

Положение
о проведении конкурса социальной рекламы
«Простые правила» в 2017 году
(далее – положение)

1. Общие положения

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

1.2. Организаторы конкурса: координационный совет по социальной рекламе, утвержденный распоряжением Администрации города от 30.12.2011 № 4114 «О координационном совете по социальной рекламе», Администрация города. К организации конкурса могут привлекаться спонсоры и информационные партнеры.

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

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

1.5. Задачи конкурса:

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

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

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

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

2. Номинации конкурса, виды работ, категория участия

2.1. Работы подаются в одной из трех категорий: «Профессионалы», «Любители», «Обучающиеся».

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

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

«Обучающиеся» – категория участников конкурса, представленная обучающимися образовательных организаций, средних специальных учебных заведений в возрасте от 7 до 17 лет.

2.2. Работы, представленные на конкурс, должны отражать проблемы городского сообщества и показывать пути их решения.

2.3. В категории «Профессионалы» работы представляются по трем номинациям:

2.3.1. «Социальный плакат».

2.3.2. «Социальный видеоролик».

2.3.3. «Социальный аудиоролик».

2.4. В категориях «Любители», «Обучающиеся» работы представляются по двум номинациям:

2.4.1. «Социальный плакат».

2.4.2. «Социальный видеоролик».

2.5. В любой номинации участник конкурса может представить неограниченное количество работ по трем тематическим направлениям согласно техническому заданию (приложение 1 к настоящему положению):

2.5.1. «Сургут – наш дом».

2.5.2. «Безопасный город».

2.5.3. «Будь здоров!».

2.5.4. «Год экологии в России».

2.6. Работы, поданные на конкурс в формате презентации программы PowerPoint, в форме документа PDF, а также сканированные копии рисунков не рассматриваются.

3. Требования к содержанию и форме подачи конкурсных работ

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

3.2. Представленные работы должны соответствовать статье 10 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации.

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

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

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

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

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

3.6. Материалы подаются на конкурс в форме:

3.6.1. Изобразительные материалы (плакаты, баннеры) в виде фотографий, коллажей, рисунков, компьютерной графики и другое, сопровождающиеся лозунгом или иным идейным текстом, представляются в виде файла в формате JPEG/TIFF с плотностью изображения не менее 300 dpi.

3.6.2. Видеоролики – записанные на электронный носитель видеофайлы в формате, читаемом программой WindowsMediaPlayer. Каждый ролик подается отдельным файлом с указанием названия. Ролик не должен содержать сведений об авторе. Хронометраж видеороликов должен быть кратен 15 секундам (15, 30, 45 секунд) и не превышать 60 секунд.

3.6.3. Аудиоролики – звуковые файлы, которые могут сопровождаться или быть музыкальными произведениями, представляются на DVD или другом электронном носителе в формате, читаемом программой WindowsMediaPlayer, с указанием названия ролика. Каждый ролик подается отдельным файлом с указанием авторства музыкального произведения. Хронометраж аудиороликов должен быть кратен 15 секундам (15, 30, 45 секунд) и не превышать 60 секунд.

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

4. Критерии оценки конкурсных материалов

4.1. Убедительность и сила воздействия социальной рекламы на аудиторию.

4.2. Социальная значимость работы.

4.3. Оригинальность идеи и замысла.

4.4. Качество/профессионализм технического исполнения.

4.5. Глубина проработки темы.

4.6. Учет целевых аудиторий.

5. Порядок проведения конкурса

5.1. Материалы на конкурс подаются в секретариат конкурсной комиссии согласно разделу 7 настоящего положения либо по электронной почте: press04@admsurgut.ru. Материалы на конкурс в соответствии с разделом 3 настоящего положения принимаются в рабочие дни с 09.00 до 17.00 с 09 января 2017 года по 01 апреля 2017 года.

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

5.3. Победители конкурса определяются жюри по номинациям в каждой категории.

5.4. В категории «Обучающиеся» предварительный отбор работ на конкурс ведется по месту обучения конкурсанта.

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

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

5.7. В случае принятия решения не присуждать победу в той или иной номинации организаторы конкурса и жюри вправе направить средства призового фонда этой номинации в другие номинации или учредить специальные призы.

