowiednich faktur VAT).
3. Szczegółowe informacje dotyczące zwrotu kosztów zostaną przesłane mailowo do wszystkich uczestników do 31 maja 2014 r.

§ 9

Jury

1. Zgłoszone do Konkursu projekty kampanii społecznej oceniają :
 - a) Jury w zakresie przyznania Nagrody Głównej,
 - b) Laureaci Edycji Konkursu z 2013 r. w zakresie przyznania Nagrody Specjalnej Hakowicza,
 - c) „Dziennikarski Klub Promocji Zdrowia” w zakresie przyznania Nagrody Specjalnej Mediów,
 - d) Wydział Zdrowia Publicznego Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego w zakresie przyznania Nagrody Specjalnej Studentów Medycyny i Zdrowia Publicznego,
 - e) Związek Powiatów Polskich i Stowarzyszenie Zdrowych Miast Polskich w zakresie przyznania Nagrody Specjalnej Za Działania Lokalne,
 - f) Internauci w zakresie przyznania Nagrody Specjalnej Internautów, głosujący za pośrednictwem strony www.mamhakanaraka.pl. Nagrodę otrzymuje drużyna, która uzyskała największą liczbę głosów „za” w okresie wskazanym w § 10 pkt 2.
2. W celu zapewnienia wysokiego poziomu i fachowości w podejściu do oceny zgłoszonych projektów kampanii społecznej Organizator zaprosił do wzięcia udziału w pracach Jury: ekspertów w zakresie komunikacji społecznej i marketingowej, przedstawicieli środowisk medycznych oraz wybranych partnerów Programu.
3. Liczbę członków i skład Jury ustala Organizator.
4. Organizator w zakresie przyznania Nagród Specjalnych (pkt 1 b-e) powołuje 4 (cztery) Komisje Specjalne, w skład których wchodzi :
 - a) Komisja Laureatów – wszyscy Laureaci Edycji Konkursu z 2013 r.,
 - b) Komisja Mediów – członkowie „Dziennikarskiego Klubu Promocji Zdrowia”,



POLSKA UNIA ONKOLOGII

- c) Komisja Studentów – przedstawiciele studentów Wydziału Zdrowia Publicznego Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego,
 - d) Komisja Związku Powiatów Polskich i Stowarzyszenia Zdrowych Miast Polskich – przedstawiciele Związku Powiatów Polskich i Stowarzyszenia Zdrowych Miast Polskich.
5. Liczbę Członków i skład poszczególnych Komisji Specjalnych, w tym sposób działania, określa Organizator w Regulaminach poszczególnych Komisji.
 6. Głosowanie Jury oraz poszczególnych Komisji Specjalnych jest tajne.

§ 10

Harmonogram

Konkurs przebiega w następujący sposób:

1. Zgłoszenie projektów kampanii społecznej do Konkursu trwa od 28 marca 2014 r. do 15 kwietnia 2014 r. włącznie.
2. Ocena projektów i wyłonienie Laureatów Nagrody Głównej i Nagród Specjalnych przez jury i Komisje Specjalne odbędzie się w terminie 16 kwietnia 2014 r. – 30 kwietnia 2014 r. włącznie.
3. Uczestnicy Konkursu na wezwanie Jury zobowiązani są do udzielenia szczegółowych wyjaśnień dot. projektów w drodze wymiany korespondencji i/lub rozmowy telefonicznej z biurem Organizatora. Korespondencja mailowa/notatka z rozmowy telefonicznej, sporządzona przez biuro, zostanie dołączona do pozostałej dokumentacji projektu. Udzielone odpowiedzi będą stanowić element całościowej oceny projektu.
4. Zespoły, które nadesłały projekt kampanii społecznej, a tym samym zakwalifikowały się do finału, zostaną powiadomione mailowo o dacie i miejscu uroczystej Gali, na której zostanie rozstrzygnięty Konkurs „Znajdź Haka na Raka” i wyłonieni zwycięzcy.
5. Uroczysta Gala odbędzie się w Warszawie 13 czerwca 2014 r. Informacja o miejscu Gali zostanie opublikowana na stronie www.mamhakanaraka.pl. Zaproszenie dla uczestników zostanie przesłane drogą mailową. W Gali udział wezmą wszystkie zespoły, które w terminie przesłały projekty kampanii społecznej.

