

O natjecanju Young Lions Croatia:

Najbolji od najboljih imaju priliku osvojiti nagradu u vrijednosti od 40.000 kuna i predstavljati Hrvatsku na globalnom natjecanju u Cannesu! Sudjelujte na jedinom natjecanju za mlade agencijske i nezavisne profesionalce – Young Lions Croatia.

Novost je ovogodišnjeg natjecanja uvođenje čak dviju novih kategorija – Media, za mlade profesionalce iz medijskih agencija te Print kategorija za agencijske kreativce. Tako će se ove godine natjecanje provesti u čak pet kategorija: Design, Digital, Media, Print i PR.

Još je jedna važna novost mogućnost natjecanja mladih nezavisnih profesionalaca, također u timovima od dvoje.

Ove godine finalisti svih kategorija imat će priliku prezentirati svoje radove pred publikom na Danima komunikacija u dvorani B.

Natjecanje je posebno po tome što se testiraju vještine i znanja, a prije svega kreativnost mladih timova koji za produkciju traženih radova i kampanja imaju 24 sata od prezentiranog briefa. Pobjednički tim koji osvoji Grand Prix dobiva nagradu u vrijednosti od 40.000,00 kuna, odnosno troškove puta, smještaja i kotizacija za festival Cannes Lions 2018, koji se od 18. do 22. lipnja održava u Francuskoj.

Potpuno odvojeni od svojih senior direktora i klijenata, natjecateljski timovi sastavljeni su od dvoje mladih profesionalaca do 30 godina starosti. Natjecatelji se u sklopu Young Lions natjecanja imaju priliku dokazati na nacionalnoj, ali i svjetskoj razini, predstavljajući Hrvatsku na svjetskom Young Lions natjecanju u Cannesu, gdje će snage odmjeriti s kolegama iz čitavog svijeta.

Young Lions Croatia nije samo uzbudljivo natjecanje za mlade, već i projekt humanitarnog karaktera. Klijent Young Lions natjecanja je neprofitna humanitarna organizacija ili organizacija civilnog društva kojoj se svi producirani materijali od strane natjecatelja daju na korištenje bez naknade.

Natjecateljski timovi svih kategorija zajedno pristupaju briefu neposredno prije početka natjecanja, a identitet klijenta je nepoznat sve do tog trenutka. Natjecatelji znaju samo da je riječ o humanitarnoj ili neprofitnoj organizaciji civilnog društva. Identitet klijenta, njegove ciljeve, strategije i ciljanu publiku na briefingu predstavlja jedan od članova organizacije/klijenta za kojeg se radi kampanja.

Nakon briefinga timovi počinju samostalno raditi na radnim pozicijama namijenjenima isključivo njima. Timovi se mogu kretati unutar prostora koji je organizator namijenio za tu svrhu. Za dovršetak zadatka, timovi imaju 24 sata.



YOUNG LIONS
CROATIA

12.-15. travnja 2018. hotel Lone, Rovinj
www.danikomunikacija.com

ORGANIZATORI:

hura!



Prijave:

Natjecateljski se timovi na natjecanje mogu prijaviti do 2. travnja 2018. godine putem obrasca dostupnog na <http://danikomunikacija.com/hr/>.

Prijava se smatra važećom nakon što organizator zaprimi uplatu natjecateljske kotizacije.

Cijena natjecateljske kotizacije:

Cijena se odnosi na tim od dvoje natjecatelja, a ne uključuje prijevoz do Rovinja, smještaj ili kotizaciju za festival Dani komunikacija.

- 1.499,00 kn + PDV – redovna cijena natjecateljske kotizacije za tim od dvoje natjecatelja.
- 999,00 kn + PDV – cijena natjecateljske kotizacije za tim od dvoje natjecatelja za članove HURA-e.

Finalisti koji će svoje radove prezentirati na Danima komunikacija te ostali sudionici natjecanja ostvaruju pravo na kupnju kotizacija za Dane komunikacija po cijeni od 1.350,00 kn + PDV.

Raspored natjecanja (Zagreb/Rovinj):

- 6.4. (petak, Zagreb) u 13.00 sati - početak natjecanja i briefing.
- 7.4. (subota, Zagreb) u 13:00 sati - kraj natjecanja.
- 10.4. (utorak, Zagreb) - žiriranje.
- 12.4. (četvrtak, Rovinj) - prezentacije finalista (nije obavezno).
- 12.4. (četvrtak, Rovinj) - proglašenje pobjednika.

