

REGULAMIN KONKURSU NA PROJEKT IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ CENTRUM KULTURY „ZAMEK” W POZNANIU

Organizator: Centrum Kultury „Zamek” w Poznaniu

Cel konkursu:

Celem konkursu jest stworzenie nowego logotypu i systemu identyfikacji wizualnej Centrum Kultury „Zamek” w Poznaniu – największej instytucji upowszechniania kultury w regionie, której siedzibą jest dawny zamek cesarki (obiekt zabytkowy). Wdrożenie nowej identyfikacji będzie częścią „nowego otwarcia Zamku”, które związane jest z zakończeniem modernizacji kompleksu Sali Wielkiej CK „Zamek” (grudzień 2012). To „nowe otwarcie” to przede wszystkim oddanie do użytku (po ponad dwóch latach prac) nowoczesnych, zmodernizowanych przestrzeni, w której instytucja prowadzić będzie swoją różnorodną działalność (m.in. wystawy, kino studyjne, koncerty, spektakle, warsztaty, działalność edukacyjna). To także szansa na przełamanie i odświeżenie wizerunku „Zamku”, który chce być przestrzenią publicznej debaty; instytucją otwartą, nowoczesną, gotową do współpracy, przystępną, przyjazną dla widzów, oferującą im różnorodny program ze wszystkich dziedzin sztuki.

System identyfikacji wizualnej powinien pozwolić na:

- zbudowanie spójnej i rozpoznawalnej marki instytucji;
- „połączenie” części historycznej obiektu i zmodernizowanej;
- zbudowanie czytelnego systemu nawigacji po ogromnym i skomplikowanym obiekcie;
- przygotowanie systemu oznakowania zewnętrznego;
- łatwą adaptację do specyfiki poszczególnych wydarzeń organizowanych przez instytucję;
- odświeżenie wizerunku instytucji.

Uczestnicy:

Konkurs kierowany jest wyłącznie do profesjonalnych projektantów / firm projektowych / agencji reklamowych oraz studentów kierunków projektowych (zwani dalej Uczestnikami).

W konkursie nie mogą brać udziału pracownicy Organizatora oraz członkowie Jury Konkursowego, a także członkowie ich najbliższych rodzin.

Formuła konkursu:

Konkurs ma charakter ogólnopolski, trzyetapowy.

I etap – zbieranie portfolio

Przedstawienie przez każdego z Uczestników portfolio (do 15 stron), które będzie zawierać minimum 3 projekty identyfikacji wizualnej w tym instytucji kultury. Projekty niezawierające trzech projektów identyfikacji wizualnej nie będą brane pod uwagę.

Portfolio należy przesyłać w formacie PDF na adres promocja@ckzamek.pl

Na podstawie nadesłanych portfolio Jury wybierze od trzech do pięciu Uczestników, których zaprosi do II etapu konkursu.

II etap – odpłatne opracowanie wstępnych koncepcji systemu

Wyłonieni w I etapie Uczestnicy otrzymają zaproszenie do przygotowania propozycji logotypu oraz wybranych elementów identyfikacji wizualnej (zgodnie z opisem zawartym w załączniku nr 1). Projekty muszą uwzględniać wyniki analizy sytuacji obecnej i potrzeb CK „Zamek” (załącznik nr 2).

III etap – wybór zwycięskiego projektu, przygotowanie pozostałych elementów systemu

Podpisanie umowy ze zwycięzcą konkursu na wykonanie całości systemu identyfikacji wizualnej Centrum Kultury „Zamek”, odbiór gotowych projektów.

Organizator może nie wybrać zwycięskiego projektu / projektów i ogłosić nowy konkurs.

Haromonogram konkursu:

- data przesłania portfolio: do **15 czerwca 2012** – liczy się data faktycznego wpływu do Organizatora;
- wybór projektantów / firm projektowych do II etapu: **29 czerwca 2012**;
- data przesłania wstępnych koncepcji systemu przez projektantów / firmy projektowe wyłonione w II etapie: do **25 lipca 2012** – liczy się data faktycznego wpływu do Organizatora;
- wybór zwycięzcy: **3 sierpnia 2012**;
- przygotowanie całego systemu: do **15 września 2012**.

