

YOUNG
CREATIVE
CHEVROLET

2012 ART
CONTEST

PRZEWODNIK YCC

Zasady uczestnictwa w konkursie
i wytyczne do projektów

4 kategorie konkursowe

- » MODA
- » FOTOGRAFIA
- » FILM
- » SZTUKI WIZUALNE

PRZEDSTAWIA



CHEVROLET



SPIS TREŚCI:

- STRONA 3** OPIS KONKURSU: YOUNG CREATIVE CHEVROLET
Wprowadzenie
Zasięg
O marce Chevrolet
- STRONA 4** YCC DAJE SZANSĘ
Dlaczego warto wziąć udział
- STRONA 5–7** OGÓLNE ZASADY KONKURSU
Udział
Rejestracja
Terminy
Zgłoszenia
Wyłonienie finalistów (poziom krajowy i europejski)
Nagrody
- STRONA 8–9** YCC 2011- O CZYM WARTO WIEDZIEĆ
Laureaci konkursu europejskiego
Jurorzy konkursu europejskiego
- STRONA 10–13** YCC 2012- WYTYCZNE DO PROJEKTÓW
- STRONA 14** PODSUMOWANIE YCC
Komentarz Wayne'a Brannona
YCC na przestrzeni lat
- STRONA 15** PRZYPOMNIENIE O UPŁYWIE
TERMINU ZGŁOSZEŃ

OPIS KONKURSU: YOUNG CREATIVE CHEVROLET

WPROWADZENIE

YOUNG CREATIVE CHEVROLET (YCC) to ogólnoeuropejski konkurs dla studentów kierunków artystyczno-plastycznych oraz kierunków związanych z kategoriami konkursowymi (Moda, Fotografia, Film, Sztuki wizualne). YCC skupia się na trzech celach: wspieranie twórczości, promowanie młodych talentów artystycznych na początku ich kariery oraz szerzenie wartości marki Chevrolet. Pięć lat temu, w pierwszej edycji konkursu YCC, wzięli udział studenci z 32 uczelni z ośmiu państw – to był zaledwie początek. W przeciągu pięciu lat, YCC stał się wyczekiwany i ogólnoeuropejskim wydarzeniem. W zeszłorocznej edycji konkursu YCC 2011 nadeszło 552 zgłoszenia ze 155 uczelni w 22 krajach europejskich. Co roku kategorie konkursowe (moda, fotografia, film i sztuki wizualne) spotykają się z entuzjastycznym zainteresowaniem ze strony uczestników reprezentujących rosnącą liczbę szkół.

Chevrolet Europe jest bardzo zaangażowany w Konkurs Young Creative Chevrolet. Mamy nadzieję, że dołączycie do nas tworząc tym samym najciekawszą z dotychczasowych edycji konkursu.

ZASIĘG

Wraz ze wzrostem liczby zgłoszeń rośnie ranga konkursu. YCC przyciąga nie tylko coraz więcej studentów, uczelni i krajów, ale również zainteresowanie mediów oraz członków Jury konkursu – specjalistów i pionierów dziedzin, którymi się zajmują. Projekty YCC oceniane są zarówno na poziomie krajowym jak i europejskim. Trzej laureaci europejskiej edycji konkursu z każdej z dziedzin otrzymują nagrodę pieniężną oraz zaproszenie na uroczystą Galę. Zdobywca pierwszej nagrody w każdej z dziedzin otrzyma ponadto możliwość odbycia wyjątkowego stażu związanego z jego kategorią konkursową. Zaistnienie, zdobycie uznania, oraz zdobycie praktycznego doświadczenia to tylko niektóre z dodatkowych korzyści udziału w YCC.

O MARCE CHEVROLET

Chevrolet jest czwartą największą i jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek samochodowych na świecie. Więcej informacji o marce Chevrolet oraz jej stuletniej historii dostępnych jest na: <http://www.chevrolet-europe.com>



YCC DAJE SZANSE

DLACZEGO WARTO WZIĄĆ UDZIAŁ W KONKURSIE

STUDENCI

YOUNG CREATIVE CHEVROLET oferuje niepowtarzalną szansę dla studentów kierunków artystyczno-plastycznych oraz kierunków związanych z kategoriami konkursowymi (Moda, Fotografia, Film, Sztuki wizualne) wykorzystania swojego talentu oraz współpracy z renomowaną, światową marką.

