

REGULAMIN KONKURSU

EFFECTIVE MEDIA & MARKETING AWARDS 2024

§ 1 ORGANIZATOR KONKURSU

1. Konkurs pod nazwą Effective Media & Marketing Awards (dalej EMMA) jest prowadzony na zasadach niniejszego regulaminu.
2. Organizatorem Konkursu jest VFP Communications Ltd. Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (ul. Idzikowskiego 16, 00-710 Warszawa) wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XX Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem: 0000038991, NIP: 5870200412, REGON: 190598398, kapitał zakładowy 180.000 PLN (dalej „VFP”); zwane dalej „Organizatorem”.
3. Konkurs nie jest grą losową, loterią fantową, zakładem wzajemnym, loterią promocyjną, grą której wynik zależy od przypadku, ani żadną inną przewidzianą w ustawie z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych (Dz. U. z 2009 r., nr 201, poz. 1540 z zm.).
4. Konkurs organizowany jest na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.
5. Organizator przeprowadza Konkurs na stronie internetowej znajdującej się pod adresem internetowym: www.emma-awards.pl i na platformie konkursowej należącej do Organizatora www.konkursy.media.com.pl (dalej zwanej Stroną Internetową Konkursu). Konkurs jest ogłaszany w kanałach social media (m.in. Facebook: <https://www.facebook.com/MMPonline>), w Internecie - na stronach i w innych miejscach, w których prowadzona jest kampania public relations przez Organizatora lub na jego zlecenie).

§ 2 CEL, ORGANIZACJA I FINANSOWANIE KONKURSU

1. Konkurs przeprowadzany jest w celu promocji najwyższych standardów w działaniach marketingowych.
2. Celem konkursu jest wyróżnienie najlepszych praktyk spełniających najwyższe standardy w działaniach marketingowych, w zakresie wykorzystania specjalistycznych narzędzi.
3. Konkurs jest finansowany ze środków własnych Organizatora, środków pozyskanych od uczestników Konkursu, a także środków pozyskanych od Sponsorów/Partnerów.
4. Termin zgłoszenia prac spełniających warunki określone w § 3 poniżej ustalają Organizatorzy.
5. Aktualny termin jest opublikowany i dostępny na stronie www.emma-awards.pl
6. Organizator zastrzega możliwość przedłużenia terminu zgłaszania prac.
7. Projekty konkursowe mogą być zgłaszane w 3 następujących głównych modułach kategorii określonych szczegółowo w §4 Regulaminu:
 - a) Best Use of Marketing Toolkit – moduł I
 - b) Marketeers’ Dreams – moduł II
 - c) Marketing for Good – moduł III

§ 3 PRZEBIEG KONKURSU I UCZESTNICTWA

1. Do konkursu mogą być zgłoszone projekty realizowane w terminie od 1.01.2023 do 9.05.2024 (dalej Projekty)
2. W Konkursie mogą brać udział osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą, osoby prawne oraz jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, które prowadziły działania mające na celu budowanie marki własnej (dalej: Uczestnik).
3. Udział w konkursie mogą brać również agencje i inne podmioty (agencje reklamowe, digital, BTL, eventowe, PR ; domy mediowe; marketerzy; retailerzy; dostawcy usług marketingowych; firmy produkcyjne oraz technologiczne; studia filmowe, fotograficzne i graficzne; indywidualni twórcy; instytucje, organizacje społeczne, NGO), które na rzecz swoich klientów zrealizowały, opracowały lub przeprowadziły kampanię

marketingową lub wykonały inne prace związane z takimi kampaniami marketingowymi, pod warunkiem złożenia oświadczenia, że klient wyraził zgodę na zgłoszenie projektu do konkursu (dalej: Podmiot Zgłaszający lub Agencja).