Odabir pobjednika:

- Bira se pobjednik u svakoj od pet kategorija: Design, Digital, Media, Print i PR.
- Žiri Young Lions Croatia čini 10 članova izabranih iz žirija natjecanja Effie, IdejaX i Mixx, renomirani stručnjaci za odnose s javnošću, predstavnik organizacije klijenta i predstavnik generalnog sponzora natjecanja. Članove žirija bira i potvrđuje organizacijski odbor Dana komunikacija.



YOUNG LIONS
CROATIA

12.-15. travnja 2018. hotel Lone, Rovinj
www.danikomunikacija.com

ORGANIZATORI:

hura!



Nagrade za pobjednike:

- Proglašavaju se prva tri mjesta u svakoj od pet kategorija: Design, Digital, Media, Print i PR.
- Statua se dodjeljuje Grand Prix pobjedniku, a pobjednicima u svim kategorijama uručit će se priznanja.
- Od pet pobjedničkih timova bira se Grand Prix, „najbolji od najboljih“ te je taj tim automatski nagrađen nagradom u vrijednosti od 40.000 kuna koja pokriva sljedeće troškove: kotizacije za Cannes Lions (1295 eura), smještaj i avionske karte. Grand Prix tim predstavljat će Hrvatsku na svjetskom Young Lions natjecanju u Cannesu 2018. godine.

Smjernice za natjecatelje:

1. Natjecanju mogu pristupiti samo mladi agencijski ili nezavisni profesionalci do 30 godina starosti (rođeni nakon 22. lipnja 1987., uključujući i 22. lipanj 1987.), natjecanju se pristupa uz predočenje osobne iskaznice ili putovnice.
2. Natjecati se mogu i nezavisni profesionalci, ali kao independent team. Nezavisnim profesionalcima nije dopušteno natjecati se pod imenom neke od agencija.
3. Natjecanju mogu pristupiti samo zaposleni u tvrtkama ili obrtima registriranim u Hrvatskoj.
4. Studenti ne mogu sudjelovati na natjecanju.
5. Natjecanju mogu pristupiti i pojedinci na stručnom osposobljavanju bez zasnivanja radnog odnosa, no u slučaju da pobijede i budu pozvani na natjecanju u Cannes, na natjecanje mogu pristupiti isključivo kao zaposlenici agencije.
6. Cijenu natjecateljske kotizacije može podmiriti agencija ili je mogu podmiriti sami natjecateljski timovi.
7. Na radnoj se poziciji na natjecanju koriste vlastita računala.
8. Svako korištenje remote control sustava (npr. TeamViewer) ili komunikacija s nenatjecateljima putem mobitela ili računala vezano za natjecanje za vrijeme samog natjecanja, sankcionira se diskvalifikacijom.
9. Osoblje zaduženo za rad na natjecanju u svakom trenutku može prići natjecateljskim timovima i provjeriti eventualnu zloupotrebu ili kršenje pravila.
10. Sve pauze, uključujući pauzu za pušenje, hranu i piće, natjecatelji koriste samostalno u prostorima posebno namijenjenima za to, a vrijeme iskorišteno za pauze ubraja se u 24 sata, koliko traje samo natjecanje.
11. Natjecateljima će biti dostupne baze fotografija sponzora, a pri izradi oglasa i kampanja, treba se voditi briga o autorskim pravima.
12. Svi materijali producirani tijekom natjecanja daju se na raspolaganje klijentu bez naknade, a autorima se priznaje autorstvo.
13. Klijent, ako se odluči koristiti materijale producirane tijekom natjecanja, nije dužan koristiti pobjedničke radove, no ukoliko to želi, može od autora zatražiti doradu i modifikaciju rješenja.