§ 11

Prawa Autorskie

1. Z chwilą przyznania nagród i wyróżnień, autor lub autorzy przeniosą na Organizatora majątkowe prawa autorskie do nagrodzonego, jak również wyróżnionego projektu kampanii społecznej na wszystkich polach eksploatacji, w szczególności wskazanych w art. 50 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach zależnych (Dz. U. Nr 90 poz. 631), tj.: – w zakresie utrwalania i zwielokrotniania utworu – wytwarzanie określoną techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową, – w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których utwór utrwalono – wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału albo egzemplarzy, – w zakresie rozpowszechniania utworu w sposób inny niż określony powyżej – publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, wraz z wyłącznym prawem do zezwalania na wykonywanie praw zależnych do projektu kampanii społecznej.
2. Zgłoszenie projektu kampanii społecznej do Konkursu jest równoznaczne z akceptacją warunków oraz zgodą na przeniesienie autorskich praw majątkowych do nagrodzonej lub wyróżnionej kampanii społecznej.



3. Odpowiednio do zapisów ust. 1. tj. przeniesienia na Organizatora majątkowych praw autorskich do nagrodzonych i wyróżnionych projektów kampanii społecznej, Organizator

zastrzega sobie prawo do przeprowadzania ekspozycji nagrodzonych i wyróżnionych projektów na terenie całego kraju oraz poza jego granicami, na wybranych przez Organizatora nośnikach reklamy zewnętrznej lub za pomocą innych form promocji.

4. Wszyscy uczestnicy Konkursu, poprzez zgłoszenie projektu do Konkursu akceptują warunki regulaminu Konkursu i wyrażają zgodę na eksponowanie wybranych przez jury projektów oraz na bezpłatną publikację i eksponowanie projektów w prasie, radiu, telewizji, Internecie i na wszelkiego typu nośnikach reklamy zewnętrznej do celów promocji Konkursu i programu „Mam Haka na Raka”.

§ 12 Nagrody Konkursu

1. Nagrodami Konkursu są : Nagroda Główna oraz Nagrody Specjalne.
2. Nagroda główna w Konkursie „Znajdź Haka na Raka” przewidziana jest dla członków zwycięskiego zespołu, nauczyciela i szkoły, wyłonionych przez Jury.
3. Nagrodą główną w Konkursie „Znajdź Haka na Raka” jest :
 - a) Obóz językowy (język angielski) o wartości 2.609,00 zł brutto oraz aparat fotograficzny Fuji Instax 210 o wartości 276,75 zł brutto dla każdego z uczniów, wchodzących w skład zwycięskiej drużyny,
 - b) iPad Air 16 GB o wartości 1.729,00 zł brutto dla nauczyciela – opiekuna zwycięskiej drużyny,
 - c) Tablica Interaktywna IP-Board ceramiczna 104” ze stojakiem o wartości 6.000,00 zł brutto oraz Mikroskop Oticon Biolife Pro o wartości 329,00 zł brutto dla macierzystej szkoły zwycięskiej drużyny.
4. Nagrodę Specjalną Hakowicza stanowią:
 - a) aparat fotograficzny Fuji Instax 210 o wartości 276,75 zł brutto dla każdego z uczniów, wchodzących w skład drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Hakowicza
 - b) Kindle o wartości 318,99 zł brutto dla nauczyciela – opiekuna drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Hakowicza,
 - c) Projektor BenQ MX505 DLP o wartości 1.399,00 zł brutto dla macierzystej szkoły drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Hakowicza.
5. Nagrodę Specjalną Mediów stanowią :
 - a) aparat fotograficzny Fuji Instax 210 o wartości 276,75 zł brutto dla każdego z uczniów, wchodzących w skład drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Mediów,
 - b) Kindle o wartości 318,99 zł brutto dla nauczyciela – opiekuna drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Mediów,
 - c) Projektor BenQ MX505 DLP o wartości 1.399,00 zł brutto dla macierzystej szkoły drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Mediów.
6. Nagrodę Specjalną Studentów Medycyny i Zdrowia Publicznego stanowią :
 - a) aparat fotograficzny Fuji Instax 210 o wartości 276,75 zł brutto dla każdego z uczniów, wchodzących w skład drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Studentów Medycyny i Zdrowia Publicznego,
 - b) Kindle o wartości 318,99 zł brutto dla nauczyciela – opiekuna drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Studentów Medycyny i Zdrowia Publicznego,
 - c) Projektor BenQ MX505 DLP o wartości 1.399,00 zł brutto dla macierzystej szkoły drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Studentów Medycyny i Zdrowia Publicznego.