4. Uczestnictwo w konkursie dotyczy projektów realizowanych w Polsce oraz na rynkach międzynarodowych.
5. Prace do udziału w konkursie mogą zgłaszać podmioty zarejestrowane w Polsce oraz podmioty zarejestrowane za granicą, z wyjątkiem podmiotów zarejestrowanych w Rosji i Białorusi.
6. Osoby i podmioty zainteresowane udziałem w Konkursie powinny do dnia 16 maja 2024 r. do godz. 23:59 wysłać zgłoszenie konkursowe za pośrednictwem formularza zgłoszeniowego zamieszczonego na stronie: www.konkursy.media.com.pl
 - przed rozpoczęciem procesu wypełniania formularzy zgłoszeniowych i przygotowaniem prac zapoznać się z Regulaminem Konkursu dostępnym na www.emma-awards.pl
 - zarejestrować lub zalogować się na stronie konkursowej www.konkursy.media.com.pl
 - **zaznaczyć na stronie konkursowej www.konkursy.media.com.pl, iż zapoznaly się z Regulaminem Konkursu.**
 - wypełnić formularz zgłoszeniowy i załączyć materiały związane ze zgłoszoną pracą
 - dokonać opłat z tytułu udziału w Konkursie zgodnie z postanowieniami § 4 Regulaminu.
7. Organizator akceptuje następujące pliki związane ze zgłoszonymi Projektami:
 - Pliki tekstowe:
 - .txt
 - .odt
 - .doc
 - .docx
 - .pdf
 - Pliki graficzne:
 - .jpg (full hd: 1920×1080 px)
 - .png (full hd: 1920×1080 px)
 - .tiff (CMYK, 300 dpi)
 - .gif
 - Pliki audio:
 - .MP3
 - Pliki wideo:
 - kontener multimedialny: AVI, MOV, MP4 (Uwaga! nie przyjmujemy filmów w formacie ASF, WMV)
 - kodek video: XVID (preferowany), MPEG4, H.264
 - kodek audio: MPEG3 (preferowany), MPEG2
 - rozdzielczość wideo: 1920×1080 px
 - rozmiar pliku: nie większy niż 500 MB
 - Prezentacje:
 - .ppt
 - .pptx
8. Organizator nie gwarantuje, że materiał nadesłany w nieprawidłowej formie (np. z wykorzystaniem formatu pliku innego niż wskazany w ust. 3 powyżej) zostanie rozpatrzony przez Jury.
9. Materiały nadesłane na Konkurs NIE MOGĄ BYĆ OBRANDOWANE logotypem lub nazwą uczestnika dokonującego zgłoszenia (tj. Podmiotu Zgłaszającego) z wyjątkiem prac, które mieszczą się w zakresie reklamy własnej Podmiotu Zgłaszającego. Jedynym miejscem, w którym powinna pojawić się nazwa lub logotyp uczestnika dokonującego zgłoszenia, jest formularz zgłoszeniowy.
10. Uczestnicy i Podmiot Zgłaszający są odpowiedzialni za zapewnienie, że zgłoszenia oraz nadesłane prace nie będą naruszać przepisów obowiązującego prawa (w szczególności przepisów ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych), tajemnic handlowych lub postanowień o zachowaniu poufności oraz praw osób trzecich.
11. Uczestnicy i Podmiot Zgłaszający są zobowiązani do uzyskania wszystkich zezwoleń, zgód, upoważnień lub podjęcia innych niezbędnych działań związanych z ochroną praw osób trzecich. W szczególności uczestnicy powinni uzyskać zgodę na publikację danych osobowych wszystkich osób wskazanych w przesłanym zgłoszeniu oraz udostępnienia tych danych Organizatorom, a także powiadomić wszystkie osoby o zasadach przetwarzania danych osobowych, o których mowa w załączniku nr 1 do Regulaminu.

12. Niewypełnienie przez Uczestnika i Podmiot Zgłaszający któregokolwiek z warunków opisanych w niniejszym paragrafie, a w szczególności brak opłaty za zgłoszenie lub nadesłanie zgłoszenia po upływie terminu spowoduje dyskwalifikację lub odrzucenie zgłoszenia.

§ 4 KATEGORIE KONKURSOWE

Best Use of Marketing Toolkit – moduł I

Ma na celu uhonorowanie najlepszego wykorzystania danego kanału, narzędzia, czy techniki.

1. Media Effectiveness (projekty z zakresu kampanii mediowych, SEM/SEO, Performance, branded content)
2. Digital (aktywacje digital, serwisy WWW, aplikacje, gry)
3. Direct & Precision Marketing (data driven marketing, e-mail marketing, direct mail, telemarketing, etc.)
4. Social Media & PR (social media, public relations, influencer marketing)
5. Shopper & Retail Marketing (point of sale communication, private label, innowacje retail, e-commerce, retail media)
6. Event marketing (eventy online, offline, incentive travel, ambient media)
7. Loyalty & Customer Experience (programy lojalnościowe, promocje sprzedaży, personalizacja, grywalizacja, budowanie doświadczenia klienta)
8. Emerging Technologies (projekty z innowacyjnym wykorzystaniem AI, AR, big data, hardware & software innovation)
9. Graphic Design (opakowania, brand design, inne projekty graficzne)
10. Gaming, Sport, Music & Entertainment Marketing (projekty wykorzystujące muzykę, sport, gry jako komunikacyjny touchpoint)
11. Small Agency Project (kategoria dla projektów opracowanych przez małe agencje (do 10 osób lub 5 mln zł przychodów rocznych)
12. Open (inne projekty związane z narzędziami marketingowymi, które nie mieszczą się w pozostałych kategoriach)