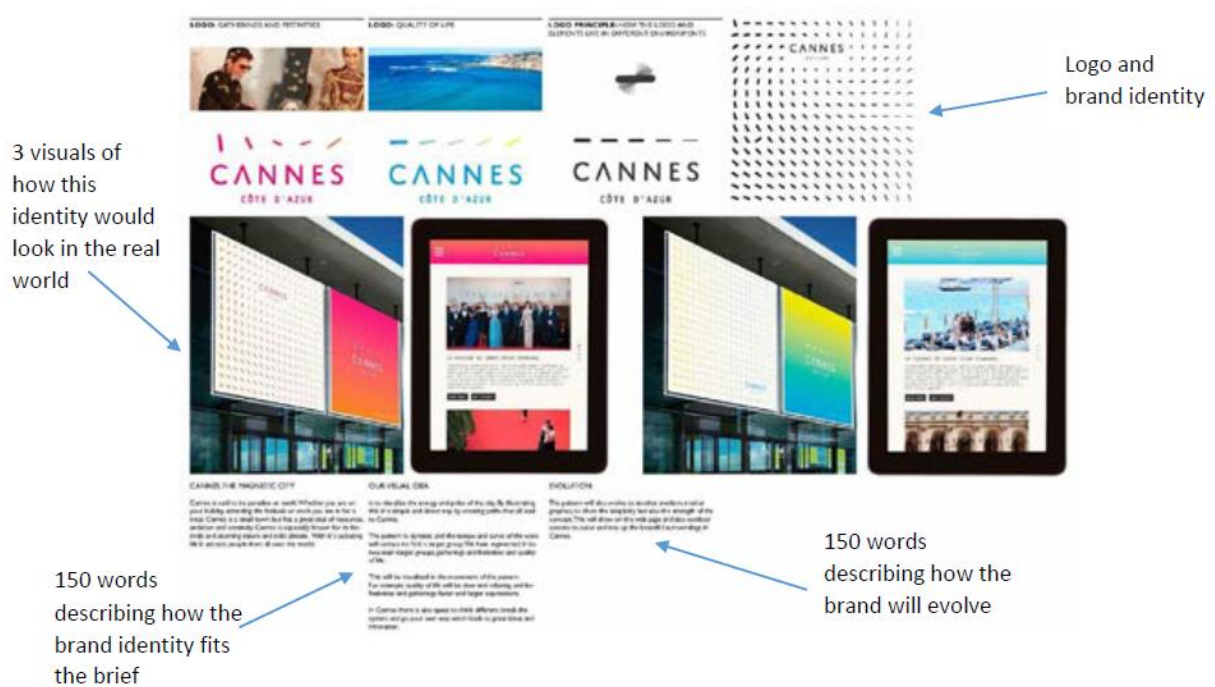
DESIGN kategorija

Izazov u Design kategoriji je kreirati identitet branda.

Sukladno briefu, natjecatelji su dužni isporučiti A3 dizajn koji će uključivati:

1. Logo/brand identitet.
2. Tri vizuala koji će pokazati kako će identitet izgledati u stvarnosti.
3. Objašnjenje kako se identitet uklapa u brief (max. 150 riječi).
4. Opis kako će se brand razvijati (max. 150 riječi).

Natjecateljski tim svoj rad u obliku prezentacije šalje organizatoru u PDF formatu, i to ne većem od 10 MB.



DIGITAL kategorija


Izazov u Digital kategoriji je kreiranje integrirane digitalne kampanje.

Natjecateljski tim na brief treba odgovoriti kreativnom upotrebom tehnologije. Cilj je pokazati kako se pomoću digitalne tehnologije mogu isporučiti kreativna rješenja na zadani brief, a sve ukorak s trenutnim razvojem tehnologije (online i/ili mobile).

Natjecateljski tim u zadanom roku treba isporučiti prezentacijsku stranicu koja će sadržavati tri primjera (jpeg) digitalnih Led komponenti, prikaz (jpeg) koji će sumirati kampanju te pisano objašnjenje u četiri dijela koji će predstaviti njihovu kampanju:

1. Sažetak kampanje (max. 150 riječi).
2. Kreativni uvid – kako kreativnost može pomoći pri rješavanju problema koristeći se društvenim mrežama i tehnologijom? (max. 150 riječi).
3. Vaše rješenje – koje će platforme, tehnologije i alati biti korišteni i zašto? (max. 150 riječi).
4. Kako će funkcionirati – kako će rješenje tih društvenih mreža pomoći odgovoriti na brief i riješiti klijentov problem (max. 150 riječi).