5.8. Итоги конкурса подводятся до 10 июня 2017 года.

5.9. Итоги конкурса публикуются в средствах массовой информации и на официальном портале Администрации города.

5.10. Победители конкурса награждаются в торжественной обстановке дипломами и получают гранты в форме субсидий за счет средств местного бюджета.

6. Права и ответственность организаторов

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

Работы в форме изобразительных материалов, отобранные жюри с целью репродуцирования, должны быть представлены авторами в электронном виде в файлах графических программ CorelDraw, Photoshop, Adobe Illustrator и других организаторам конкурса.

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

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

6.4. Организаторы не несут ответственности за:

– нарушение участником прав третьих лиц при создании конкурсных работ;

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

– неверно сообщенную участником заявочную информацию (наименование работы, категория конкурса, контактная информация и другую);

– изменение порядка вручения и объема денежных премий и призов, представляемых спонсорами и партнерами конкурса.

7. Контактная информация

7.1. Секретариат конкурса находится по адресу: 628400, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, город Сургут, улица Энгельса, дом 8, кабинет 113 (отдел оперативной информации управления информационной политики).

7.2. Секретарь жюри конкурса – главный специалист отдела оперативной информации управления информационной политики Филиппова Алина Расиховна, телефон: (3462) 52-20-16, электронная почта: press04@admsurgut.ru.

Приложение 1
к положению о проведении
конкурса социальной рекламы
«Простые правила» в 2017 году

**Техническое задание
конкурса социальной рекламы «Простые правила» в 2017 году**

1. Тематическое направление «Сургут – наш дом»:
 - 1.1. Сургутяне любят...
 - 1.2. В Сургуте принято...
 - 1.3. Сургут – наш общий дом.
 - 1.4. Сургут в истории России.
 - 1.5. Сургутяне не мусорят.
 - 1.6. Сургутяне умеют дружить.
 - 1.7. Сургутянин – это привилегия и ответственность.
 - 1.8. Сделать социальную рекламу может каждый.
 - 1.9. Сургутяне исправно платят за услуги жилищно-коммунального хозяйства.

Работы должны мотивировать на выполнение задач:

- о Сургуте говорят, как о самом чистом и уютном городе в Сибири, России;
- в Сургуте младшее поколение уважает старшее;
- каждый горожанин гордится тем, что живет в Сургуте;
- каждый горожанин знает о правилах поведения в общественных местах Сургута;
- у сургутян всегда хорошее настроение;
- общение между горожанами взаимовежливое.

2. Тематическое направление «Безопасный город»:
 - 2.1. Профилактика пожаров.
 - 2.2. Профилактика чрезвычайных ситуаций на воде.
 - 2.3. Профилактика дорожно-транспортных происшествий.
 - 2.4. Профилактика травматизма на производстве.
 - 2.5. Профилактика преступлений в области коррупции (экономическая безопасность).
 - 2.6. Антитеррористическая защищенность.

Работы должны мотивировать на выполнение задач:

- горожане соблюдают правила пожарной безопасности дома и на даче;
- горожане помнят о последствиях купания в водоемах в состоянии алкогольного опьянения;

- на дороге сургутяне соблюдают скоростной режим, пропускают пешеходов, являются вежливыми водителями;
- работодатели заботятся о безопасности сотрудников на рабочих местах;
- сургутяне знают о последствиях получения/дачи взятки;
- сургутяне бдительны в общественных местах, обращают внимание на подозрительные предметы.

3. Тематическое направление «Будь здоров!»:

3.1. Популяризация занятий различными видами спорта.

3.2. Популяризация ведения здорового образа жизни, отказа от вредных привычек.

Работы должны мотивировать на выполнение задачи:

сургутяне ведут здоровый образ жизни, любят посещать спортивные учреждения, проводят свободное время активно.

4. Тематическое направление «Год экологии в России»:

4.1. Популяризация раздельного сбора твердых отходов.

4.2. Поддержание чистоты вдоль автомобильных дорог.

4.3. Соблюдение правил парковки автотранспорта.

4.4. Формирование бережного отношения к паркам, скверам, цветникам.

