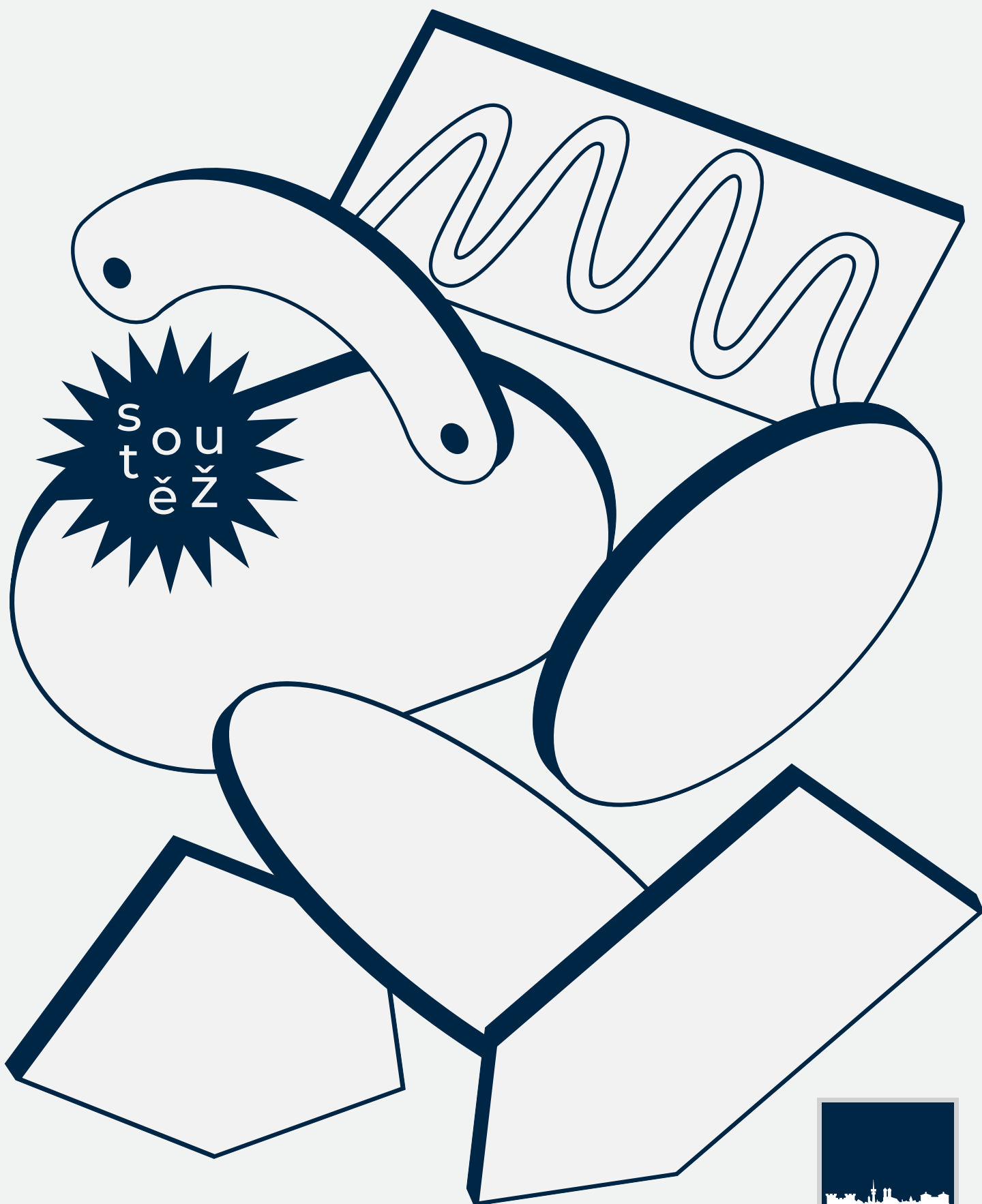


DOKAŽ, ŽE ŠTÍTEK NENÍ JENOM ZNAČKA

Soutěž pro
designéry



Společnost RATHGEBER, (dále jen „RATHGEBER“ nebo „Vyhlášovatel“) vyhlašuje soutěž pro designéry Dokaž, že štítek není jenom značka.

Garantem a Organizátorem soutěže je CZECHDESIGN.CZ, z. s. (dále jen „CZECHDESIGN“ nebo „Organizátor“), organizace dlouhodobě prosazující design do praxe.