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



The image shows a digital campaign submission form with several sections and annotations:

- CAMPAIGN NAME:** "The 'Tap For School' Hitbook"
- SUMMARY SIDE:** Includes a visual representation of the campaign on mobile devices. An annotation points to this section: "Image summarising campaign (JPEG)".
- INTEGRATED SOCIAL MEDIA CAMPAIGN SUMMARY:** A text box containing a short description of the campaign. An annotation points to this section: "Four part written submission (150 words max per section)".
- WRITTEN SUBMISSION:** A section with four sub-headers:
 - Creative insight:** "Education is the key to everything. In order to understand and improve your living situation, you need to go to school and learn how to read and write and do math amongst other things. Our campaign shows how knowledge unlocks doors and how it gives you access to further information and a better life."
 - What is your solution?:** "We create Hitbooks in all the major cities in the world. In order to use them, all you have to do is answer a simple question asked by your kids without education. Parents with proper schooling shouldn't have a problem to answer them while the kids do."
 - Example questions: "What is the capital of India?", "340 + 25 = ?", "Who was the first man on the moon?"
 - Text below: "The correct answer works as your password and gives you unlimited access to the internet and knowledge."
 - How will it work?:** "Young people are constantly looking for ways to connect with the internet. We use their behavior and offer them free internet in exchange for their attention to our subject. Besides that they will also get the chance to sign our petition either by quickly typing in their personal details or simply by using their finger print on their phone."
- SOCIAL MEDIA PLATFORMS:** A section showing three examples of digital components:
 - Platform 1: A social media post.
 - Platform 2: A social media post with a question.
 - Platform 3: A map showing the campaign's reach.
 An annotation points to this section: "Example of three digital Led components (JPEG)".



YOUNG LIONS
CROATIA

12.–15. travnja 2018. hotel Lone, Rovinj
www.danikomunikacija.com

ORGANIZATORI:

hura!



MEDIA kategorija

U Media kategoriji izazov je pripremiti inovativnu medijsku strategiju s pojašnjenjem kako će ideja biti izvedena.

Žiri će očekuje objašnjenje ideje i kako se planiraju koristiti odabrani mediji. Važno je demonstrirati kako će se stvoriti angažman potrošača (consumer engagement) umjesto običnog nagovaranja te kako će se iskoristiti vrijednost novih medijskih kanala i otkriti uvid u potrošača (consumer insight) koji komunikacijsku strategiju čini učinkovitim. Strategija treba biti jasno pokazana kroz odabrane medijske kanale.

Natjecateljski tim dužan je isporučiti prezentaciju s maksimalno 10 slajdova u kojoj će opisati proizvod ili uslugu, dodatni slajd koji vizualno sažima prezentaciju te pisano objašnjenje u tri dijela:

1. Opis kreativne ideje/insight te istraživanje i prikupljanje podataka (max. 150 riječi).
2. Opis strategije – ciljana publika, medijsko planiranje i pristup (max. 150 riječi).
3. Opis egzekucije – implementacija, medijski kanali i integracija, timeline (max. 150 riječi).

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

PRINT kategorija

Izazov u Print kategoriji je kreirati print oglas za klijenta.

Natjecatelji su dužni sukladno briefu isporučiti oglas A3 dimenzija te pisano objašnjenje u dva dijela:

1. Pojašnjenje konteksta samog oglasa (max.150 riječi).
2. Insight i strategija iza isporučenog rada (max. 150 riječi).

Kreativni natjecateljski tim čine grafički i ostali specijalisti za dizajn te copywriter.

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



YOUNG LIONS
CROATIA

12.-15. travnja 2018. hotel Lone, Rovinj
www.danikomunikacija.com

ORGANIZATORI:

hura!



PR kategorija

U PR kategoriji izazov je pripremiti PR kampanju i strategiju čiji je cilj pokazati kako se odnosi s javnošću mogu koristiti u aktiviranju publike i upoznavanju s organizacijom i/ili specifičnom problematikom s kojom se klijent nosi.

Natjecateljski tim čine dva mlada PR profesionalca iz PR agencije ili full service agencije (s PR odjelom).

PR kampanja treba se povezati s vrijednostima branda organizacije/organizacijom, povećati awareness/stvoriti engagement među publikom te identificirati i stvoriti odnose s relevantnim sudionicima (novinarima, opinion leaderima...).

Natjecateljski tim dužan je organizatoru isporučiti pisani dokument u tri dijela:

1. Opis kreativne ideje (max. 150 riječi).
2. Opis strategije (max. 150 riječi) u kojoj će se navesti ciljana skupina, ciljani mediji, PR planiranje i pristup.
3. Opis egzekucije, odnosno implementacije PR aktivnosti (max. 150 riječi).

Uz pisani dokument, potrebno je pripremiti prezentaciju s maksimalno 10 slajdova te jedan dodatni slajd koji vizualno sažima prezentaciju.