



REGULAMIN KONKURSU NA LOGOTYP

Wydawnictwa Miejskiego Poznania

§ 1

Organizator

Organizatorem Konkursu na logotyp Wydawnictwa Miejskiego Poznania, zwanego dalej Konkursem jest samorządowa instytucja kultury Wydawnictwo Miejskie Poznania, zwane dalej Wydawnictwem.

§ 2

Cel konkursu

1. Celem Konkursu jest pozyskanie najlepszego znaku i identyfikacji graficznej dla nazwy Wydawnictwo Miejskie Poznania.
2. Informacje o Wydawnictwie są dostępne na stronie www.wm.poznan.pl

§ 3

Uczestnicy

1. Konkurs ma charakter otwarty i jest adresowany przede wszystkim do twórców, w tym uczniów, studentów i absolwentów uczelni artystycznych i projektowych.
2. Warunkiem uczestnictwa w Konkursie jest:
 - 1) akceptacja i przestrzeganie warunków Konkursu;
 - 2) dostarczenie prac konkursowych zgodnie z wymaganiami, o których mowa w niniejszym regulaminie Konkursu;
3. Nadesłanie prac konkursowych równoznaczne jest z akceptacją regulaminu Konkursu.

§ 4

Konkurs

1. Konkurs zostanie ogłoszony 20 maja 2011 r. i będzie trwał do 10 czerwca 2011 r.
2. Zadaniem konkursowym jest opracowanie logotypu dla potrzeb Wydawnictwa.
Wydawnictwo Miejskie Poznania jest nową samorządową instytucją kultury. Kontynuujemy tradycje Wydawnictwa Miejskiego, skupiającego się przede wszystkim na publikacjach związanych z szeroko pojętą popularyzacją Poznania, jego historii, architektury, mieszkańców. Jesteśmy otwarci na nowoczesność – rzeczywistość mediów elektronicznych i swobodnego przepływu informacji. Oczekujemy, że nasze nowe logo będzie łączyło te dwie jakości – osadzenie w tradycji i lekkość przynależną przyszłości.
3. Logotyp WMP powinien nawiązywać do linii graficznej Miasta Poznania w przynajmniej dwóch z trzech aspektów: kolorystyce, użyciu czcionki miejskiej lub piktogramu gwiazdki. W materiałach pomocniczych (do pobrania na stronie wmposnania.pl) znajduje się skrócona informacja o linii graficznej Miasta Poznania oraz zwektoryzowane wersje nazwy wydawnictwa w kroju czcionki miejskiej. Znak graficzny WMP będzie wykorzystywany na różnych polach – zarówno w naszych publikacjach drukowanych – zwłaszcza na grzbietach książek – jak i na stronach internetowych. Dlatego konieczne będzie zaprojektowanie nie tylko znaku słowno-graficznego, ale i piktogramu (jako jedną z opcji), pozbawionego nazwy wydawnictwa.
4. Projekt logotypu należy przygotować w 2 opcjach: pełnej, uwzględniającej nazwę „Wydawnictwo Miejskie Poznania” oraz skróconej (piktogram), a także w 3 wersjach kolorystycznych: kolorowej, czarno-białej i w skali szarości. Każdy z uczestników Konkursu może zgłosić dowolną liczbę projektów logotypu.
5. Prace konkursowe muszą być dostarczone jako wydruki w formacie A4 oraz w formie elektronicznej (płyta CD). Wydruki muszą zawierać logotyp w wersji kolorowej w trzech wielkościach: logotyp o podstawie 15 cm oraz pomniejszony logotyp o podstawie 2.5 cm i 1 cm (wersja skrócona). Wydruki muszą być podpisane z tyłu pracy, w górnym prawym rogu godłem składającym się z trzech cyfr i dwóch liter. Poszczególne prace konkursowe w formie elektronicznej należy podpisać, stosując jako nazwę godło.
6. Autor nagrodzonego logotypu zobowiązuje się do opracowania księgi znaku. W ramach dokumentacji logotypu (księgi znaku) opracowane i przedstawione powinny zostać następujące elementy:

- a. podstawowa wersja logo w pełnym kolorze,
 - b. wersja skrócona (piktogram),
 - c. najmniejsze dopuszczalne (czytelne) pomniejszenie,
 - d. czytelne zaznaczenie pola znaku, pola podstawowego i pola ochronnego,
 - e. kolorystyka znaku w CMYK, PANTONE i RGB,
 - f. warianty znaku: w skali szarości, wersja achromatyczna (pozytyw i negatyw),
 - g. opis zastosowanych w znaku czcionek.
7. Prace konkursowe powinny być wykonane samodzielnie przez uczestników Konkursu jako oryginalne dzieła ich autorstwa i nie mogą naruszać interesów prawnych osób trzecich.
8. Prace konkursowe wraz z kartą zgłoszeniową zawierającą imię i nazwisko, tel. kontaktowy, e-mail (wzór do pobrania na stronie www.wmposnania.pl) w zaklejonej kopercie oznaczonej godłem należy złożyć lub przesłać na adres:
Wydawnictwo Miejskie Posnania
ul. F. Ratajczaka 44
61-728 Poznań
z dopiskiem KONKURS
9. Termin składania prac konkursowych upływa **10 czerwca 2011 r.** Niespełnienie przez uczestnika warunków formalnych lub technicznych określonych w tym paragrafie może spowodować odrzucenie pracy konkursowej przez Wydawnictwo.

