

УТВЕРЖДАЮ

Начальник Управления по  
физической культуре и спорту  
Администрации города  
Челябинска

М. С. Клещевников  
« 06 » 10 2020 г.



## ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении городского конкурса социальной рекламы «Стань ближе к спорту»

### I. Общие положения

1.1. Городской конкурс социальной рекламы «Стань ближе к спорту» (далее – конкурс) проводится в целях популяризации здорового образа жизни среди населения города Челябинска. Положение определяет порядок проведения городского конкурса социальной рекламы «Стань ближе к спорту», критерии отбора работ участников Конкурса, условия участия, порядок определения и победителей Конкурса.

1.2. Задачами проведения конкурса являются:

- а) формирование мотивации к занятиям физической культурой и спортом;
- б) повышение социальной активности жителей города;
- в) выявление лучших достижений в разработке рекламной продукции социального и просветительского назначения;
- г) поддержка творческих и интересных идей в сфере создания и продвижения социальной рекламы;
- д) популяризация создания социальной рекламы;
- е) увеличение доли социальной рекламы в рекламном пространстве города.

### II. Права и обязанности организаторов конкурса

2.1. Организаторы городского конкурса:

- Управление по физической культуре и спорту Администрации города Челябинска;

2.2. Организаторы определяют условия проведения конкурса, имеют право приостанавливать и прекращать конкурс, изменять время его проведения и утверждать его итоги.

### III. Общие сведения и принципы конкурса

3.1. Принципами проведения городского конкурса являются: «прозрачность» процедур и обеспечение равных возможностей для всех участников городского конкурса, коллегиальность принятия решений, свободного и открытого

предоставления информации о ходе проведения и результатах городского конкурса через средства массовой информации.

3.2. Под понятием "социальная реклама" организаторы конкурса понимают информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

#### **IV. Условия участия в конкурсе и требования по оформлению конкурсных работ**

4.1. В Конкурсе имеют право принимать участие граждане, проживающие в Челябинске и предоставившие все документы в соответствии с условиями Конкурса.

4.2. Для участия в Конкурсе необходимо подготовить рекламный материал социального характера по одной из установленных организаторами Конкурса номинаций и тем, отвечающий целям и задачам Конкурса.

4.3. Участие в Конкурсе бесплатное.

4.4. К каждой конкурсной работе должна быть приложена заявка, Приложение № 2 Заявка является документом, необходимым для включения работ в список конкурсантов. Работы отправляются на электронную почту [usporta@inbox.ru](mailto:usporta@inbox.ru)

В пакет документов для участия в Конкурсе входят:

1. Заявка установленного образца – оригинал, с подписью автора или группы авторов, заполненная согласно Приложению № 2 к настоящему Положению в формате: текстовый редактор Word с использованием шрифтов «Times New Roman» № 14 через 1,0 интервал.

2. Конкурсная работа: работа, соответствующая требованиям, установленным в п.4.5. настоящего Положения.

4.5. Технические требования к предоставляемым работам.

- Социальная диджитал реклама. Размещение на главных экранах города. Работы должны быть выполнены во всех четырех форматах. Приложение № 1

Специальная категория конкурса - социальная реклама в социальных сетях.

В этой категории принимаются работы для социальных сетей: VK, Instagram, Youtube.

К работе должно быть описание: тема, по которой представлена данная работа, название конкурсной работы.

4.6. Конкурсная работа должна содержать одно из направлений, тем:

- «Мотивационная социальная реклама»: побудить челябинцев заниматься физической культурой, а тех кто уже занимается, мотивировать на ежедневные тренировки и достижения высоких результатов в спорте.

- «Социальная реклама одного вида спорта»: популяризация занятий в определенном виде спорта.

- «Доступный спорт»: для занятий спортом главное цель и желание!

4.7. Конкурсные работы на Конкурс принимаются с 8 октября по 8 ноября текущего года.

4.8. Конкурсные работы, отправленные после окончания срока приема указанного в п. 4.7., не рассматриваются и к участию в Конкурсе не допускаются.

4.9. Все конкурсные работы, поданные на Конкурс, не возвращаются и не рецензируются.

4.10. Предоставляемая на Конкурс работа, должна отвечать следующим требованиям при создании социальной рекламы:

- текст рекламы должен быть кратким, лаконичным и оригинальным;
  - наличие в рекламе эмоциональной окраски, носителями которой являются цвет, свет, шрифт, рисунок, графические элементы и т.п.;
  - качество оформления конкурсной документации.
- при использовании изображений людей должно быть согласие на их использование.

4.11. Рекламный материал должен соответствовать законодательству Российской Федерации и тематике Конкурса (Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»).