Marketeers' Dreams – moduł II

Adresowany głównie do marketerów, ale prace mogą zgłaszać także pracujące dla nich agencje, czy grupy agencji.

1. Best Product Launch (launch nowego, produktu lub marki i towarzyszące temu - strategia, wsparcie marketingowe, rezultaty)
2. Best Product Relaunch (ponowne wprowadzenie na rynek lub repozycjonowanie produktu, w tym strategia, wsparcie marketingowe, rezultaty)
3. Digital Transformation (transformacja cyfrowa marketera, która może dotyczyć produktów, dystrybucji, komunikacji marketingowej, customer service i innych obszarów, która przyczyniła się do lepszych efektów biznesowych)
4. Premiumization & Pricing Strategy (budowanie wartości marek, budowanie marży, efekty biznesowe związane z tymi działaniami, innowacyjne strategie, cenowe, które miały wpływ na realizację celów marketingowych i biznesowych)
5. Retail Innovation (innowacje w sprzedaży online i offline, które mogą dotyczyć np. customer experience, automatyzacji, zastosowania nowych technologii, a które mają wpływ na wyniki biznesowe)
6. Local Brand (projekty marketingowe dla marek, które mają mniejszy niż ogólnokraowy zasięg)
7. Small Budget (innowacyjne projekty o małym budżecie - w stosunku do standardów danej branży i kategorii)
8. Corporate Culture, People & Processes Innovation (innowacje w zakresie działań wewnątrz organizacji mające wpływ na wyniki biznesowe, relacje z otoczeniem czy dobrostan pracowników)

Marketing for Good – moduł III

Wpisuje się w zjawisko działań marek i marketerów dla dobra wspólnego.

1. Most Effective Brand Campaign for Good (projekty firm i marek, które mają realny, pozytywny wpływ na środowisko, społeczeństwo, pracowników i inne grupy interesariuszy)
2. Most Effective NGO Campaign (projekty dla organizacji pozarządowych, fundacji, organizacji społecznych)
3. Most Effective Public Interest Campaign (projekty i kampanie instytucji publicznych, organów rządowych czy władz lokalnych)

4. Sustainable Product Innovation (innowacja produktowa, która ma pozytywny wpływ na środowisko, społeczeństwo, interesariuszy)
5. Sustainable Media/Production /Marketing Services Innovation (działania związane z reklamą, mediami, produkcją reklamową, produkcją digital, które zmniejszają negatywny wpływ branży na środowisko)
6. Health Care and Wellness (projekty o pozytywnym wpływie na edukację zdrowotną i zdrowie - zarówno firm i marek, jak i organizacji pozarządowych, instytucji publicznych)

§ 5 OPŁATY ZA UDZIAŁ W KONKURSIE

1. Uczestnik lub Podmiot Zgłaszający jest zobowiązany do uiszczenia opłaty za każde zgłoszenie. W przypadku, gdy Uczestnik lub Podmiot Zgłaszający zgłasza więcej projektów lub jeden projekt do kilku kategorii, opłata powinna być uiszczona za każde pojedyncze zgłoszenie
2. Ustala się następujące opłaty za udział w Konkursie:
3190 zł (trzy tysiące sto dziewięćdziesiąt) + 23% VAT za każdą zgłoszoną pracę w danej kategorii.
Dane do przelewu:
VFP Communications Ltd. Sp. z o.o.
ul. Idzikowskiego 16, 00-710 Warszawa
mBank SA, III Oddział Korporacyjny Warszawa
90114020620000527672001004
3. W tytule przelewu należy wpisać: opłata za zgłoszenie EMMA 2024 lub numer faktury
4. Jeśli zgłoszenie obejmować będzie więcej niż jedną kategorię, opłaty będą sumowane.
5. Organizator umożliwia wniesienie opłaty, o której mowa w ust. 1 powyżej również za pośrednictwem zintegrowanego serwisu PayU SA z wykorzystaniem wszystkich funkcjonalności serwisu PayU.
6. Ustala się następujące opłaty za udział w Gali wręczenia nagród w Konkursie:
749 zł (siedemset czterdzieści dziewięć) + 23% VAT za każdy jednoosobowy bilet
Dane do przelewu:
VFP Communications Ltd. Sp. z o.o.
ul. Idzikowskiego 16, 00-710 Warszawa
mBank SA, III Oddział Korporacyjny Warszawa
90114020620000527672001004
7. W tytule przelewu należy wpisać: opłata za bilet(y) EMMA 2024 lub numer faktury
8. Każdy Uczestnik lub Podmiot Zgłaszający niezależnie od liczby prac zgłoszonych do konkursu otrzymuje jeden bezpłatny bilet na Galę.

