



Propozicije

1.1. Takmičenju mogu pristupiti svi agencijski ili nezavisni profesionalci koji: (I) imaju manje od 30 godina (rođeni posle 23. juna 1994., uključujući i 23. jun 1994.), (II) imaju prebivalište u Republici Srbiji, (III) su zaposleni u kompanijama registrovanim u Srbiji ili imaju status samozaposlene osobe (nezavisnim profesionalcima nije dopušteno da se takmiče pod imenom neke od agencija), (IV) nemaju status studenta i (V) nisu zaposleni kod Cannes Lionsa ili srpskih udruženja/društava za tržišno komuniciranje (UEPS, IAA, IAB, DSOJ).

1.2. Takmičenju mogu pristupiti i pojedinci na stručnom osposobljavanju bez zasnivanja radnog odnosa, no u slučaju da pobeđe i budu pozvani na globalno takmičenje Young Lions, takmičenju mogu pristupiti isključivo kao zaposleni agencije podnosioca prijave.

1.3. Takmičenju mogu pristupiti i dosadašnji pobeđnici, ali ne u parovima u kojima su dosad osvojili priznanja.

2.4. Takmičarski tim u Digital i Print kategorijama čine dve osobe koje su (i) zaposlene u kreativnim, oglašivačkim, digitalnim i sličnim agencijama ili (II) freelanceri.



2. Prijave

2.1. Takmičarski timovi na takmičenje se mogu prijaviti do 9. aprila 2024. godine pomoću obrasca dostupnog na sajtu ili direktno na e-mail adresu ueps.office@gmail.com.

2.2. Ispunjeni prijavni obrazac potrebno je poslati na e-mail adresu ueps.office@gmail.com. Uz obrazac za prijavu potrebno je dostaviti skeniranu izjavu kojom se uz pečat i potpis odgovorne osobe potvrđuje kako su takmičari iz obrasca zaposleni u navedenoj agenciji (ako se takmiče pod imenom agencije).

2.3. Prijava se smatra važećom nakon što organizator zaprimi uplatu takmičarske kotizacije. Cena takmičarske kotizacije za svakog člana takmičarskog tima iznosi **20.000,00 dinara**, a za timove iz agencija/kompanija koji su članovi UEPS-a iznosi **14.000,00 dinara**.

Zaštita ličnih podataka od velike nam je važnosti. Svi podaci za kontakt, te dodatne informacije koje navedete tokom postupka prijave na takmičenje Young Lions Srbija su poverljivi.

2.4. Cenu takmičarske kotizacije može podmiriti agencija ili je mogu podmiriti sami takmičarski timovi.



3. Hodogram takmičenja

26. februar Otvaranje prijava

9. april Zatvaranje prijava

10. april u 11:00 Briefing (uživo)

10. april u 12:00 Početak takmičenja (uživo)

11. april u 12:00 Završetak takmičenja i predaja projekata (uživo)

12. april Žiriranje

18. april Proglašenje pobednika Young Lions Srbija

18. april Uručenje nagrade

19. – 23. jun Cannes Young Lions međunarodno takmičenje



4. Žiri

4.1. Žiri Young Lions Srbija čini izbor stručnjaka od renomiranih stručnjaka za tržišne komunikacije, predstavnik organizacije klijenta i predstavnik generalnog sponzora i sponzora takmičenja.

4.2. Članove žirija bira i potvrđuje Organizator.

4.3. Žiri sve projekte ocenjuje jednom jedinstvenom ocenom u rasponu od 1 do 10.

4.4. Prema rang listi projekata, žiri bira prva tri mesta u kategoriji.

5. Kriterijumi ocenjivanja Young Lions

Kreativna ideja (50 % ocene): Je li rad inovativan i upečatljiv? Postoji li potencijal za uticaj na industriju?

Strategija i insight (20 % ocene): Relevantnost za brend, odabir elemenata kampanje, ciljna publika, pristup.

Usklađenost s briefom (20 % ocene): Odražava li rad zahteve klijenta iz briefa?

Realizacija (10 % ocene): Je li rad dobro osmišljen? Postoje li stroga pravila realizacije? Da li bi kampanja bila uspešna?



6. Nagrade za pobednike

6.1. Statua Young Lions Srbija se dodeljuje pobedniku.

6.2. Od prijavljenih timova bira se Young Lions Srbija, „najbolji od najboljih“ te je taj tim automatski nagrađen nagradom u vrednosti pokrivenih sledećih troškova: kotizacije i ulaznice za festival Cannes Lions 2024. Pobednički tim predstavljaće Srbiju na svetskom takmičenju Young Lions u Cannesu 2024. godine.

6.3. Pobednički rad biće objavljen na web stranicama Young Lions Srbija i UEPS.

7. Smernice za takmičare Young Lions Srbija

7.1. Na radnoj poziciji na takmičenju koriste se lični računari.

7.2. Svako korišćenje remote control sistema (npr. TeamViewer) ili komunikacija s netakmičarima mobilnim ili računarom vezano za takmičenje za vreme samog takmičenja sankcioniše se diskvalifikacijom.

7.3. Posle početka brifinga nije moguće promeniti kategoriju takmičenja.

7.4. Organizacioni tim zadužen za rad na takmičenju u svakom trenutku može prići takmičarskim timovima i proveriti eventualnu zloupotrebu ili kršenje pravila.

7.5. Sve pauze, uključujući one za hranu i piće, takmičari koriste samostalno u prostorima posebno namenjenima za to, a vreme iskorišteno za pauze ubraja se u 24 sata, koliko traje samo takmičenje.