Motivace zadavatele

Společnost RATHGEBER vyhlašuje ideovou soutěž pro designéry Dokaž, že štítek není jenom značka. Společnost si na trhu drží již několik desetiletí stabilní pozici a svým klientům nabízí ty nejmodernější technologie pro výrobu produktových štítků. Zároveň si vedení společnosti stále více uvědomuje, že aby se stali skutečným leaderem a inovátorem v oboru, neobejdou se bez pohledu do budoucnosti a bez spolupráce s designéry.

„Prvním krokem k technologické revoluci je právě tato soutěž, ve které hledáme opravdu vizionářské nápady a postupy, které naznačí, kam se můžeme v budoucnosti vydat. Věříme, že naše technologie mohou nabídnout mnohem širší možnosti než jen prostý produktový štítek. Zajímá nás vytváření nových funkcí, hledání nových možností, nebo skládání více funkcí dohromady. Pohled do budoucnosti a vize, která se dívá dál než na příští sezónu je pro nás důležitý.“

Martin Uhrinec
Vedení prodeje

Historie štítku

Praxe značení výrobků se datuje do starověku, přibližně do roku 2700 př. n. l. Označování bylo používáno k **odlišení dobytku** pomocí výrazného symbolu vypáleného do kůže zvířete horkým železem. Pokud někdo ukradl cizí dobytek, kdokoli jiný mohl odvodit skutečného majitele za pomoci tohoto symbolu. Postupem času se praxe **označování výrobků** rozšířila na širší škálu obalů a zboží nabízeného k prodeji, včetně oleje, vína, kosmetiky a rybí omáčky. Značky začaly také sloužit jako **ukazatele kvality**, protože podávaly informace o původu i prodeji zboží. Malování krav symboly a barvami na trzích bylo považováno za jednu z nejstarších forem praxe značení. S pádem Římské říše značení výrobků na sklonku starověku téměř zaniklo.

V evropském středověku vyvinula heraldika **jazyk vizuální symboliky**, který přispěl k vývoji značky, a se vzestupem obchodních cechů se používání značek znovu zavedlo. V roce 1266 se v Anglii staly povinné značení pro chleba. Italové používali značky ve formě vodoznaků na papíře již ve 13. století. V tomto období se v celé Evropě široce používaly známky, puncovní značky a štítky.

Industrializace a průmyslové revoluce přesunula výrobu mnoha výrobků pro domácnost z místních komunit do centralizovaných továren. Ty potřebovaly prodat své výrobky na širším trhu – tedy zákazníkům, kteří byli dříve obeznámeni pouze s místně vyrobeným zbožím. Výrobci baleného zboží potřebovali přesvědčit trh, že veřejnost může stejně tak důvěřovat nelokálnímu produktu. Toto začalo moderní praxi nyní známou jako **branding**, kde spotřebitelé kupují značku místo produktu a spoléhají se na značku místo doporučení maloobchodníka.

Nejstarší dnes stále užívanou značkou má je podle Guinnessovy knihy rekordů společnost Tate & Lyle (vyrábějící Lyle's Golden Syrup), která své zeleno zlaté obaly od roku 1885 téměř nezměnila. Twinings Tea používá od roku 1787 stejné logo, což z něj dělá **nejstarší logo** na světě v nepřetržitém používání. Britský pivovar Bass & Company založený v roce 1777 se stal průkopníkem v mezinárodním marketingu značek. Logo Bass Brewery se stalo **prvním obrázkem**, který byl ve Velké Británii zaregistrován jako **ochranná známka** v roce 1876. V moderní době se koncept značky rozšířil o marketingové a komunikační metody, které pomáhají odlišit společnost nebo produkty od konkurence, s cílem vytvořit trvalý dojem v mysli zákazníků. Mnoho společností se domnívá, že v 21. století je těžké rozlišovat mezi několika druhy produktů, a proto je branding jednou z mála zbývajících forem rozlišování.



Plechovka Lyle's Golden Syrup, logo Twinings Tea a logo Bass Brewery

O SOUTĚŽI

Na začátku byla značka. Symbol na štítku, který odlišoval jednu věc od druhé. Za stovky let se toho moc nezměnilo. Štítek vám stále řekne jen jméno značky. Změňte to! Ukažte nám budoucnost značky a dejte štítku novou funkci nebo využijte technologie pro výrobu štítků zcela novým způsobem.