§ 6 JURY I OCENA ZGŁOSZEŃ KONKURSOWYCH

1. Projekty nadesłane zgodnie z zachowaniem warunków § 2 i 3 Regulaminu zostaną poddane ocenie Jury Konkursu.
2. Członków Jury powołuje Organizator, wybierając ekspertów na podstawie doświadczenia i znajomości rynku.
3. Jury pracuje w trzech grupach roboczych podzielonych zgodnie z trzema głównymi modułami kategorii:
 - a. Best Use of Marketing Toolkit
 - b. Marketeers' Dreams
 - c. Marketing for Good.
4. Każda z grup roboczych ma swojego przewodniczącego i v-ce przewodniczącego.
5. Nad przebiegiem i prawidłowością obrad czuwa główny przewodniczący biorący udział w pracy trzech grup roboczych.
6. Jury dokona oceny zgłoszeń w następujący sposób:
 - a. Wspólne obrady w ramach przypisanej grupy jurorskiej których celem jest wyłonienie kolejno: nominowanych do nagrody, wyróżnionych i zwycięzców w poszczególnych kategoriach oraz kandydatów do Grand Prix w ramach danej grupy jurorskiej, głosowanie większością głosów.
 - b. Wspólne obrady przewodniczących i v-ce przewodniczących grup roboczych oraz głównego przewodniczącego (łącznie 7 osób) podczas, których może zostać przyznany tytuł Grand Prix za

zgłoszenie, które wyznacza najwyższe międzynarodowe standardy branżowe i uzyska największe uznanie Jurorów.

7. Na wszystkich etapach obrad Jury wykluczeniu podlegają jurorzy, którzy współuczestniczyli w wykonaniu całej bądź części zgłoszonej pracy lub którzy są w bezpośredni sposób związani zawodowo z Uczestnikiem lub Podmiotem Zgłaszającym.
9. Jury ocenia przede wszystkim efektywność i realizację KPI, brane są pod uwagę także strategia i kreacja jednak efektywność stanowi zawsze 70% wagi oceny.
10. Kryteria oceny we wszystkich kategoriach wyszczególnionych w § 4 kształtują się następująco: 70% efektywność, 15% strategia, 15% kreacja. Wyjątek stanowią kategorie: Design, Open oraz People, Processes & Culture Innovation, w których Uczestnik lub Podmiot Zgłaszający nie mają obowiązku podawania efektywności.

§ 7 NAGRODY

1. W poszczególnych kategoriach Jury ma możliwość przyznania dowolnej liczby Wyróżnień (dyplom) oraz jednej Nagrody Głównej (statuetka).
2. Wyróżnienie oznacza, że praca wyraźnie wybija się poziomem na tle konkursu i stanowi przykład dobrego wykorzystania narzędzi i skutecznej realizacji celów, spełnia wysokie standardy marketingowej sztuki.
3. Nagroda główna oznacza najwyższy poziom pracy, w ramach danej kategorii, wyraźnie wybijający się na tle polskiego i/lub europejskiego rynku. Nagrodzona praca powinna cechować się realizacją założonych KPI, wybitną strategią i kreacją, Praca powinna stanowić wzór dla rynku w zakresie najlepszych praktyk zastosowania specjalistycznych narzędzi marketingowych.
4. Organizatorzy zastrzegają sobie prawo do nieprzyznania nagrody EMMA w poszczególnych lub wszystkich kategoriach, jeżeli taka decyzja zostanie podjęta przez Jury.
5. Jury może, ale nie ma obowiązku przyznania tytułu Grand Prix. Decyzja o nieprzyznaniu Grand Prix jest podejmowana przez przedstawicieli grup roboczych (7 osób) zwykłą większością głosów.
6. Podejmowanie decyzji dotyczących przebiegu Konkursu lub rozstrzygania wątpliwości, które mogą powstać w trakcie jego trwania należy do uprawnień Jury. W razie braku jednomyślnej zgody pomiędzy członkami Jury decyzje podejmowane będą zwykłą większością głosów. W przypadku nierozstrzygnięcia kwestii będącej przedmiotem głosowania Jury decydujący głos ma przewodniczący Jury.
7. Decyzja jurorów jest ostateczna.