YCC zapewnia:

- bezpośredni związek kierunku, w którym kształci się student z projektem
- możliwość poznania studentów z innych państw europejskich i odkrycia nowych sposobów na podejście do sztuki oraz własnej twórczości
- możliwość poznania profesjonalistów z dziedzin konkursowych, co może stanowić pierwszy krok na drodze zawodowej
- pierwszy, pewny krok w profesjonalnym środowisku artystycznym

SZKOŁY

YOUNG CREATIVE CHEVROLET to skuteczny sposób na pokazanie twórczości i możliwość umocnienia związków między studentami a środowiskiem profesjonalistów, w tym biznesmenów, artystów i dziennikarzy.

YCC zapewnia:

- nagłośnienie uczelni w mediach polskich oraz europejskich, jak również publikacje na stronach internetowych YCC oraz marki Chevrolet
- wierność założeniom twórczym ze względu na brak wymogu zaangażowania finansowego, w tym wnoszenia jakichkolwiek opłat ze strony uczestników

Więcej informacji dostępnych jest na:

www.youngcreativechevrolet.eu

OGÓLNE ZASADY KONKURSU

W 2011-2012 r. Chevrolet Europe GmbH (z siedzibą na Stelzenstrasse 4, 8152 Glattbrugg, Szwajcaria) zorganizuje doroczną, szóstą edycję konkursu YOUNG CREATIVE CHEVROLET skierowanego do studentów kierunków artystyczno-plastycznych oraz kierunków związanych z kategoriami konkursowymi (Moda, Fotografia, Film, Sztuki wizualne).

KTO MOŻE WZIĄĆ UDZIAŁ W KONKURSIE

- W konkursie YCC mogą wziąć udział jedynie studenci kierunków artystyczno-plastycznych oraz kierunków związanych z kategoriami konkursowymi (Moda, Fotografia, Film, Sztuki wizualne). Studenci muszą dokonać rejestracji (zob. Rejestracja). W dniu 1 stycznia 2012 roku studenci nie mogą mieć ukończonego 30. roku życia.
- Powyższy punkt dotyczy również pracowników agencji współpracujących z marką Chevrolet, w tym z pracownikami agencji Garden of Words.
- Udział w konkursie jest bezpłatny.

SZKOŁY: W JAKI SPOSÓB MOŻNA WZIĄĆ UDZIAŁ W KONKURSIE

1. Należy przedstawić zasady konkursu YCC studentom wraz z wytycznymi dotyczącymi projektów
2. Należy wybrać jedną lub kilka kategorii konkursowych, w których uczelnia będzie brać udział. Kategorie konkursowe to: Moda, Fotografia, Film i Sztuki Wizualne. Uczelnia może zgłosić maksymalnie 10 prac w każdej z kategorii.
3. Należy zarejestrować się do dnia 31 stycznia 2012 r. (zob. Rejestracja)
4. Należy ustalić, którzy studenci wezmą udział w konkursie (sami lub w grupach do pięciu osób).
5. Należy przesłać listę studentów wraz z adresami emailowymi na adres m.zawistowska@gardenofwords.pl.
6. Należy nawiązać kontakt z przedstawicielem YCC w Polsce, Mają Zawistowską (telefon: 507803797)

SZKOŁY: REJESTRACJA

Aby wziąć udział w konkursie YCC należy zarejestrować się w następujący sposób:

1. Wejść na stronę www.youngcreativechevrolet.com/schools/register
 2. Wybrać kategorie konkursowe
 3. Wypełnić pozostałe rubryki formularza
- Wszystkie szkoły muszą zarejestrować się do dnia 31 stycznia 2012 r.** Uczelnia rejestruje się tylko raz.

WIĘCEJ INFORMACJI UDZIELA:

Maja Zawistowska
Telefon: 507803797
Email: m.zawistowska@gardenofwords.pl

UWAGA DLA STUDENTÓW:

Po dokonaniu rejestracji w konkursie YCC studenci otrzymają wytyczne dotyczące poszczególnych kategorii konkursowych. Więcej informacji dotyczących wytycznych do kategorii konkursowych, sposobu zgłaszania prac i terminów znajduje się poniżej, jak również na stronie www.youngcreativechevrolet.eu

OGÓLNE ZASADY KONKURSU: TERMINY I ZGŁOSZENIA

YCC 2012: TERMINY

- **Rozpoczęcie polskiej edycji konkursu YCC 2012:**
14 grudnia 2011 r.
- **Ostateczny termin rejestracji uczelni:**
31 stycznia 2012 r.
- **Ostateczny termin zgłoszenia prac:**
1 kwietnia 2012 r.
- **Obrady Krajowej Komisji Konkursowej:**
Maj lub czerwiec 2012 r. Decyzja o dokładnej dacie zostanie ogłoszona na stronie www.youngcreativechevrolet.eu do dnia 25 kwietnia 2012 r.
- **Obrady Europejskiej Komisji Konkursowej:**
Lipiec 2012 r.
- **Europejska Gala finałowa konkursu YCC:**
Wrzesień 2012

WYTYCZNE DO PROJEKTÓW

Wszystkie szkoły otrzymują taki sam Przewodnik po Konkursie YCC, w którym opisane są zasady konkursu, wytyczne do projektów i sposoby zgłaszania prac.