Nagrody:

- wynagrodzenie za przygotowanie wstępnej koncepcji w II etapie – 1000 (1500) zł brutto;
 - wynagrodzenie dla zwycięzcy za przygotowanie logo, księgi znaku oraz całości systemu identyfikacji wizualnej – 13000 zł brutto;
 - honorarium za przekazanie praw autorskich do zwycięskiego projektu – 2000 zł brutto.
- W przypadku wyboru pracy zespołowej wynagrodzenie nie ulega zwielokrotnieniu.

Jury:

Oceny prac dokona jury w składzie:

- Prof. Mirosław Adamczyk, Uniwersytet Artystyczny w Poznaniu (kierownik Katedry Komunikacji Wizualnej);
- Prof. Krzysztof Kochnowicz, Uniwersytet Artystyczny w Poznaniu (kierownik Pracowni Znaku i Typografii);
- Wojciech Janicki, Uniwersytet Artystyczny w Poznaniu (kierownik Pracowni Znaku i Identyfikacji), prowadzi własne studio projektowe Gobranding
- Michał Cierkosz – projektant, Studio Diagram, współautor systemów identyfikacji wizualnej m.in. Starego Browaru;
- Anna Hryniewiecka – dyrektor Centrum Kultury „Zamek” w Poznaniu;
- Zofia Starikiewicz – zastępca dyrektora Centrum Kultury „Zamek”;
- Janusz Pazder – CK „Zamek”, specjalista ds. konserwatorskich, prezes poznańskiego oddziału Stowarzyszenia Historyków Sztuki;
- Joanna Przygońska – kierownik działu Promocji CK „Zamek”.

Kryteria oceny:

- zgodność projektu z celem konkursu;
- innowacyjność i pomysłowość;
- oryginalność rozwiązań;
- walory estetyczne projektu;
- łatwość konwersji na różne media.

Prawa autorskie:

Przystępując do konkursu, uczestnik potwierdza swoje prawa autorskie do nadesłanych projektów oraz oświadcza, że nie narusza praw osób trzecich.

Autor / autorzy zachowują autorskie prawa majątkowe do projektów nadesłanych w II etapie konkursu.

Autor / autorzy zwycięskiego projektu przekazują odpłatnie autorskie prawa majątkowe na rzecz Organizatora, na następujących polach eksploatacji:

1. Mocą niniejszej umowy Twórca przenosi na Nabywcę, bez ograniczeń terytorialnych, całość autorskich praw majątkowych – zarówno w zakresie rozporządzania jak i korzystania – przysługujących Twórcy do Utworu, określonego w § 1 ust. 1 niniejszej Umowy oraz własność egzemplarza nośnika Utworu w postaci nośnika CD, a Nabywca nabywa całość praw autorskich majątkowych do Utworu – zarówno w zakresie rozporządzania jak i korzystania - oraz własność egzemplarza jego nośnika.
2. Twórca przenosi mocą niniejszej umowy na Nabywcę całość autorskich praw majątkowych do Utworu określonego w § 1 ust. 1 niniejszej Umowy na wszystkich znanych w dniu zawarcia niniejszej umowy polach eksploatacji, w tym na takich polach eksploatacji, jak:
 - wytworzenie, utrwalenie i zwielokrotnienie dowolną techniką lub w dowolnej formie, w szczególności w formie kopii graficznej, kserograficznej, fotokopii, w formie elektronicznej; w szczególności techniką: drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego lub technik cyfrowych,
 - wprowadzenie do obrotu oryginału albo egzemplarza Utworu,
 - digitalizacja, wprowadzenie do pamięci komputera, udostępnianie za pośrednictwem sieci komputerowych, w tym Internetu, intranetu i extranetu
 - publiczne wykonanie, odtworzenie,
 - publiczne rozpowszechnianie,
 - wystawienie, wyświetlenie,
 - najem oryginału albo egzemplarza Utworu,
 - dzierżawa oryginału albo egzemplarza Utworu,
 - użyczenie oryginału albo egzemplarza Utworu,
 - nadawanie i reemitowanie w tym także za pomocą wizji lub fonii przewodowej albo bezprzewodowej przez stację naziemną, lub za pośrednictwem satelity,
 - rozpowszechnianie, w tym: odtworzenie, nadawanie, reemitowanie, rozpowszechnianie poprzez publiczne udostępnienie utworu w taki sposób, by każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym,
 - publikacje w środkach masowego przekazu, w innych środkach przekazu, w tym w czasopiśmie, gazetach, wydawnictwach oraz wszelkie inne formy publikacji,
 - korzystanie i używanie w obrocie gospodarczym lub niegospodarczym, w tym wykorzystanie w materiałach informacyjnych, reklamowych i promocyjnych, zgłaszanie w konkursach, pokazach i na festiwalach
 - wykonanie oraz zezwolenie na wykonanie przez osoby trzecie opracowań Utworu lub jego części, w tym tłumaczeń, przeróbek i adaptacji.
3. W wypadku powstania nowych sposobów eksploatacji Utworu Twórca zobowiązany będzie do przeniesienia na Nabywcę, bez odrębnego wynagrodzenia, autorskich praw majątkowych do Utworu na polach eksploatacji, które nie były jeszcze znane w chwili zawarcia niniejszej Umowy.

Organizator dopuszcza możliwość modyfikacji zwycięskiego projektu, przy współpracy z autorem / autorami, z poszanowaniem oryginalnej formy projektu. Przystępując do konkursu, uczestnik wyraża zgodę na przeniesienie praw autorskich oraz na możliwość dokonywania przez Organizatora modyfikacji projektu we współpracy z autorem/autorami projektu.

Postanowienia końcowe:

Organizator udostępni w/w informacje do wiadomości uczestników za pośrednictwem Internetu, na stronie Organizatora www.zamek.poznan.pl oraz innych portalach.

Laureaci konkursu zobowiązują się udostępnić Organizatorowi nagrodzone prace w formie pliku PDF lub innej przewidzianej w umowie zawartej z Organizatorem.

Zwycięzcy każdego z etapów konkursu informowani będą za pomocą poczty elektronicznej oraz telefonicznie.

Organizator zastrzega sobie prawo do możliwości bezpłatnej publikacji i prezentacji projektów zgłaszanych na konkurs i wykorzystywania ich w celach promocyjnych oraz prawo do przetwarzania i wykorzystywania danych uczestników konkursu w celach promocyjnych.

Przystąpienie do Konkursu oznacza wyrażenie przez Uczestnika bezpłatnej zgody na opisaną wyżej publikację i prezentację projektu, wykorzystanie projektu oraz danych uczestnika w celach promocyjnych.

Przystąpienie do Konkursu oznacza akceptację warunków niniejszego Regulaminu.

We wszelkich sprawach nieuregulowanych niniejszym Regulaminem zastosowanie mają odpowiednie przepisy Kodeksu Cywilnego, ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych i ustawy o ochronie danych osobowych.

Wszelkie spory dotyczące Konkursu, wynikłe pomiędzy Organizatorem a Uczestnikami będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Organizatora.

Przystępując do Konkursu, Uczestnik Konkursu wyraża zgodę na przetwarzanie przez Organizatora Konkursu danych osobowych zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 o ochronie danych osobowych (Dz.U. z 2002 r. nr 101, poz. 926 z późn. zm.).

Kontakt:

Wszelkich informacji na temat konkursu udziela telefonicznie lub mailowo Dział Promocji Centrum Kultury „Zamek”: promocja@ckzamek.pl. tel.; 61 64 65 270