§ 5

Jury

1. Zwycięzca Konkursu oraz osoby wyróżnione zostaną wyłonieni przez Jury, w którego skład wchodzi:
 - 1) – Przewodniczący Jury – Dariusz Jaworski – dyrektor Wydawnictwa Miejskiego Posnania
 - 2) – członkowie:
prof. Eugeniusz Skorwider – kierownik Pracowni Plakatu II Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu
Borys Fromberg – zastępca dyrektora Biura Promocji Miasta Poznania
Paweł Pawrowski – Creative Group Head – studio Men At Work
Joanna Pakuła – kierownik Studia Graficznego Wydawnictwa Miejskiego Posnania
2. Jury przy ocenie stosować będzie jako kryterium wartość projektową zgłoszonych prac konkursowych.
3. Wydawnictwo ma prawo nie przyznać nagrody głównej, jeśli żaden z przedstawionych projektów nie zadowoli Wydawnictwa.
4. Wydawnictwo zastrzega sobie możliwość zrezygnowania z wdrożenia wybranej pracy pomimo jej nagrodzenia.

§ 6

Nagrody

1. Wydawnictwo przyzna jedną nagrodę główną oraz trzy wyróżnienia. Jeden uczestnik może otrzymać tylko jedno wyróżnienie, niezależnie od liczby zgłoszonych projektów logotypu.
2. Laureat nagrody głównej otrzyma nagrodę pieniężną w wysokości 2.000,00 PLN.
3. Organizator pobierze należny podatek w wysokości 10% wartości nagrody.
4. Osoby wyróżnione otrzymają zestawy publikacji Wydawnictwa.

§ 7

Ogłoszenie wyników i promocja laureatów

1. Ogłoszenie wyników Konkursu nastąpi do dnia 20 czerwca 2011 r., a zwycięzcy Konkursu zostaną powiadomieni drogą mailową o rozstrzygnięciu Konkursu.
2. Wydawnictwo zastrzega sobie możliwość podania do publicznej wiadomości informacji o laureatach Konkursu.
3. Wyniki Konkursu zostaną podane do wiadomości publicznej na stronie internetowej wm.poznan.pl oraz wmposnania.pl oraz przekazane poznańskim mediom.