4.12. В работах, представляемых на Конкурс, не должно быть:

- упоминания о конкретных марках товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации;
- упоминания о физических и юридических лицах, за исключением упоминания об органах государственной власти, иных государственных органах, об органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, о спонсорах, о социально ориентированных некоммерческих организациях, а также о физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи. В социальной рекламе допускается упоминание о социально ориентированных некоммерческих организациях в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на достижение общественно полезных целей;
- упоминания имен политических деятелей и лидеров, партий, политических лозунгов, высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл;
- изображений всех видов свастики, насилия, дискриминации, вандализма, крови, отражающих телесные страдания людей и животных, интимных сцен, информации в любой форме унижающей достоинство человека или группы людей;
- отсутствие в рекламе сведений, не соответствующих действительности (недостоверных сведений).

Категорически запрещается использовать чужие тексты или идеи дизайна (полностью или частично). В случае несоблюдения данного условия работа отстраняется от участия в Конкурсе.

4.13. К участию в Конкурсе допускаются поданные в срок работы, содержание которых соответствует утвержденным номинациям и темам Конкурса в соответствии с настоящим Положением.

4.14. Конкурсные работы, не соответствующие разделу 4 настоящего Положения к участию в Конкурсе, не допускаются.

## **V. Порядок определения победителей конкурса**

5.1. Все конкурсные работы оцениваются Комиссией по 5-ти балльной системе. Подведение итогов осуществляется с учетом следующих критериев оценки:

- соответствие работы заявленной теме;
- аргументированность и глубина раскрытия содержания;
- грамотность, профессионализм решения, эффективность рекламных, социальных методик и технологий;
- социальная значимость, позитивность и креативность (новизна идеи, оригинальность, гибкость мышления) конкурсной работы;
- точность и доходчивость языка и стиля изложения.

5.2. В каждой номинации участник Конкурса, набравший наибольшее количество баллов, становится победителем Конкурса.

5.3. Информация об итогах проведения Конкурса и его победителях освещаются в средствах массовой информации.

## **VI. Использование конкурсных работ**

6.1. Работы победителей получают организационную, информационную поддержку и могут быть использованы в целях:

- размещения в СМИ (телевидение, печатная пресса, интернет);
- размещения на наружных рекламных носителях;
- проведения общественно-значимых мероприятий, социальных информационных компаний.

6.2. Организаторы Конкурса оставляют за собой право использовать конкурсные работы в некоммерческих целях и без выплаты денежного вознаграждения автору (авторскому коллективу), но с обязательным указанием имени автора (соавторов).

## **VII. Условия подведения итогов**

7.1. Для подведения итогов конкурса Управление по Физической культуре и спорту Администрации города Челябинска собирает конкурсный совет, состоящий из специалистов рекламы и PR, СМИ и спорта.

## **VIII. Награждение победителей и участников конкурса**

8.1. По итогам Конкурса по каждой номинации, участники, ставшие победителями Конкурса, награждаются дипломами и получают премии в размере

1 место — 15 тысяч рублей

2 место — 10 тысяч рублей

3 место — 5 тысяч рублей

Специальная категория конкурса — социальная реклама в социальных сетях оценивается отдельно. Призы — сертификаты для занятий спортом в спортивные учреждения города, спортивная сувенирная продукция.

8.2. Все участники Конкурса получают сертификат участника конкурса социальной рекламы «Будь ближе к спорту».

## **IX. Прочие условия**

9.1. Передача участником конкурсной работы в соответствии с настоящим Положением означает полное согласие участника с условиями проведения Конкурса.

9.2. В случае предъявления требований, претензий и исков третьих лиц, в том числе правообладателей авторских и смежных прав на представленную работу, участник обязуется разрешать их от своего имени и за свой счет.

Приложение № 1  
к Положению о проведении городского  
конкурса социальной рекламы «Стань ближе к спорту»

1. Хронометраж 5 или 10 сек, разрешение в пикселях 1200\*720, avi, mp4
2. Хронометраж 5 или 10 сек, разрешение в пикселях 1152\*288, avi, mp4
- 3.

■ **Требования к анимированным роликам**

- Разрешение 1024 x 485 пикселей;
- Без звуковой дорожки; частота кадров 30 к/сек; пиксели квадратные;
- Экраны с разрешением, отличающимся от заданного до 7%, действуют в рамках данного ТТ;
- Продолжительность - 7 сек;
- Форматы конструкций 6x3
- Пропорции макета 2:1;
- Ориентация горизонтальная;
- Минимальный размер шрифта 50 мм.;
- Размер отдельного файла не более 50 МБ.;
- Основной формат mp4 (кодек Hvid); дополнительные форматы: avi, mov, wmv;
- Запрещено использование видеоконтента телевизионных роликов, содержащих развитие сюжетной линии и требующих постоянного внимания к изображению во время его демонстрации (для понимания сюжетной линии в целом);
- Допускается использование до 3 сюжетов (слайдов) в пределах 1 ролика, но рекомендуется не более 2;
- Допускается использовать различные дополнительные эффекты: мигание, вращение, масштабирование, перемещение элементов, блики, свечение, замена цвета, анимация персонажей и другие.