OBSAH

1/ PŘEDMĚT A CÍL SOUTĚŽE	7
2/ PODMÍNKY ÚČASTI	7
3/ TÉMA	7
4/ TECHNOLOGIE A MATERIÁLY	7
5/ TERMÍNY	8
6/ POŽADAVKY NA NÁVRH	8
7/ ZPŮSOB ODEVZDÁNÍ PRÁCE	9
8/ POROTA A HODNOCENÍ SOUTĚŽE	9
9/ OCENĚNÍ VÍTĚZNÝCH PRACÍ	9
10/ PRÁVNÍ UJEDNÁNÍ	10

1. PŘEDMĚT A CÍL SOUTĚŽE

Dokaž, že štítek není jenom značka je ideová soutěž zaměřená na možnosti využití vybraných technologií firmy **RATHGEBER**. Do soutěže jsou přijímány soutěžní návrhy popisující nové způsoby, jak technologie využít a posunout tak představu o tom, jak může produktový štítek ve 3. tisíciletí vypadat a jaké funkce plnit. Je také možné vybrané technologie použít na zcela nový typ produktu.

Cílem soutěže je vybrat vítězné návrhy (díla), které nejlépe splní zadání popsané v těchto pravidlech.

2. PODMÍNKY ÚČASTI

Soutěž je vyhlášena jako jednokolová, otevřená a anonymní.

Zúčastnit soutěže se může každý designér, student designu či designové studio působící v České republice s maximálně třemi (3) soutěžními návrhy.

Soutěžící odevzdá svou soutěžní práci elektronicky, formou soutěžní plachty.

3. TÉMA

Zvolte si konkrétní produkt či značku a v návrhu vizualizujte a popište, jak má tento štítek vypadat a jaké funkce plní. Uvažujte o těchto reálných klientech firmy RATHGEBER:

- elektrické spotřebiče Siemens
- automobil Škoda
- sportovní oblečení Adidas
- šampaňské Mœt
- nábytek Jitona
- lyže Atomic
- dveře Sapeli
- produkty kategorie healthcare (zdravotnické prostředky)
nebo si vyberte či navrhnete jakýkoli jiný produkt splňující rámec soutěže

4. TECHNOLOGIE A MATERIÁLY

Návrh musí být založen na použití speciálních technologií firmy RATHGEBER. Doporučujeme soutěžícím pracovat s těmito technologiemi:

speciální technologie

- [CHROMOTION®](#)
- [ROYALPLAST®](#)
- [FLEXXLINE®](#)
- [parciální embosování](#)
- [lentikulární struktura](#)
- [horká ražba](#)

Dále je možné kombinovat výše uvedené i s technologiemi základními:

základní technologie

- digitální tisk
- sítotisk
- zpracování pomocí řezání laserem a plotrem

Více o materiálech najdete na www.jaknastitky.cz

Pokud chce soutěžící použít i další technologie firmy RATHGEBER, které nejsou mezi výše doporučenými, je to možné, ale je nutné vysvětlit důvod jejich použití v popisu návrhu na soutěžní plachtě. Porota hodnotí zejména použití doporučených technologií.

5. TERMÍNY

Uzávěrka soutěže: čtvrtek 21. listopadu 2019

Registrační formulář bude otevřen do 21. listopadu do 18 hodin

Zasedání poroty proběhne v týdnu od 25. do 30. 11. 2019

Výsledky soutěže vyhlášeny do 13. 12. 2019

6. POŽADAVKY NA NÁVRH

Soutěžící odevzdává:

1. Takovouto soutěžní plachtu – elektronicky ve formátu PDF 300 dpi, velikosti A3, barevný profil CMYK. Šablona soutěžní plachty ve formátu PSD je přílohou č. 1 těchto pravidel.

<p>Název soutěžního návrhu 2–3 odstavce textu: → popis designu → jeho funkci → a použitých technologií</p>	<p>prostor pro vizualizace</p>
--	--------------------------------

Soutěžící ve svém návrhu zpracovává vizualizaci svého řešení produktového štítku. Dále je součástí soutěžní plachty popis návrhu (2–3 odstavce, včetně způsobů použití technologií uvedených výše v těchto pravidlech, a pokud je v návrhu použito písmo, tak také jeho cena a licenční podmínky jeho použití) a název soutěžního návrhu.

Tato strana plachty neobsahuje žádné identifikační údaje soutěžícího!
Všechny jsou uvedeny pouze na rubu plachty.

2. Na další straně soutěžní plachty jsou uvedeny tyto kontaktní údaje soutěžícího:

- jméno autora
- kontakt: e-mail a telefonní číslo
- krátké CV (např. rok narození, předchozí práce, vzdělání)

7. ZPŮSOB ODEVZDÁNÍ PRÁCE

Nahrajte soutěžní plachtu v elektronické formě ve formátu PDF a kontaktní údaje pomocí formuláře, který se nachází na <https://www.czechdesign.cz/souteze/soutez-pro-designery-dokaz-ze-stitek-neni-jenom-znacka>

Za datum doručení návrhu je pokládán čas úspěšného nahrání do elektronického formuláře. Za včasné nahrání odpovídá soutěžící. Maximální velikost souboru je 10 MB.