Prawa autorskie

1. Uczestnik konkursu-Laureat nagrody głównej Konkursu przeniesie na Wydawnictwo z chwilą przyjęcia nagrodzonej pracy konkursowej wszelkie zbywalne majątkowe prawa autorskie do wszystkich stworzonych w ramach udziału w konkursie i przekazanych opracowań, materiałów reklamowych i ich projektów zwanych dalej utworami, w odniesieniu do wszelkich zastosowań na następujących polach eksploatacji na terenie kraju jak i poza jego granicami:
 - a. w zakresie utrwalania i zwielokrotnienia każdego z Utworów – prawo do wytwarzania dowolną techniką egzemplarzy Utworów, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową, wprowadzania Utworów do pamięci komputera oraz sieci multimedialnych;
 - b. w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami Utworów – prawo do wprowadzania do obrotu, użyczenia lub najmu oryginału albo egzemplarzy Utworów;
 - c. w zakresie rozpowszechniania Utworów w sposób inny niż określony w lit. b/ - prawo do publicznego wykonania, wystawienia, wyświetlenia, odtworzenia oraz nadawania drogą emisji telewizyjnej i radiowej prowadzonej w sposób bezprzewodowy (naziemny lub satelitarny) lub w sposób przewodowy, remitowania, a także publicznego udostępniania utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, w tym poprzez publikację w prasie, udostępnianie utworu w sieci „Internet”, jak również techniką webcastingu, simulcastingu, videocastingu oraz wszelkich innych form transmisji internetowej oraz rozpowszechniania za pośrednictwem sieci telefonicznych (w sieciach stacjonarnych lub komórkowych), w szczególności za pomocą: telefonu komórkowego (w tym także WAP) i urządzeń cyfrowych (np.: dekodery, VOD, PPV, komputery osobiste i inne);
 - d. prawo do trwałego lub czasowego zwielokrotnienia Utworu w całości lub w części, jakimikolwiek środkami i w jakiegokolwiek formie;
 - e. prawo do przystosowywania, dokonywania wszelkich zmian, adaptacji, poprawek, przeróbek, zmian formatu, skrótów i opracowań Utworu, w tym zmiany układu lub jakichkolwiek innych zmian w Utworze w szczególności zmiany rozmieszczenia i wielkości poszczególnych elementów graficznych składających się na Utwór, a także wykorzystywania opracowań Utworu w postaci przeróbek, fragmentyzacji i/lub przemontowywania nawet wówczas, gdyby efektem tych działań miałyby być utrata indywidualnego charakteru Utworu z wyłączeniem możliwości wykorzystania wizerunku artysty zawartego w Utworze w celu stworzenia innego utworu;
 - f. prawo do wykorzystania Utworu i jego modyfikacji oraz adaptacji we wszelakiego rodzaju dostępnych formach, m.in. w środkach reklamy, w tym reklamy telewizyjnej, radiowej, prasowej, internetowej, reklamy zewnętrznej (Outdoor), materiałach reklamowych nieprzeznaczonych do prezentacji w mediach (BTL), plakatach, ulotkach reklamowych, broszurach oraz innych akcesoriach reklamowych.
2. Wydawnictwo ma prawo do swobodnego dysponowania nabytymi majątkowymi prawami autorskimi, w tym przeniesienia ich na inny podmiot, bez jakichkolwiek dodatkowych opłat, wynagrodzeń na rzecz Uczestnika konkursu-laureata zarówno na terenie kraju jak i poza jego granicami.
3. W odniesieniu do wszystkich materiałów reklamowych wykonanych dla Uczestnika konkursu-laureata przez osoby trzecie na jego zlecenie, przeniesie on na Wydawnictwo zbywalne autorskie prawa majątkowe, w drodze przeniesienia praw lub udzielenia licencji, w zakresie nabytym przez uczestnika konkursu-laureata zgodnie z ustaleniami dokonanymi pomiędzy uczestnikiem konkursu-laureatem a Wydawnictwem dotyczącymi: zakresu, czasu, terytorium i pól eksploatacji.
4. W przypadku, gdy osoba trzecia wytoczy przeciwko Wydawnictwu proces o naruszenie praw autorskich do utworów zawartych w materiałach reklamowych, do których prawa uczestnik konkursu-laureat przeniósł zgodnie z pkt 1 i 3, zobowiązany on będzie pokryć koszty zastępstwa procesowego, kosztów sądowych oraz zapłacić zasądzone prawomocnym wyrokiem sądu odszkodowanie lub koszty polubownego załatwienia sprawy, pod warunkiem wypełnienia przez Wydawnictwo zobowiązania, o którym mowa w pkt 5.
5. Wydawnictwo zobowiązane jest do niezwłocznego poinformowania uczestnika konkursu-laureata o wniesieniu przeciwko niemu pozwu opisanego w pkt 4 lub zgłoszeniu roszczeń oraz udzielenia wyłącznego pełnomocnictwa wskazanej przez niego osobie – uprawnionej do zastępstwa procesowego przed sądami powszechnymi – do reprezentowania przed sądem lub załatwienia sporu polubownie. Wydawnictwo ma prawo na własny koszt ustanowić pełnomocnika, który jest zobowiązany do pełnego współdziałania z pełnomocnikiem ustanowionym zgodnie z pkt 5.
6. Materiały reklamowe wytworzone przez uczestnika konkursu-laureata mogą być używane przez niego dla celów reklamy własnej, jednakże bez prawa rozpowszechniania. Rozpowszechnianie w ramach reklamy własnej wymaga każdorazowo uprzedniej pisemnej zgody Wydawnictwa.

Ochrona danych osobowych

1. Uczestnicy Konkursu wyrażają zgodę na przetwarzanie ich danych osobowych zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (tekst jednolity Dz. U. z 2002 r., Nr 101, poz. 926, z późn. zm.) dla potrzeb Konkursu.
2. Uczestnikom Konkursu przysługuje prawo wglądu do przekazanych danych osobowych oraz do ich poprawiania.

Postanowienia końcowe

1. Wydawnictwo zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszego regulaminu Konkursu i przedłużenia terminu zgłaszania prac konkursowych oraz do ewentualnego niewyłonienia zwycięzcy Konkursu, z wyłączeniem zmiany zasad przyznawania nagród przewidzianych w § 6 regulaminu Konkursu.
2. Wszelkie koszty związane z uczestnictwem w Konkursie oraz przygotowaniem projektu logo ponosi uczestnik Konkursu.
3. Ewentualne spory między Wydawnictwem a uczestnikami Konkursu będą rozpatrywane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Wydawnictwa.
4. Dodatkowych informacji udziela:
Joanna Pakuła
e-mail: joanna.pakula@wm.poznan.pl
tel. 61 851 96 85