PRACE NAD PROJEKTAMI

Po rejestracji szkoły w Konkursie YCC studenci mogą zacząć pracę nad projektami indywidualnie lub w grupach do pięciu osób.

Studenci mogą wziąć udział w kilku kategoriach konkursowych, ale mogą zgłosić maksymalnie jedną pracę w każdej kategorii. (Uczelnia może zgłosić maksymalnie 10 prac w jednej kategorii).

Więcej informacji na temat zgłoszeń znajduje się w części dokumentu o wytycznych dotyczących projektu (strona 10).

ZGŁOSZENIA PRAC

Przyjmowane są wyłącznie prace zrealizowane i uprzednio nienagrodzone, będące dziełem autora, który zgłasza chęć uczestnictwa w konkursie. Osoby zgłaszające prace konkursowe będą musiały podpisać oświadczenie dotyczące praw autorskich.

Prace nie mogą zawierać elementów (np. muzyki, zdjęć, nagrań, filmów lub materiałów promocyjnych) prac innych autorów. Jeśli student chce wykorzystać w swojej pracy konkursowej część lub całość utworu innego autora, musi uzyskać pisemną zgodę od tego autora (lub podmiotu, któremu autorskie prawa do utworu przysługują), na nieodpłatne i nieograniczone terytorialnie wykorzystanie tego utworu lub jego części przez markę Chevrolet, zgodnie z zasadami określonymi w regulaminie konkursu. Zgoda musi zostać przesłana wraz z pracą konkursową.

Prace nie są wykonywane na zlecenie marki Chevrolet, ani nie przedstawiają jej poglądów.

OGÓLNE ZASADY KONKURSU: WYŁONIEŃ FINALISTÓW I NAGRODY

OGÓLNE ZASADY:

Pierwszy etap konkursu będzie polegał na wyłonieniu trzech finalistów na poziomie krajowym w każdej z kategorii konkursowych. Zdobywcy pierwszej nagrody w każdej z kategorii wezmą udział w drugim etapie konkursu na poziomie europejskim.

Celem konkursu jest umożliwienie swobodnej ekspresji artystycznej oraz promowanie kreatywnych pomysłów. Prace, które godzą w dobre imię marki Chevrolet zostaną zdyskwalifikowane przez Komisję Konkursową. Chevrolet Europe zastrzega sobie prawo do odrzucenia projektów, które uzna za niestosowne.

WYŁONIEŃ FINALISTÓW:

- **POZIOM KRAJOWY:** Pierwszy etap konkursu odbędzie się na poziomie krajowym. Krajowa Komisja Konkursowa (Jury) nagrodzi trzech finalistów w każdej z kategorii konkursowych. Zdobywcy pierwszej nagrody w każdej z kategorii będą konkurować o nagrody na poziomie europejskim. W każdej z dziedzin może być tylko jeden zdobywca pierwszej nagrody. Każda Krajowa Komisja Konkursowa składa się z uznanych profesjonalistów w swojej kategorii, przedstawicieli mediów oraz pracowników najwyższych szczebli marki Chevrolet. Zwycięzcy etapu krajowego konkursu zostaną ogłoszeni w maju 2012 lub czerwcu 2012 r. i wezmą udział w europejskim etapie konkursu. Ostateczna data ogłoszenia zwycięzców zostanie podana na stronie www.youngcreativechevrolet.eu do dnia 25 kwietnia 2012 r.

- **POZIOM EUROPEJSKI:** W drugim etapie konkursu Europejska Komisja Konkursowa YCC składać się będzie z profesjonalistów i liderów każdej z kategorii konkursowych, przemysłu, mediów oraz pracowników najwyższych szczebli marki Chevrolet. Zwycięzcy każdej z kategorii europejskiego etapu konkursu ogłoszeni zostaną w lipcu 2012 r. i zostaną zaproszeni na europejską Galę Finałową YCC. Poprzednie gale miały miejsce w Paryżu, Turynie, Berlinie i Londynie. Wszystkie obrady jury YCC odbywają się za zamkniętymi drzwiami.