§ 8 OGŁOSZENIE WYNIKÓW KONKURSU

1. Ogłoszenie wyników Konkursu oraz wręczenie nagród nastąpi podczas Gali konkursowej. Gala będzie organizowana w formule offline.
2. Gala odbędzie się 20 czerwca 2024 r., w Warszawie.
3. Wstęp na Galę jest możliwy – wyłącznie za okazaniem biletu/zaproszenia w formie kodu QR.
4. Organizator zastrzega sobie prawo opublikowania wyników Konkursu w środkach masowego przekazu – w prasie, radiu, telewizji oraz internecie, na co Uczestnik i Podmiot zgłaszający, biorąc udział w Konkursie, wyraża zgodę.
5. Przez udział w Konkursie uczestnicy wyrażają zgodę na prezentację nadesłanych prac (w tym informacji zawartych w zgłoszeniu) na stronie internetowej Konkursu (tzw. biblioteka case'ów EMMA) oraz w mediach, m.in. social mediach Organizatora w celu propagowania idei Konkursu. Zgoda, o której mowa w zdaniu poprzedzającym, nie dotyczy rozpowszechniania materiałów zawierających wyraźne zastrzeżenia uczestników co do ich rozpowszechniania.
6. Zwycięzcy i nominowani zobowiązują się do dostarczenia Organizatorowi, w razie zaistnienia takiej potrzeby, prac w formie nadającej się do publikacji lub na wystawę.
7. Lista nominowanych prac zostanie opublikowana na stronie www.emma-awards.pl po zakończeniu obrad jury tj. 10.06.2024.
8. Lista nagrodzonych prac zostanie opublikowana na stronie www.emma-awards.pl po zakończeniu Gali tj. 21.06.2024.

§ 9 ODPOWIEDZIALNOŚĆ

1. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za naruszenie powszechnie obowiązujących przepisów prawa lub jakichkolwiek praw osób trzecich, a w szczególności dóbr osobistych, w tym danych osobowych, praw autorskich oraz praw pokrewnych, a także praw własności przemysłowej, w związku z otrzymaniem zgłoszeń nadesłanych na Konkurs oraz ich wykorzystaniem na potrzeby Konkursu, co w szczególności obejmuje ich ocenę oraz publiczną prezentację podczas Gali konkursowej. Ponadto Organizator nie ponosi odpowiedzialności za prawdziwość lub rzetelność danych, informacji lub materiałów zawartych w zgłoszeniach.
2. Wszelka odpowiedzialność za prawdziwość oraz rzetelność informacji lub danych zawartych w zgłoszeniu, a także za naruszenie powszechnie obowiązujących przepisów prawa lub praw osób trzecich w związku z nadesłaniem zgłoszenia spoczywa na uczestnikach.
3. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za wypłatę honorariów ani innych opłat lub wynagrodzeń w związku z wykorzystaniem prac zawartych w zgłoszeniach w sposób opisany w niniejszym regulaminie.
4. Wgląd do zgłoszonej pracy mają tylko i wyłącznie Organizator konkursu oraz członkowie Jury.