Работы должны мотивировать на выполнение задач:

– сургутяне осознают, что процесс раздельного сбора твердых коммунальных отходов необходим и реализуют его на практике. Такой способ подразумевает, что мусор делится на несколько категорий: стекло, пластик, картон и бумага, пищевые отходы и тому подобное;

– автомобилисты поддерживают чистоту дорог, мусор выбрасывают только в урны;

– автовладельцы соблюдают правила парковки, бережно относятся к зеленым зонам (газонам) города;

– горожане любят свой город и ценят усилия по озеленению и благоустройству городских парков, скверов, мест общего пользования (берегут газоны от вытаптывания, бережно относятся к цветам и элементам городского ландшафта (топиарным фигурам).

Приложение 2
к положению о проведении
конкурса социальной рекламы
«Простые правила» в 2017 году

Заявка*
на участие в конкурсе социальной рекламы «Простые правила»
в 2017 году

1. Автор/творческая группа (Ф.И.О. автора, руководителя и участников творческой группы, название организации).
2. Номинация.
3. Конкурсные материалы (наименование и описание каждой из представленных работ, с указанием названий файлов).
4. Адрес, электронная почта, контактные телефоны.
5. Фамилия и инициалы автора (руководителя).
6. Подпись.
7. Дата.

Примечания: *к заявке должны быть приложены:

1. В случае если в качестве участника выступает юридическое лицо – карточка предприятия.
2. В случае если в качестве участника выступает физическое лицо (автор, авторский коллектив):
 - копия паспорта автора (представителя авторского коллектива) с данными о регистрации по месту жительства;
 - копия ИНН автора (представителя авторского коллектива);
 - копия СНИЛС автора (представителя авторского коллектива);
 - банковские реквизиты.

Приложение 3
к положению о поведении
конкурса социальной рекламы
«Простые правила» в 2017 году

**Расписка
участника конкурса социальной рекламы «Простые правила»
в 2017 году**

Я, (Ф.И.О. участника, руководителя организации) _____,
участвую в конкурсе в категории «Профессионалы»/«Любители»/
«Обучающиеся» (нужное подчеркнуть) и выражаю согласие с использованием
организаторами конкурса представленных мной на конкурс материалов:

1. (название и описание материалов)
- 2.
- 3.

в некоммерческих целях (для нужд и в целях рекламы конкурса, в методических
и информационных изданиях, каталогах, для трансляции в качестве социальной
рекламы по телевидению и радио, размещения в сети «Интернет»; полностью
либо часть произведения).

Использование материалов конкурса организаторами допускается
с указанием авторства работ там, где это возможно.

Ф.И.О. автора (руководителя организации)

Подпись

Дата

Состав
жюри конкурса социальной рекламы «Простые правила» в 2017 году

- | | |
|-----------------------------------|--|
| Шибаета
Людмила Васильевна | - профессор государственного учреждения высшего образования Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Сургутский государственный педагогический университет», председатель жюри |
| Швидкая
Екатерина Анатольевна | - начальник управления информационной политики, заместитель председателя жюри |
| Филиппова
Алина Расиховна | - главный специалист отдела оперативной информации управления информационной политики, секретарь жюри |
| члены жюри: | |
| Иванова
Ольга Юрьевна | - заместитель директора департамента образования |
| Антропов
Андрей Вениаминович | - начальник отдела печати управления информационной политики |
| Лесникова
Ольга Александровна | - начальник отдела архитектуры, художественного оформления и рекламы департамента архитектуры и градостроительства |
| Лаптев
Евгений Геннадьевич | - начальник отдела молодёжной политики |
| Бебех
Владимир Анатольевич | - директор общества с ограниченной ответственностью «Астра Медиа» (по согласованию) |
| Виравчев
Евгений Александрович | - генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Имидж центр «Нашихаура» (по согласованию) |
| Катаев
Евгений Евгеньевич | - начальник рекламного отдела закрытого акционерного общества «Телерадиокомпания Сургутинтерновости» |

(по согласованию)

Петренко
Ярослав Александрович

- креативный директор закрытого акционерного общества «Телекомпания «СургутИнформТВ»

Филиппов
Евгений Юрьевич

- исполняющий обязанности председателя Ассоциации рекламных агентств города Сургута (по согласованию)

Шевкунов
Александр Николаевич

- заведующий кафедрой режиссуры государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования Сургутский государственный университет (по согласованию)