PRAWA AUTORSKIE

Zwycięskie prace konkursu YCC stają się własnością Chevrolet Europe, która zastrzega sobie prawo do ich wykorzystania w komunikacji z mediami, podczas pokazów samochodowych i w salonach sprzedaży oraz podczas innych działań marketingowo-promocyjnych. Nienagrodzone prace mogą zostać zwrócone autorom na ich prośbę.

NAGRODY W KONKURSIE YCC 2012

ETAP KRAJOWY

Nagrody w każdej z kategorii konkursowych:

- Pierwsze miejsce: 1200 Euro
- Drugie miejsce: 800 Euro
- Trzecie miejsce: 500 Euro

ETAP MIĘDZYNARODOWY

- **Pierwsze miejsce w kategorii Moda:** 4000 Euro oraz wyjątkowa praktyka związana z modą
- **Pierwsze miejsce w kategorii Fotografia:** 4000 Euro oraz wyjątkowa praktyka związana z fotografią
- **Pierwsze miejsce w kategorii Film:** 4000 Euro oraz wyjątkowa praktyka związana z filmem
- **Pierwsze miejsce w kategorii Sztuki Wizualne:** 4000 Euro oraz wyjątkowa praktyka związana ze sztukami wizualnymi

Praktyki w poprzednich edycjach konkursu wiązały się ze zdobywaniem doświadczenia w studiach nagraniowych, na sesjach zdjęciowych, podczas wizyt w studiach Endemol we Francji oraz u projektantów marki Lipsy (Wielka Brytania).

Pozostałe nagrody etapu międzynarodowego

Nagrody w każdej z kategorii konkursowych:

- Drugie miejsce: 3000 Euro
- Trzecie miejsce: 2000 Euro

Oprócz powyższych nagród, zwycięzcy europejskiego etapu Konkursu YCC zostaną zaproszeni na Galę Finałową YCC, gdzie osobiście odbiorą nagrody.

UWAGA

Udział w Konkursie Young Creative Chevrolet oznacza zaakceptowanie przez uczestnika warunków konkursu oraz wyrażenie zgody na nieodwoływanie się od decyzji Chevrolet Europe, które są ostateczne. Chevrolet Europe zastrzega sobie prawo do modyfikowania zasad konkursu, zmiany poszczególnych terminów oraz przerwania konkursu na każdym etapie jego trwania bez podania przyczyny zmian.

YCC 2011 O CZYM WARTO WIEDZIEĆ



**SZTUKI WIZUALNE
– PIERWSZE MIEJSCE**
Sofia Stergiopoulou
Uczelnia: OMIROS, Grecja

Komentarz Jury: «...wyjątkowa estetyka i praca w 100% zgodna z wytycznymi...»



FOTOGRAFIA – PIERWSZE MIEJSCE
Juliana Křížová and Jakub Vlček
Uczelnia: Univerzita Tomáše Bati, Czechy

Komentarz Jury: «Jeśli przyjrzymy się z bliska fotografii zobaczymy, że każdy szczegół opowiada historię. Zdjęcie łączy w sobie piękną grę światłem z silną kompozycją»



MODA – PIERWSZE MIEJSCE
LUBICA MILDEOVÁ
Uczelnia: FA STU Bratislava, Słowacja

Komentarz Jury: «...bardzo modne – zgodne z panującymi trendami...»



MUZYKA – PIERWSZE MIEJSCE
Roberto Attanasio, Michele Baldi,
Jacopo Bruschini
Uczelnia: IED Roma, Włochy

Komentarz Jury: «...współczesny, optymistyczny utwór o dobrej strukturze...»

**PRACE WSZYSTKICH LAUREATÓW EDYCJI
KONKURSU YCC 2011 DOSTĘPNE SĄ NA:
WWW.YOUNGCREATIVECHEVROLET.EU**

YCC 2011 – O CZYM WARTO WIEDZIEĆ



EUROPEJSKA KOMISJA KONKURSOWA

W lipcu 2011 r. Jury YCC obradowała za zamkniętymi drzwiami w Porto w Portugalii. W skład Jury wchodziły osoby zajmujące najwyższe stanowiska w Chevrolet oraz poniżej wymienieni wybitni profesjonalści z dziedziny sztuki i rozrywki (w kolejności alfabetycznej):

WILL HUDSON, SZTUKI WIZUALNE

Will Hudson założył słynne studio designu i doradztwa kreatywnego „It's Nice That”. W 2009 r. otrzymał stypendium D&AD „Adobe Future Creative” i uznany był za jednego ze 100 największych autorytetów rankingu „Top 100 Voices” firmy Say Media w 2011 r.