7. Nagrodę Specjalną Za Działania Lokalne stanowią :
 - a) aparat fotograficzny Fuji Instax 210 o wartości 276,75 zł brutto dla każdego z uczniów, wchodzących w skład drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Za Działania Lokalne,
 - b) Kindle o wartości 318,99 zł brutto dla nauczyciela – opiekuna drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Za Działania Lokalne,
 - c) Projektor BenQ MX505 DLP o wartości 1.399,00 zł brutto dla macierzystej szkoły drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Studentów Medycyny i Zdrowia Publicznego.
8. Nagrodę Specjalną Internautów stanowią :
 - a) aparat fotograficzny Fuji Instax 210 o wartości 276,75 zł brutto dla każdego z uczniów, wchodzących w skład drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Internautów,
 - b) Kindle o wartości 318,99 zł brutto dla nauczyciela – opiekuna drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Internautów,
 - c) Projektor BenQ MX505 DLP o wartości 1.399,00 zł brutto dla macierzystej szkoły drużyny, będącej Laureatem Nagrody Specjalnej Internautów.
9. Zwycięska kampania, która otrzymała Nagrodę Główną, zostanie wyemitowana na terenie całej Polski.
10. Termin i sposób realizacji kampanii społecznej oraz jej zasięg zostanie uzgodniony pomiędzy Organizatorem, a właściwymi instytucjami i władzami.
11. Zespołom, które nadesłały projekty kampanii, ale nie zajęły 1. miejsca w Konkursie, zostaną przyznane dyplomy uznania oraz listy referencyjne od Organizatora za przygotowany projekt.
12. Organizator nie ponosi odpowiedzialności wobec osób trzecich za naruszenie ich praw w związku z treścią projektów zgłoszonych do Konkursu oraz projektów, które będą realizowane w ramach kampanii społecznej.
13. Fundatorem nagród jest GSK Services sp. z o.o. – partner strategiczny.
14. Laureaci Nagrody Główniej oraz Nagród Specjalnych nie płacą podatku dochodowego, który to podatek płaci Organizator.

§ 13

Informacje dodatkowe

Wszelkich dodatkowych informacji udziela:

Biuro Organizacyjne Programu „Mam Haka na Raka” z siedzibą przy ulicy Świętojerskiej 5/7 w Warszawie, tel. (22) 279 11 29, e-mail: biuro@mamhakanaraka.pl.

§ 14

Ochrona danych osobowych

Uczestnicy Konkursu wyrażają zgodę na przetwarzanie ich danych osobowych w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. Nr 101, poz. 926) w celach prowadzenia Konkursu, wyłonienia zwycięzców i przyznania nagrody oraz realizacji przez Organizatora kampanii społecznej.

§ 15

Wykorzystanie wizerunku

Uczestnicy wyrażają zgodę na wykorzystanie ich wizerunku zgodnie z ustawą o prawie autorskim i prawach pokrewnych z dnia 4 lutego 1994 r. (Dz. U. Nr 90 poz. 631) w celach promocji Ogólnopolskiego Programu dla Młodzieży „Mam Haka na Raka” m.in. poprzez wykorzystanie wizerunku:



- a) na stronie programu, partnera strategicznego i organizatora
- b) w broszurach, materiałach informacyjnych o programie
- c) w materiałach audiowizualnych podsumowujących program
- d) w każdego rodzaju materiałach mających na celu promocję program

§ 16

Wykładnia Regulaminu

1. Organizator oraz Jury Konkursu zastrzegają sobie prawo do dokonywania wiążącej wykładni przepisów niniejszego Regulaminu oraz rozstrzygania sporów związanych z jego stosowaniem.
2. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany regulaminu oraz zawartych w nim informacji w trakcie trwania Konkursu.