■ **Требования к статичному медиаконтенту\***

- Статичным медиаконтентом считается трансляция изображения в формате JPEG
- Разрешение 1024 x 485 пикселей;
  - Экраны с разрешением, отличающимся от заданного до 7%, действуют в рамках данного ТТ;
  - Продолжительность - 7 сек;
  - Форматы конструкций 6x3;
  - Пропорции макета 2:1;
  - Ориентация горизонтальная;
  - Минимальный размер шрифта 50 мм.;
  - Основной формат jpeg; дополнительные форматы (текст в кривых): psd, cdr, tiff, ai, eps.
  - Цветовая палитра RGB. При предоставлении исходного материала в палитре CMYK, могут возникнуть несоответствия цвета при переводе изображения в цветовую систему RGB;
  - Коэффициент качества «Высокий» 100%.

4.

**■ Требования к анимированным роликам**

- Разрешение 1504x480 пикселей;
- Без звуковой дорожки; частота кадров 30 к/сек; пиксели квадратные.
- Экраны с разрешением, отличающимся от заданного до 7%, действуют в рамках данного ТТ.
- Продолжительность - 7 сек.
- Форматы конструкций 15x5
- Пропорции макета 3:1.
- Ориентация горизонтальная.
- Минимальный размер шрифта 50 мм.
- Размер отдельного файла не более 50 МБ.
- Основной формат mp4 (кодэк Hvid); дополнительные форматы: avi, mov, wmv.
- Запрещено использование видеоконтента телевизионных роликов, содержащих развитие сюжетной линии и требующих постоянного внимания к изображению во время его демонстрации (для понимания сюжетной линии в целом);
- Допускается использование до 3-х сюжетов (слайдов) в пределах 1-го ролика, но рекомендуется не более 2-х;
- Допускается использовать различные дополнительные эффекты: мигание, вращение, масштабирование, перемещение элементов, блики, свечение, замена цвета, анимация персонажей и другие.

**■ Требования к статичному медиаконтенту**

- Статичным медиаконтентом считается трансляция 1-го изображения (картинки)
- Разрешение 1504x480 пикселей;
  - Экраны с разрешением, отличающимся от заданного до 7%, действуют в рамках данного ТТ.
  - Продолжительность - 7 сек.
  - Форматы конструкций 15x5
  - Пропорции макета 3:1.
  - Ориентация горизонтальная.
  - Минимальный размер шрифта 50 мм;
  - Основной формат jpeg; дополнительные форматы (текст в кривых): psd, cdr, tiff, ai, eps.
  - Цветовая палитра RGB. При предоставлении исходного материала в палитре CMYK, могут возникнуть несоответствия цвета при переводе изображения в цветовую систему RGB.
  - Коэффициент качества «Высокий» 100%.

Приложение №2  
к Положению о проведении городского  
конкурса социальной рекламы «Стань ближе к спорту»

**ЗАЯВКА**

*на участие в городском конкурсе социальной рекламы «Стань ближе к спорту»*

Номер участника (заполняется организаторами)	
<b>Сведения об авторе:</b>	
1. Фамилия, имя, отчество (полностью)	
2. Дата рождения (дд. мм. гggg)	
3. Номер основного документа, удостоверяющего личность, сведения о дате выдачи указанного документа и выдавшем его органе	
4. ИНН	
5. Домашний адрес	
6. Полное юридическое название места учебы/работы	
7. Курс, специальность/должность	
8. контактный телефон	
9. ссылка на страницу в социальной сети Вконтакте	
10. Email	
<b>Сведения о конкурсной работе:</b>	
1. Название конкурсной работы	
2. Номинация	
Пояснение (аннотация) к работе (о смысле, обстоятельствах создания, о выборе темы и концепции работы)	
<b>Откуда Вы узнали о конкурсе (возможно несколько вариантов ответа):</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- от друзей/ знакомых</li> <li>- из средств массовой информации</li> <li>- от оргкомитета</li> <li>- другое (указать) _____</li> </ul>	

С условиями Конкурса ознакомлен и согласен. Как автор, не возражаю против размещения моей конкурсной работы на безвозмездной основе в сети Интернет, использования ее в теле- и радиопередачах и на наружных рекламных носителях на территории Российской Федерации, а также публикаций в печатных средствах массовой информации, в том числе посвященных Конкурсу, в некоммерческих целях.

В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ «О персональных данных» даю согласие Управлению по физической культуре и спорту в течение 5 лет использовать мои вышеперечисленные персональные данные для составления списков участников Конкурса, опубликования списков на сайте, создания и отправки наградных документов Конкурса, рассылки конкурсных материалов, использования в печатных презентационных/методических материалах Конкурса, предоставления в государственные органы власти, для расчета статистики участия в Конкурсе, организации участия в выставках и социальных рекламных кампаниях.

Подпись \_\_\_\_\_

Дата подачи заявки  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.