7.6. Takmičari u svoje radove ne smeju uključiti sadržaj koji (I) krši prava intelektualnog vlasništva (uključujući plagiranje i preuzimanje tuđih ideja ili koncepata), (II) je preteći, klevetnički, uvredljiv, diskriminatoran ili podstiče na mržnju, (III) nije u skladu sa zakonima Republike Srbije.

7.7. Osoblje zaduženo za rad na takmičenju u svakom trenutku može proveriti eventualnu zloupotrebu ili kršenje pravila među takmičarskim timovima.

7.8. Takmičarski timovi dužni su pre predaje rada da detaljno provere je li njihovo rešenje u skladu s odredbama o plagiranju, preuzimanju tuđih ideja, neprimerenom ili ilegalnom sadržaju iz tačke 7.6.

7.9. Predajom rada smatra se da je provera sprovedena. Ako nakon provere Uprava UEPS-a u ime Organizatora opravdano sumnja na namerno ili slučajno kršenje odredaba ovog Pravilnika, takmičarski tim ne može biti proglašen pobednikom i rizikuje diskvalifikaciju, naknadno oduzimanje nagrade ili drugu sankciju.

7.10. Radovi pristigli posle 9. aprila 2024. neće se smatrati valjanima.

7.11. U slučaju da Young Lions pobednici pre odlaska na svetsko takmičenje Cannes Young Lions promene matičnu agenciju, tj. agenciju koja ih je prijavila i podmirila trošak prijave na takmičenje, prijava takmičara na Cannes Young Lions u ingerenciji je agencije prijavljiivača, u saglasnosti s Upravom UEPS-a ispred Organizatora.

7.12. Takmičarima će biti dostupne baze fotografija sa free sajtova, a pri izradi oglasa i kampanja treba se voditi briga o autorskim pravima.

7.13. Svi materijali stvoreni tokom takmičenja daju se na raspolaganje klijentu bez naknade. U slučaju da određeni materijali stvoreni tokom takmičenja predstavljaju autorsko delo takmičara, za klijenta se zasniva neisključivo i neograničeno pravo iskorišćavanja takvog autorskog dela, isključujući pravo prerade.

7.14. Klijent je ovlašćen, ali nije obavezan, da koristi bilo koje materijale stvorene tokom takmičenja, a o potrebi i načinu prerade se obavezuje da sklopi posebni sporazum s autorom pojedincem/agencijom čiji je zaposleni stvorio takvo autorsko delo.

8. Opšti uslovi

8.1. Podnošenjem prijave takmičarski timovi prihvataju odredbe iz ovog Pravilnika i obavezuju se na njihovo poštovanje.

8.2. Takmičarski timovi mogu se takmičiti u samo jednoj kategoriji.

8.3. Organizator zadržava pravo procene poštovanja odredbi ovog Pravilnika tokom celog procesa takmičenja. Nepoštovanje bilo koje odredbe može rezultirati diskvalifikacijom. U slučaju spora vezanog uz (ne)poštovanje odredaba od strane bilo kog takmičara, Uprava UEPS-a u ime Organizatora ima konačnu odluku.

8.4. Organizator zadržava pravo promene, odlaganja ili obustave takmičenja iz bilo kojeg razloga. U slučaju promene, odlaganja ili obustave takmičenja, sve uključene strane saglasne su da Organizator i Cannes Lions ne snose odgovornost za bilo kakvu štetu prouzrokovanu promenom ili obustavom takmičenja te da takmičari nemaju pravo na kompenzaciju.



DIGITAL kategorija

Izazov u Digital kategoriji je: kreiranje integrisane Digital kampanje za klijenta.

Takmičari su dužni, saobrazno briefu, da odgovore kreativnom upotrebom tehnologije (ukorak sa trenutnim razvojem tehnologije - online i/ili mobile) i isporuče rešenje, kao i pisano objašnjenje:

Takmičarski par treba da isporuči rešenje-prezentaciju koja će sadržati tri primera (.jpeg) digitalnih Lead komponenti, prikaz (.jpeg) koji će sumirati kampanju i pisano objašnjenje u četiri dela koje će predstaviti njihovu kampanju:

1. Pojašnjenje (siže) konteksta samog rada (max. 150 reči)
2. Insight i strategija iza isporučenog rada, kreativni uvid (kako kreativnost može da pomogne u rešenju korišćenjem društvenih mreža i tehnologija (max. 150 reči)
3. Vaše rešenje – koje će platforme, tehnologije i alati biti korišćeni i zašto? (max. 150 reči)
4. Kako će funkcionisati odnosno kako će priloženo rešenje da doprinese rešenju klijentovog zadatka/problema? (max. 150 reči)

Takmičarski tim svoj rad šalje organizatoru u PDF formatu, ne većem od 10 MB.

PRINT kategorija

Izazov u Print kategoriji je kreiranje print oglasa za klijenta.

Takmičari su dužni, saobrazno briefu, da isporuče oglas dimenzije A3, kao i pisano objašnjenje u dva dela:

1. Pojašnjenje konteksta samog oglasa (max. 150 reči)

2. Insight i strategija iza isporučenog rada (max. 150 reči). Kreativni takmičarski tim čine grafički i ostali specijalisti za dizajn i copywriter.

Takmičarski tim svoj rad šalje organizatoru u PDF-u ne većem od 10 MB.



PRIJAVNI OBRAZAC

1. Naziv agencije/kompanije iz advertajzing industrije
2. Takmičarska kategorija
3. Ime i prezime
4. E-mail adresa
5. Kontakt telefon
6. Funkcija
7. Datum rođenja