SAMUEL PRAT, FILM

Samuel Prat jest dyrektorem prestiżowego festiwalu krótkometrażowego „Off-Courts”, odbywającego się w Trouville-sur-mer (Francja) podczas festiwalu Deauville American Film Festival.

SVEN SCHÄFERKORD, MUZYKA

Sven Schäferkord jest dyrektorem Projektu Partnerskiego G/S/A i dyrektorem zarządzającym OCEAN artist&brand GmbH, filii Sony Music Entertainment Germany GmbH.

TIBERIO TIMPERI, MEDIA LIFESTYLE'OWE

Tiberio Timperi jest popularnym we Włoszech dziennikarzem i prezydentem telewizji RAI. Jest również znanym pisarzem i aktorem telewizyjnym i filmowym

IGOR TODOROVIC, MODA

Igor Todorovic jest redaktorem naczelnym Fashion TV SEE na Europę Południowo-Wschodnią i dyrektorem artystycznym Pink Media Group. Swoją karierę zaczynał projektując modę. Jest utytułowanym dziennikarzem mody.

KERSTIN ZU PAN, FOTOGRAFIA

Pracująca w Berlinie Kerstin Zu Pan wyrobiła sobie nazwisko w dziedzinie sztuk pięknych, mody i fotografii portretowej i reklamowej. Jej prace ukazały się w licznych publikacjach i cieszą się szerokim uznaniem.

KOMISJA KONKURSOWA YCC 2011

WAYNE BRANNON

Prezes i dyrektor zarządzający Chevrolet Europe

MARC KEMPE

Dyrektor ds. Public Relations Chevrolet Europe

JEFF PERKINS

Dyrektor Design UK Advanced Studio, Chevrolet

YCC 2012

WYTYCZNE: MODA

HASŁO KONKURSU: „MAKE IT HAPPEN”

Chevrolet jest czwartą największą marką samochodową na świecie, obecną na rynkach światowych od 100 lat. Co 7 sekund w jednym ze 130 krajów, w których sprzedawane są samochody marki Chevrolet, ktoś decyduje się na zakup auta tej marki. W tym roku wraz z wypuszczeniem na rynek siedmiu nowych samochodów rozpoczęto nową kampanię, której hasło „Make It Happen” celnie podkreśla rozmiar i zasięg marki. Hasło zawiera myśl, że życie jest pełne możliwości i niezależnie od tego kim się jest, co chce się zmienić lub kim zostać, teraz jest czas, żeby tego dokonać. „Make It Happen” to nastawienie, mantra, filozofia i zbiór słów, które razem powodują, że należy się zatrzymać i pomyśleć nad głębszym znaczeniem myśli.

W edycji YCC 2012 szukamy twórczych i zaskakujących interpretacji hasła „Make It Happen”. Nie ma osób, bardziej odpowiednich do przedstawienia tej myśli niż studenci kierunków artystycznych państw europejskich.

Życzymy zapału, świetnej zabawy i, przede wszystkim, wprowadzenie w życie hasła „Make It Happen”, bo świat jest pełen możliwości.

WYCIECZKA W ZADUMĘ

Dlaczego słowo „podróż” tak skutecznie pobudza wyobraźnię? Szeroka droga, sceneria oraz poczucie nieskończonych możliwości zachęcają do wyruszenia w podróż, która wymaga odpowiedniego stroju.

Prace w kategorii moda polegać będą na stworzeniu stroju (dla kobiety lub mężczyzny) na wymarzoną podróż... w wybranym samochodzie marki Chevrolet. Nie jest ważna destynacja, a uchwycenie ducha podróży w modzie.

DODATKOWE WYTYCZNE

- Samochód nie musi być ukazany w formie graficznej, ale inspiracja marką powinna być widoczna w pracy. Jeśli samochód pojawi się w formie graficznej, jego model powinien być wyszczególniony w opisie nadesłanego zgłoszenia. (Szczegóły poniżej)
- Logotyp marki Chevrolet może, ale nie musi, pojawić się w pracy.

UWAGA

Rozmiar ubrań powinien być wykonany w europejskim rozmiarze 38 (dla kobiet) i 50 (dla mężczyzn), aby móc konkurować w europejskiej edycji konkursu.

WYTYCZNE DO ZGŁOSZEŃ

- Prace w kategorii moda należy nadesłać w formie dwóch egzemplarzy rysunku stroju (rozmiar egzemplarza A3) wydrukowanych na planszy z pianki. Każdy z egzemplarzy powinien zawierać rysunek tyłu stroju oraz przodu stroju.
- Należy opisać materiał, który został użyty przy produkcji stroju i zaznaczyć czas na jego wykonanie.
- Do plansz należy dodać płytę lub USB z rysunkiem w formacie JPG, A4 300 dpi. Prace należy podpisać imieniem, nazwiskiem, uwzględnić adres email, telefon komórkowy studenta oraz uczelnię, w której studiuje student.