Soutěžící budou o úspěšném odeslání elektronického dokumentu informováni e-mailem. Soutěžící souhlasí s komunikací pomocí elektronické pošty a telefonu.

V případě přihlášení více návrhů (maximálně 3) prosíme o odpovídající počet souborů PDF (1 návrh = 1 nahraný soubor PDF), každý návrh bude hodnocen zvlášť.

8. POROTA A HODNOCENÍ SOUTĚŽE

Návrh musí využít doporučené technologie a měl by přinášet nová řešení a zaujmout vizionářským pojetím.

Porota soutěže bude hodnotit především:

- inovativnost, kreativitu, vizionářský přístup
- celková estetická úroveň předloženého návrhu
- zapojení doporučených technologií
- kvalitní úroveň zpracování soutěžního plachty

Další, doplňující hodnotící kritéria:

- ekologický aspekt
- sociální nebo individuální přínos (řeší potřebu)
- funkčnost, uveditelnost do praxe

Výsledky soutěže budou veřejnosti po zasedání poroty oznámeny na internetové stránce Organizátora soutěže www.czechdesign.cz a na www.jaknastitky.cz

Složení poroty:

- **Martin Žampach**, produktový designér
- **Mikuláš Křen**, VR Musashi
- **Jana Vinšová**, CEO CZECHDESIGN
- **Ol'ga Königová**, Zástupce firmy RATHGEBER
- **Martin Uhrinec**, Zástupce firmy RATHGEBER

9. OCENĚNÍ VÍTEZNÝCH PRACÍ

Odborná porota vybere z přihlášených prací 3 vítězné práce, jejich autoři obdrží finanční odměnu v souvislosti s pořadím umístění.

1. místo 50.000 CZK

2. místo 25.000 CZK

3. místo: 15.000 CZK

U obzvláště povedených návrhů vyhlášovatel může oslovit autora pro dopracování a realizaci návrhu ve výrobě. V takovém případě bude podepsána licenční smlouva mezi autorem návrhu a vyhlášovatelem soutěže, která stanoví cenu licence a rozsah užití díla. Tato jednání proběhnou za přítomnosti Organizátora soutěže.

10. PRÁVNÍ UJEDNÁNÍ

Soutěžící svojí registrací do soutěže stvrzuje, že se seznámil s pravidly soutěže, souhlasí s nimi a zavazuje se je dodržovat. Soutěžící je povinen postupovat při zhotovení soutěžní práce (díla) osobně, samostatně a zdržet se jakýchkoliv zásahů do práv třetích osob, zejména do práv autorských a jiných práv duševního vlastnictví ve smyslu zák. č. 121/2000 Sb., autorský zákon ve znění pozdějších předpisů. Do soutěže mohou být přihlášena pouze taková díla, u nichž soutěžící osobně disponuje výkonem uvedených práv.

Odesláním soutěžního návrhu soutěžící prohlašuje, že je oprávněn vykonávat veškerá práva související se zhotovením a užitím díla. Výjimkou je případ použití cizího písma v autorově návrhu, které je dovoleno za podmínky uvedení autora písma a informace o licenčních podmínkách jeho případného využití. V případě nepravdivosti tohoto prohlášení nese soutěžící odpovědnost za jakoukoli škodu, která tím Vyhlášovateli a/nebo Organizátorovi soutěže vznikla.

Vyhlašovatel se zavazuje k ochraně autorských práv a prohlašuje, že nezneužije žádný z návrhů, ani jeho částí. Soutěžící je srozuměn s tím, že zasláný soutěžní návrh (dílo) a jméno autora mohou být vyhlášovatelem zveřejněny a dále užity k účelům výstavním, zpravodajským, archivním, propagačním a marketingovým, a to odpovídajícími způsoby užití, včetně sdělování prostřednictvím internetu. Toto oprávnění se uděluje jako opravňující, bezúplatné, pro všechny státy světa, bez časového, technologického a množstevního omezení. Soutěžní práce může být vyhlášovatelem dále poskytnuta a ke stejným účelům užita třetí osobou.

Výslovně se uvádí, že pokud zvítězí návrh kolektivu autorů, bude finanční odměna předána jednomu zástupci kolektivu (resp. může být uzavřena licenční smlouva se zástupcem kolektivu).

Soutěžící bere na vědomí a výslovně souhlasí se zpracováním svých osobních údajů v souladu s čl. 7 Nařízení Evropského parlamentu a Rady EU 2016/679 ze dne 27. 4. 2016, o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů.