§ 10 OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH

1. Zgodnie z art. 13 i 14 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) („RODO”), niniejsza sekcja Regulaminu określa zasady przetwarzania danych osobowych uczestników, pracowników lub współpracowników uczestników, a także ich reprezentantów, które zostaną zawarte w treści zgłoszeń, korespondencji prowadzonej w związku z Konkursem oraz innej dokumentacji, która może powstać w ramach jego trwania (np. dokumentacja związana z obradami jury).
2. Niezależnym administratorem danych osobowych przetwarzanych w związku z Konkursem jest VFP Communications Ltd. Sp. z o.o.. Z Administratorami danych można skontaktować się pod adresem: informacja@media.com.pl
3. Administrator przetwarza dane osobowe w następujących celach i w związku z następującymi podstawami prawnymi:
 - 3.1 Cel - organizacja konkursu:
 - a. dane osobowe uczestnika będącego osobą fizyczną – na podstawie przesłanki niezbędności do realizacji umowy zawartej w związku z akceptacją Regulaminu Konkursu (art. 6 ust. 1 lit. b RODO);
 - b. dane osobowe są przetwarzane na podstawie przesłanki niezbędności do wypełnienia obowiązków prawnych ciążących na Administratorach w związku z przepisami prawa podatkowego lub właściwymi przepisami z zakresu rachunkowości (art. 6 ust. 1 lit. c RODO);
 - c. dane osobowe w postaci wizerunku utrwalonego podczas Gali – na podstawie przesłanki prawnie uzasadnionego interesu Administratora polegającego na promocji Konkursu (art. 6 ust. 1 lit. f RODO).
 - 3.2 Cel - wypełnienie obowiązków ustawowych:

dane osobowe są przetwarzane na podstawie przesłanki niezbędności do wypełnienia obowiązków prawnych ciążących na Administratorze w związku z przepisami prawa podatkowego lub właściwymi przepisami z zakresu rachunkowości (art. 6 ust. 1 lit. c RODO);
 - 3.3 Cel - ustalenie, dochodzenie lub obrona przed roszczeniami:

dane osobowe są przetwarzane na podstawie przesłanki prawnie uzasadnionego interesu (art. 6 ust. 1 lit. f RODO).
 - 3.4. Cel przekazywanie informacji promujących działalność Organizatora:
 - a. przekazywania informacji promujących działalność Organizatora przy wykorzystaniu podanego przez Uczestnika adresu e-mail oraz numeru telefonu, o ile Uczestnik wyrazi na to dobrowolną zgodę (art. 6 ust. 1 lit. a RODO) oraz bez wykorzystywania wymienionych środków komunikacji elektronicznej (art. 6 ust. 1 lit. f RODO – gdzie prawnie uzasadnionym interesem Administratora jest prowadzenie działań marketingowych promujących jego działalność)

b. przekazywania informacji promujących działalność sponsorów i/ lub partnerów Organizatora przy wykorzystaniu podanego przez Uczestnika adresu e-mail oraz numeru telefonu, o ile Uczestnik wyrazi na to dobrowolną zgodę (art. 6 ust. 1 lit. a RODO)

3.5. Cel statystyczny - dane osobowe są przetwarzane na podstawie art. 6 ust. 1 lit f RODO - gdzie przez prawnie uzasadniony interes Administratora należy rozumieć potrzebę posiadania informacji statystycznych o działaniach przez niego prowadzonych, co pozwala Administratorowi na usprawnienie prowadzonych przez niego działań)

4. W przypadku, gdy dane osobowe nie zostały zebrane bezpośrednio od osób, których dotyczą, Administrator otrzymał je od uczestnika będącego pracodawcą lub współpracownikiem tych osób.
5. W zakresie wymaganym przez stosowne przepisy o ochronie danych osobowych, osobom, których dane dotyczą, przysługują wszystkie prawa dotyczące ich danych osobowych. Są to prawa do:
 - a. żądania dostępu do danych osobowych;
 - b. uzyskania kopii danych osobowych;
 - c. sprostowania niepoprawnych lub niekompletnych danych osobowych;
 - d. usunięcia danych osobowych;
 - e. ograniczenia przetwarzania danych osobowych;
 - f. przenoszenia danych osobowych;
 - g. do wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania danych osobowych na podstawie prawnie uzasadnionego interesu.
6. Prawa wspomniane w ust. 6 powyżej nie mają charakteru bezwzględnego i podlegają ograniczeniom wskazanym w odpowiednich przepisach prawa.
7. Administrator przetwarza dane osobowe przetwarzane w związku z Konkursem przez okres niezbędny do realizacji celów, dla których dane zostały zebrane, przez okres, w którym są one niezbędne do zabezpieczenia praw Administratora lub przez okres wymagany przepisami prawa. Administrator może przechowywać dane osobowe przez kilka lat po zakończeniu Konkursu. Tytułem przykładu, Administratorzy mogą przechowywać dane osobowe zgodnie z poniższymi zasadami:
 - a. dane osobowe związane ze zgłoszeniem do Konkursu – przez 1 rok od dnia zakończenia Konkursu;
 - b. zgodnie z okresem przedawnienia roszczeń – przez maksymalnie 6 (sześć) lat od zakończenia roku kalendarzowego, w którym roszczenie stało się wymagalne
 - c. zgodnie z przepisami prawa podatkowego i przepisami o rachunkowości, Administratorzy mogą przechowywać informacje rozliczeniowe przez 5 (pięć) lat od zakończenia roku obrotowego, w którym powstało zobowiązanie podatkowe lub następującego po roku obrotowym, którego dotyczyły dokumenty księgowo zawierające.
8. Administrator może udostępniać dane osobowe następującym kategoriom odbiorców:
 - a. podmiotom wspomagającym organizację Konkursu (np. organizatorom gali);
 - b. podmiotom wspomagającym procesy biznesowe Administratorów w zakresie wsparcia technicznego, utrzymania infrastruktury IT, świadczenia usług informatycznych, prawnych, księgowych lub usług kurierskich.
9. Administrator nie przekazuje danych osobowych poza obszar Europejskiego Obszaru Gospodarczego.
10. Wszystkim osobom, których dane osobowe są przetwarzane w związku z Konkursem, przysługuje prawo do złożenia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych (więcej informacji znajduje się na stronie Organu: <https://uodo.gov.pl/>).