YCC 2012

WYTYCZNE: FOTOGRAFIA

HASŁO KONKURSU: „MAKE IT HAPPEN”

Chevrolet jest czwartą największą marką samochodową na świecie, obecną na rynkach światowych od 100 lat. Co 7 sekund w jednym ze 130 krajów, w których sprzedawane są samochody marki Chevrolet, ktoś decyduje się na zakup auta tej marki. W tym roku wraz z wypuszczeniem na rynek siedmiu nowych samochodów rozpoczęto nową kampanię, której hasło „Make It Happen” celnie podkreśla rozmiar i zasięg marki. Hasło zawiera myśl, że życie jest pełne możliwości i niezależnie od tego kim się jest, co chce się zmienić lub kim zostać, teraz jest czas, żeby tego dokonać. „Make It Happen” to nastawienie, mantra, filozofia i zbiór słów, które razem powodują, że należy się zatrzymać i pomyśleć nad głębszym znaczeniem myśli.

W edycji YCC 2012 szukamy twórczych i zaskakujących interpretacji hasła „Make It Happen”. Nie ma osób, bardziej odpowiednich do przedstawienia tej myśli niż studenci kierunków artystycznych państw europejskich.

Życzymy zapału, świetnej zabawy i, przede wszystkim, wprowadzenie w życie hasła „Make It Happen”, bo świat jest pełen możliwości.

TU I TERAZ

Tam gdzie spotyka się przeszłość z przyszłością pojawia się moment, który może coś zmienić.

Prace w kategorii fotografia polegać będą na uchwyceniu na zdjęciu hasła Chevrolet „Make It Happen” – uczucia możliwości, energii i zwrócenia się ku nowemu sposobowi życia. Fotografia może ukazywać niewykorzystanie możliwości, które pojawiły się w przeszłości, jednak należy skoncentrować się na nadziei na osiągnięcie marzeń.

DODATKOWE WYTYCZNE

- Można, ale nie trzeba nawiązywać do amerykańskich korzeni marki Chevrolet w sposób dosłowny lub przenośny.
- W pracy można, ale nie trzeba uwzględniać samochodu marki Chevrolet.
- Prace, które godzą w dobre imię marki Chevrolet zostaną zdyskwalifikowane przez Komisję Konkursową. Chevrolet zastrzega sobie prawo do odrzucenia projektów, które uzna za niestosowne.

WYTYCZNE DO ZGŁOSZEŃ

- Prace w kategorii fotografia muszą być nadesłane w formie dwóch wydruków o wymiarach 40cm x 60cm i wydrukowane na planszy z pianki. Należy zostawić po bokach pracy białe marginesy wielkości 3 cm.
- Do plansz należy dodać płytę lub USB z ze zdjęciem w formacie JPG i TIFF, A4 300 dpi.

Prace należy podpisać imieniem, nazwiskiem, uwzględnić adres email, telefon komórkowy studenta oraz uczelnię, w której studiuje student.

YCC 2012

WYTYCZNE: SZTUKI WIZUALNE

HASŁO KONKURSU: „MAKE IT HAPPEN”

Chevrolet jest czwartą największą marką samochodową na świecie, obecną na rynkach światowych od 100 lat. Co 7 sekund w jednym ze 130 krajów, w których sprzedawane są samochody marki Chevrolet, ktoś decyduje się na zakup auta tej marki. W tym roku wraz z wypuszczeniem na rynek siedmiu nowych samochodów rozpoczęto nową kampanię, której hasło „Make It Happen” celnie podkreśla rozmiar i zasięg marki. Hasło zawiera myśl, że życie jest pełne możliwości i niezależnie od tego kim się jest, co chce się zmienić lub kim zostać, teraz jest czas, żeby tego dokonać. „Make It Happen” to nastawienie, mantra, filozofia i zbiór słów, które razem powodują, że należy się zatrzymać i pomyśleć nad głębszym znaczeniem myśli.

W edycji YCC 2012 szukamy twórczych i zaskakujących interpretacji hasła „Make It Happen”. Nie ma osób, bardziej odpowiednich do przedstawienia tej myśli niż studenci kierunków artystycznych państw europejskich.

Życzymy zapału, świetnej zabawy i, przede wszystkim, wprowadzenie w życie hasła „Make It Happen”, bo świat jest pełen możliwości.