Osobní údaje se zpracovávají zejména k evidenci soutěžících (dále též jako „účastník soutěže“), na dobu od jejich poskytnutí v rámci soutěže až do vyhlášení výsledků soutěže, resp. do případného písemného odvolání souhlasu, maximálně však na 2 roky od jejich poskytnutí. Po uplynutí této doby je správce (kterým je v daném případě Vyhlášovatel), resp. zpracovatel (kterým je v daném případě Organizátor), povinen neprodleně veškeré poskytnuté osobní údaje zlikvidovat v souladu se zákonem o ochraně osobních údajů. Osobní údaje jsou od účastníka soutěže získávány na základě elektronické komunikace, prostřednictvím které je subjekt údajů sdělí Organizátorovi soutěže. Osobní údaje účastníka soutěže budou zpracovány ve výše uvedeném rozsahu v elektronické databázi správce, popř. zpracovatelem, se kterým správce uzavře příslušnou smlouvu. Veškerá data jsou ukládána v digitální a listinné formě.

Požádá-li účastník soutěže o informaci o zpracování svých osobních údajů, je mu správce a případně i zpracovatel povinen tuto informaci bez zbytečného odkladu předat. Každý účastník soutěže má právo požádat správce nebo zpracovatele o blokování, provedení opravy, doplnění nebo likvidaci svých osobních údajů.

Veškeré dokumenty poskytnuté Organizátorovi v rámci soutěže nebudou soutěžícímu vráceny. Přihlášené práce (soutěžní plachta) se odesláním elektronického formuláře stávají majetkem Vyhlášovatele soutěže. V případě, že soutěžní práce (dílo) v rámci hodnocení porotou postoupí do užšího výběru (to jest bude vybrán porotou a následně publikován v článku o finalistech soutěže na webu czechdesign.cz), zavazuje se navíc soutěžící zdržet se užití a převodu práv bez předchozího výslovného souhlasu Organizátora i po dobu 4 měsíců následujících po vyhlášení výsledků soutěže. Vyhlášovatel má v uvedené lhůtě přednostní právo uzavřít se soutěžícím úplatnou licenční smlouvu ohledně poskytnutí výhradních užívacích práv týkajících se soutěžní práce (díla) ke komerčním účelům. Využije-li Vyhlášovatel svého přednostního práva a nabídne soutěžícímu uzavření smlouvy za úplatu, je soutěžící povinen smlouvu uzavřít a práva poskytnout. Naopak v případě, že přednostní právo nebude využito, není jím soutěžící dále vázán. (Tím však nejsou dotčena oprávnění Organizátora a vyhlášovatele užít soutěžní práci k účelům výstavním, zpravodajským a propagačním, a to i po skončení soutěže).

Účastníci odesláním soutěžního návrhu souhlasí s komunikací formou elektronické pošty/telefonu. Vyhlášovatel ani Organizátor nenesou odpovědnost v případě, kdy nebude možné vybrané vítěze soutěže úspěšně kontaktovat na e-mailové adrese a/nebo mobilním telefonním čísle, které byly uvedeny v přihlášce do soutěže z důvodů na straně této osoby, zejména pro nesprávnost či nefunkčnost e-mailové adresy a/nebo mobilního telefonního čísla. Organizátor ani vyhlášovatel soutěže není odpovědný za technické problémy při přenosu dat elektronickými prostředky.

Účast v soutěži nepodléhá žádnému poplatku. Výherce je povinen vypořádat své daňové povinnosti, pokud mu v souvislosti s obdržením výhry vzniknou. Finanční odměny pro vítěze podléhají srážkové dani.

Pro veškerá pravidla účasti, soutěžní podmínky, smluvní ujednání a uživatelské oprávnění je rozhodným právní řád České republiky. Všechny dotčené osoby jsou zavázány postupovat při řešení jakýchkoliv sporů souvisejících se soutěží přednostně smírným jednáním za účasti Organizátora soutěže.

Pravidla soutěže budou k dispozici po celou dobu trvání soutěže na webových stránkách Organizátora soutěže www.czechdesign.cz.

Organizátor soutěže

CZECHDESIGN.CZ, z.s.

Vojtěšská 3

110 00 Praha 1

Czech Republic

Vyhlašovatel soutěže

RATHGEBER, k.s.

Nádražní 1401

593 01 Bystřice nad Pernštejnem

Czech Republic

Kontakt:

MgA. Michaela Holubec Birtusová

+420 773 541 673

michaela.birtusova@czechdesign.cz