§ 11 POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Organizator nie zwraca zgłoszeń nadesłanych w związku z Konkursem.
2. Wszelka korespondencja związana z Konkursem powinna być kierowana na adres siedziby Organizatorów.
3. Organizator konkursu ma prawo do wprowadzania zmian w regulaminie, polegających na jego uzupełnieniu bądź uściśleniu w przypadku powstania niejasności związanych z jedną z kategorii lub prac oraz w przypadku wniosku zgłoszonego przez Jury.
4. Zmiany regulaminu ogłaszane będą na Stronie Internetowej Konkursu.
5. Organizator zastrzega sobie prawo do wykluczenia Uczestnika z udziału w Konkursie w przypadku naruszenia przez Uczestnika postanowień niniejszego Regulaminu.

6. Organizator zastrzega sobie prawo weryfikacji, czy Uczestnicy spełniają warunki określone w Regulaminie Konkursu i w przepisach prawa.
7. Wszelkie spory mogące wyniknąć w związku z realizacją Konkursu będą rozstrzygane przez właściwy sąd powszechny, w oparciu o przepisy prawa polskiego

Załącznik nr 1 do Regulaminu Konkursu

KLAUZULA INFORMACYJNA RODO DLA UCZESTNIKÓW KONKURSU EMMA 2024

1. Administratorem Pani/Pana danych osobowych jest **VFP Communications Ltd. Sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie, adres: ul. Ludwika Idzikowskiego 16, 00-710 Warszawa, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000038991, NIP 5870200412, REGON 190598398,
2. Z inspektorem ochrony danych mogą się Państwo kontaktować w sprawach dotyczących przetwarzania danych osobowych oraz korzystania z praw związanych z przetwarzaniem danych w następujący sposób: listownie na adres: VFP Communications Ltd. Sp. z o.o. ul. Ludwika Idzikowskiego 16, 00-710 Warszawa, przez e-mail: rodo@media.com.pl,
3. **Cele przetwarzania oraz podstawa prawna przetwarzania**
Podstawą prawną przetwarzania Pani/Pana danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. a, c, e oraz f rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/W (ogólne rozporządzenie o ochronie danych):
 1. Państwa dobrowolna zgoda na przetwarzanie danych osobowych (imię i nazwisko, adres e-mail, adres do korespondencji, dane firmowe pracodawcy) dla potrzeb zorganizowania, przeprowadzenia Konkursu oraz działań związanych z jego zakończeniem, w tym przygotowania nagród, dyplomów oraz w celach informacyjnych i promocyjnych; Podanie danych osobowych jest konieczne do organizacji i przeprowadzenia Konkursu Effective Media & Marketing Awards 2024. W przypadku niepodania danych udział w Konkursie nie będzie możliwy.
 2. Państwa dobrowolna zgoda na przetwarzanie danych osobowych, w tym rozpowszechnienie wizerunku, utrwalonego na zdjęciach oraz nagraniach wideo stanowiących główny motyw zdjęcia, wykonanych podczas trwania Konkursu, w celach informacyjnych i promocyjnych (art. 81 ust. 1 ustawy z dnia 4.02.1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych);
 3. Państwa dobrowolna zgoda na przetwarzanie danych osobowych (imię i nazwisko, adres e-mail, adres do korespondencji, dane firmowe pracodawcy) w celu otrzymywania informacji promujących działalność Organizatora o ile Uczestnik wyrazi na to dobrowolną zgodę (art. 6 ust. 1 lit. a RODO) oraz bez wykorzystywania wymienionych środków komunikacji elektronicznej (art. 6 ust. 1 lit. f RODO – gdzie prawnie uzasadnionym interesem Administratora jest prowadzenie działań marketingowych promujących jego działalność)
