

YOUNG
CREATIVE
CHEVROLET

2012 ART
CONTEST

MLADI KREATIVNI CHEVROLET PRIRUČNIK: PRAVILA NATJEČAJA I KREATIVNI ZADACI ZA ŠKOLE

Umjetnički natječaj u 4 kategorije:

- » MODA
- » FOTOGRAFIJA
- » VIDEO
- » VIZUALNE UMJETNOSTI

PRESENTED BY



CHEVROLET

ŠTO ĆETE OVDJE NAĆI

-
- STRANICA 3 PREGLED: MLADI KREATIVNI CHEVROLET
Pozadina
Obuhvat
O Chevroletu
- STRANICA 4 MKC PRILIKA
Zašto biste se trebali uključiti
- STRANICE 5–7 OSNOVNA PRAVILA NATJEČAJA
Sudjelovanje
Prijava
Rokovi
Predaja radova
Odabir (nacionalna i europska razina)
Nagrade
- STRANICE 8–9 IZDVOJENO IZ MKC 2011.
Europski pobjednici
Europski žiri
- STRANICE 10–13 MKC 2012. KREATIVNI ZADACI
- STRANICA 14 MKC ZAKLJUČAK
Komentari Waynea Brannona
MKC kroz godine
- STRANICA 15 PODSJETNIK O KRAJNJEM ROKU

PREGLLED: MLADI KREATIVNI CHEVROLET

POZADINA

MLADI KREATIVNI CHEVROLET (MKC) je europski natječaj za učenike i studente primijenjenih umjetnosti. Cilj MKC-a je trostruki: promicanje kreativnosti, podrška mladim umjetnika u ranim fazama njihovih karijera i promicanje ključnih vrijednosti Chevroleta kao branda. Kada je Chevrolet pokrenuo ovaj natječaj prije pet godina, natjecali su se studenti i učenici iz 32 škole primijenjenih umjetnosti iz osam zemalja - no to je bio tek početak.

U pet kratkih godina, MKC je postao s nestrpljenjem iščekivan i doista europski događaj. Na MKC 2011. su prijavljena ukupno 552 rada iz 155 škola primijenjenih umjetnosti iz 22 države. Svake se godine javlja sve više mladih umjetnika iz sve većeg broja škola da odgovaraju na kreativne izazove u odabranim kategorijama kao što su Moda, Fotografija, Video i Vizualne umjetnosti.

S Chevroletom Europe jednako angažiranim oko MKC-a kao svake godine, nadamo se da ćete nam se pridružiti i učiniti MKC 2012. najzbudljivijim dosad.

OBUHVAT

Kako sudjelovanje u MKC-u raste, tako rastu i kriteriji natječaja. MKC ne privlači samo sve više učenika, studenata, škola i država, nego i sve više medijske pozornosti, kao i članove žirija koji su općepoznati lideri i inovatori u svojim područjima.

Projekti prijavljeni na MKC-u ocjenjuju se na nacionalnoj i europskoj razini. Najbolja tri rada na europskoj razini u svakoj kategoriji osvajaju novčanu nagradu i pozivnicu na gala svečanost dodjele nagrada. Svaki europski pobjednik također dobiva priliku za jedinstveno stažiranje i stjecanje radnog iskustva u svojem području.

Priznanje, publicitet i stvarno iskustvo samo su neke od prednosti koje nudi MKC.

O CHEVROLETU

Chevrolet je četvrti po veličini automobilski brand na svijetu i sasvim sigurno jedan od najpoznatijih. Više informacija o Chevroletu i stotinu godina njegove povijesti potražite na <http://www.chevroleteuropa.com>

MKC PRILIKA

ZAŠTO BISTE SE TREBALI UKLJUČITI

UČENICI/STUDENTI

MLADI KREATIVNI CHEVROLET nudi ekskluzivnu priliku učenicima i studentima primijenjenih umjetnosti da pokažu i razviju svoje talente u suradnji s poznatim globalnim brandom.

MKC nudi:

- izravnu povezanost područja interesa/studija i projekta
- mogućnost upoznavanja kolega učenika/studenata primijenjenih umjetnosti iz drugih europskih država i otkrivanja novih pristupa svojem poslu
- mogućnost upoznavanja priznatih stručnjaka u područjima za koja ste zainteresirani i na kojima želite graditi karijeru
- prvi i konkretan korak u profesionalni svijet

ŠKOLE

MLADI KREATIVNI CHEVROLET je iznimno vidljiva platforma za predstavljanje i razvoj kreativnosti koja povezuje škole primijenjenih umjetnosti i šire stručno društvo, koje uključuje lidere iz poslovnog svijeta, umjetnosti i medije.