POSTAWA, KTÓRĄ MOŻESZ ZAMANIFESTOWAĆ

Jeśli chcesz coś osiągnąć zgodnie z hasłem „Make It Happen” pokaż to.

Prace w kategorii sztuki wizualne polegać będą na stworzeniu unikalnych i przyciągających wzrok nadruków na specjalną edycję t-shirtów i bluz. Grafika powinna ukazywać dynamizm i być zainspirowana hasłem marki „Make It Happen”.

UWAGA

Nagrodzone w konkursie prace zostaną wypuszczone na rynek jesienią 2012 r. lub latem 2013 r. w edycji limitowanej i dostępne będą w ofercie sprzedażowej marki Chevrolet.

WYTYCZNE DO ZGŁOSZEŃ

- Prace w kategorii sztuka muszą być nadesłane w formie dwóch wydruków na planszy z pianki w formacie DIN A2 (portret, 594 x 841 mm) bez marginesów. Każda z plansz powinna ukazywać samą grafikę, oraz t-shirt lub bluzę z nadrukowaną grafiką.
- Do plansz należy dodać płytę lub USB z pracą w formie EPS/ TIFF (300 dpi, A1) oraz JPG (150 dpi, A4).
- Na płycie należy zawrzeć informacje dotyczące wykonania (kolory Pantone oraz komentarze). T-shirty oraz bluzy zostaną wykonane z bawełny.

Prace należy podpisać imieniem, nazwiskiem, uwzględnić adres email, telefon komórkowy studenta oraz uczelnię, w której studiuje student.

DODATKOWE WYTYCZNE

Nie ma szczególnych wymagań co do koloru grafiki.

- Musi istnieć możliwość wydrukowania grafiki na ubraniach z bawełny w warunkach przemysłowych.
- Logo marki Chevrolet nie powinno być głównym elementem grafiki, ale może być jego dodatkiem. Jeśli uczestnik chce z tego logotypu skorzystać musi to zrobić zgodnie z europejskimi wytycznymi grafiki korporacyjnej marki Chevrolet. Mimo tego, że preferowane jest czterokolorowe logo Chevrolet bez znaku zastrzeżonego-- „R”, można użyć jedynie obramowania logotypu jeśli proces produkcyjny jest zbyt trudny z racji użytego materiału. Wytyczne dotyczące logotypu i sposobu jego użycia w grafice dostępne są na stronie youngcreativechevrolet.eu.
- Prace, które godzą w dobre imię marki Chevrolet zostaną zdyskwalifikowane przez Komisję Konkursową. Chevrolet Europe zastrzega sobie prawo do odrzucenia projektów, które uzna za niestosowne.

YCC 2012

WYTYCZNE: FILM

HASŁO KONKURSU: „MAKE IT HAPPEN”

Chevrolet jest czwartą największą marką samochodową na świecie, obecną na rynkach światowych od 100 lat. Co 7 sekund w jednym ze 130 krajów, w których sprzedawane są samochody marki Chevrolet, ktoś decyduje się na zakup auta tej marki. W tym roku wraz z wypuszczeniem na rynek siedmiu nowych samochodów rozpoczęto nową kampanię, której hasło „Make It Happen” celnie podkreśla rozmiar i zasięg marki. Hasło zawiera myśl, że życie jest pełne możliwości i niezależnie od tego kim się jest, co chce się zmienić lub kim zostać, teraz jest czas, żeby tego dokonać. „Make It Happen” to nastawienie, mantra, filozofia i zbiór słów, które razem powodują, że należy się zatrzymać i pomyśleć nad głębszym znaczeniem myśli.

W edycji YCC 2012 szukamy twórczych i zaskakujących interpretacji hasła „Make It Happen”. Nie ma osób, bardziej odpowiednich do przedstawienia tej myśli niż studenci kierunków artystycznych państw europejskich.

Życzymy zapału, świetnej zabawy i, przede wszystkim, wprowadzenie w życie hasła „Make It Happen”, bo świat jest pełen możliwości.

PODZIEL SIĘ MYŚLĄ

Forma rozrywki czy katalizator zmian społecznych? Należy docenić siłę filmu.

Czy kiedykolwiek myślałeś o tym, żeby zmienić coś w sobie, w społeczeństwie czy na świecie? Prace w kategorii film polegać będą na stworzeniu inspirującego, optymistycznego filmu, który zachęci odbiorców do działania i wykorzystania okazji.

UWAGA

Nagrodzony projekt zostanie wykorzystany w mediach społecznościowych używanych przez markę Chevrolet w Europie i na świecie.