 4. Państwa dobrowolna zgoda na przetwarzanie danych osobowych (imię i nazwisko, adres e-mail, adres do korespondencji, dane firmowe pracodawcy) o ile Uczestnik wyrazi na to dobrowolną zgodę na przekazywanie informacji promujących działalność sponsorów i/ lub partnerów Organizatora przy wykorzystaniu podanego przez Uczestnika adresu e-mail oraz numeru telefonu, o ile Uczestnik wyrazi na to dobrowolną zgodę (art. 6 ust. 1 lit. a RODO) 3.5. Cel statystyczny
 5. Państwa dane osobowe są przetwarzane na podstawie art. 6 ust. 1 lit f RODO - gdzie przez prawnie uzasadniony interes Administratora należy rozumieć potrzebę posiadania informacji statystycznych o działaniach przez niego prowadzonych, co pozwala Administratorowi na usprawnienie prowadzonych przez niego działań)
 6. wypełnienie obowiązku prawnego ciążącego na Administratorze wynikających z przepisów podatkowych;
 7. prawnie uzasadniony interes realizowany przez Organizatorów Konkursu lub stronę trzecią, poprzez wykorzystanie, w tym rozpowszechnienie: wizerunku stanowiącego jedynie szczegół całości, a nie główny motyw zdjęcia/ujęcia (bez zbliżeń na twarz, tj. w ten sposób, aby pokazać fakt odbycia konkursu, a nie wizerunek poszczególnych osób w nim uczestniczących); wizerunku osoby powszechnie znanej, jeżeli zdjęcie/materiał wideo wykonano w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych, w szczególności społecznych, zawodowych, w celach informacyjnych i promocyjnych (art. 81 ust. 2 ustawy z dnia 4.02.1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych)
4. **Okres przechowywania danych osobowych**
Będziemy przechowywać Państwa dane osobowe tak długo, jak długo będzie to konieczne do realizacji wskazanych wyżej celów przetwarzania. Po tym terminie Państwa dane nie będą już dłużej przetwarzane,

chyba że konieczność pozostawienia pewnych dokumentów (finansowo-księgowych) będzie wynikać z przepisów prawa. W przypadku gdy podstawę prawną przetwarzania Państwa danych osobowych stanowi wyrażona zgoda, nie dłużej niż do czasu cofnięcia zgody na jej przetwarzanie

5. Odbiorcy danych

Państwa dane możemy przekazywać podmiotom zaangażowanym w organizację konkursu.

Państwa dane osobowe w celu opublikowania listy finalistów będziemy udostępniać na stronie internetowej konkursu: www.emma-awards.pl

6. Prawa związane z przetwarzaniem danych osobowych

Przysługują Państwu następujące prawa związane z przetwarzaniem danych osobowych:

1. prawo wycofania zgody na przetwarzanie danych, w dowolnym momencie, które nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie Państwa zgody przed jej wycofaniem. Zgodę może Pani/Pan wycofać poprzez wysłanie oświadczenia o wycofaniu zgody na adres e-mailowy: rodo@media.com.pl
2. prawo dostępu do danych osobowych;
3. prawo żądania sprostowania danych osobowych, które są nieprawidłowe oraz uzupełnienia niekompletnych danych osobowych;
4. prawo żądania usunięcia danych osobowych. Prawo to nie przysługuje, w szczególności gdy przetwarzanie danych jest niezbędne do wywiązania się z obowiązku prawnego lub do wykonania zadania publicznego;
5. prawo żądania ograniczenia przetwarzania danych osobowych,
6. prawo wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania Państwa danych osobowych, ze względu na Państwa szczególną sytuację, w przypadkach, kiedy przetwarzamy dane na podstawie naszego prawnie usprawiedliwionego interesu, w tym na potrzeby marketingu bezpośredniego,
7. prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego zajmującego się ochroną danych osobowych, tj. Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.