DODATKOWE WYTYCZNE

- Prace muszą być autorstwa uczestnika konkursu
- Film powinien mieć optymistyczny wydźwięk
- W pracy należy użyć muzyki, a nie głosu lektorskiego, aby pracę można było wykorzystać w różnych krajach europejskich.
- Na końcu filmu powinna się pojawić informacja „Video by (oraz imię i nazwisko autora)”. Element ten można ściągnąć ze strony www.youngcreativechevrolet.eu.
- W filmie można, ale nie trzeba pokazywać samochodu marki Chevrolet ani logotypu marki Chevrolet, za to musi być wykorzystane logo konkursu Young Creative Chevrolet.
- Prace, które godzą w dobre imię marki Chevrolet zostaną zdyskwalifikowane przez Komisję Konkursową. Chevrolet Europe zastrzega sobie prawo do odrzucenia projektów, które uzna za niestosowne.
- W filmie nie można wykorzystać następujących elementów: przestępczości, niebezpiecznych zachowań, w tym nieostrożnego prowadzenia samochodu, zachęcania do niebezpiecznych zachowań, tematyki o charakterze politycznym, religijnym lub seksualnym.

WYTYCZNE DO ZGŁOSZEŃ

Prace należy nadsyłać w formie DVD o małej rozdzielczości i dużej rozdzielczości.

DUŻA ROZDZIELCZOŚĆ:

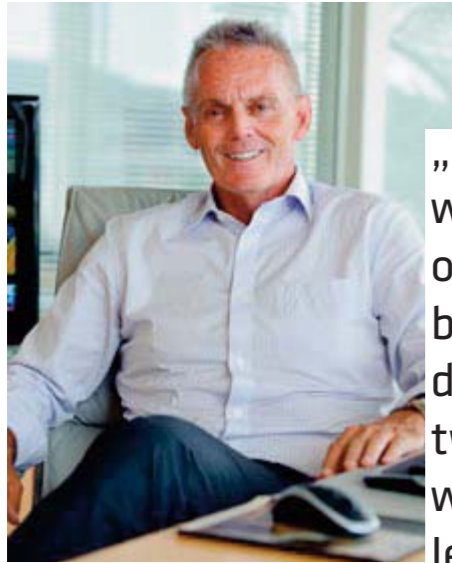
- Format QuickTime (MOV lub MP4), nie będą przyjmowane prace w formacie Windows Media, WMV lub AVI
- wielkość ekranu 768x432 (16: 9)
- wielkość pliku: maksymalnie do 70 MB
- długość video: 20-90 sekund.

MAŁA ROZDZIELCZOŚĆ:

- Format QuickTime (MP4), nie będą przyjmowane prace w formacie Windows Media, WMV lub AVI
- wielkość ekranu 320 x 179 (16: 9)
- wielkość pliku: maksymalnie do 6 MB
- długość video: 20-90 sekund

Prace należy podpisać imieniem, nazwiskiem, uwzględnić adres email, telefon komórkowy studenta oraz uczelnię, w której studiuje student.

PODSUMOWANIE YCC



„To młodzi ludzie wyznaczają kierunek, w którym zmierza świat i to oni decydują o jego zmianach i rozwoju, dziedziczą budowany przez nas świat i przekazują go dalej. Chevrolet jest pod wrażeniem twórczości cyklicznie prezentowanej w konkursie Young Creative Chevrolet. Jesteśmy dumni z tego, że poprzez tę inicjatywę możemy wspierać wschodzących artystów i projektantów. Wnioskując z ostatnich pięciu edycji konkursu możemy spodziewać się jeszcze bardziej kreatywnych prac w tegorocznej edycji Young Creative Chevrolet”.

*Wayne Brannon
Prezes i dyrektor zarządzający
Chevrolet Europe*

YCC NA PRZESTRZENI LAT

- » **YCC 2007**
32 zarejestrowane szkoły z 8 państw
- » **YCC 2008**
75 zarejestrowanych szkół z 15 państw
- » **YCC 2009**
120 zarejestrowanych szkół z 19 państw

- » **YCC 2010**
135 zarejestrowanych szkół z 20 państw
- » **YCC 2011**
155 zarejestrowanych szkół z 22 państw

Co przyniesie YCC 2012?

NIE PRZEGAP SZANSY WZIĘCIA UDZIAŁU W YCC 2012

**ZAPRASZAMY UCZELNIE
DO REJESTRACJI
NA STRONIE**

www.youngcreativechevrolet.com/schools/register

**DO
31 STYCZNIA 2012 R.**

Więcej informacji:
Maja Zawistowska
Telefon: 507803797
Email: m.zawistowska@gardenofwords.pl

PRZEDSTAWIA



CHEVROLET