MKC potiče:

- pozitivnu prisutnost vaše škole u medijima zahvaljujući dosegu lokalnih i europskih medija koji prate MKC, kao i sadržajima u raznim web-izdanjima vezanima za MKC i Chevrolet
- vjernost kreativnim idealima jer nije potrebna naknada niti novčani prilog da bi se sudjelovalo

Više informacija potražite na

www.youngcreativechevrolet.eu

OSNOVNA PRAVILA NATJEČAJA: SUDJELOVANJE

Godine 2011.–2012. tvrtka Chevrolet Europe (sa službenim sjedištem u Stelzenstrasse 4, 8152 Glattbrugg, Švicarska) organizira šesto po redu godišnje izdanje natječaja MLADI KREATIVNI CHEVROLET za učenike i studente primijenjenih umjetnosti u sljedeće četiri kategorije: Moda, Fotografija, Video i Vizualne umjetnosti.

TKO MOŽE SUDJELOVATI

- Sudjelovanje na MKC-u je ograničeno na učenike/studente primijenjenih umjetnosti iz škola koje su se službeno prijavile na natječaj (vidi Kako se prijaviti). Učenici/studenti moraju na dan 1. siječnja 2012. biti mlađi od 30 godina.
- Zaposlenici Chevrolet Europe i članovi njihovih obitelji kao i osobe povezane s organizacijom ili žirijem ne mogu sudjelovati u natječaju.
- Nema kotizacije za sudjelovanje, a nije potreban niti bilo kakav drugi novčani prilog.

ŠKOLE: KAKO SUDJELOVATI

1. Predstavite natječaj MKC i kreativne zadatke učenicima/studentima
2. Odaberite jednu ili više od ponuđene četiri kategorije u kojima ćete se natjecati: Moda, Fotografija, Video i/ili Vizualne umjetnosti (za svaku kategoriju svaka škola koja sudjeluje u natječaju može prijaviti najviše 10 projekata)
3. Prijavite se online do 31. prosinca 2011. (vidi Kako se prijaviti)
4. Odredite koji će učenici/studenti sudjelovati, bilo samostalno ili u grupama (maksimalno pet učenika/studenata po grupi)
5. Prosljedite imena učenika/studenata sudionika zajedno s njihovim mail-adresama, na yccregistration@setouts.co.uk
6. Kontaktirajte predstavnike MKC-a u svojoj zemlji

ŠKOLE: KAKO SE PRIJAVITI NA MKC

Kako biste službeno sudjelovali u MKC-u, potrebno je proći ovaj kratki postupak online prijave:

1. Otidite na web-stranicu www.youngcreativechevrolet.eu
 2. Navedite kreativne kategorije
 3. Popunite ostatak formulara
- Sve škole se moraju prijaviti na MKC najkasnije do 31. prosinca 2011. Potrebna je samo jedna prijava po školi.

ZA VIŠE INFORMACIJA:

Telefon: +44 (0)75 404 88 254

E-mail: yccregistration@setouts.co.uk

NAPOMENA ZA UČENIKE/STUDENTE

Jednom kad ste prijavili školu za sudjelovanje u MKC-u, dobit ćete detaljne upute o zadatku u odabranim kreativnim kategorijama te ćete biti pozvani da počnete s radom. Više informacija o kreativnim zadacima, postupku predaje radova i rokovima doznat ćete ako redovito pratite i posjećujete www.youngcreativechevrolet.eu

OSNOVNA PRAVILA NATJEČAJA: ROKOVI I PREDAJA RADOVA

MKC 2012. RASPORED

- Predstavljanje MKC-a 2012.:

1. rujna 2011.

- Krajnji rok za prijavu škola:

31. prosinca 2011.

- Krajnji rok za predaju radova:

1. travnja 2012.

- Zasjedanje nacionalnih žirija:

lipanj 2012.

- Zasjedanje europskog žirija:

srpanj 2012.

- Večer dodjele nagrada:

rujan 2012.

KREATIVNI ZADACI

Sve škole dobivaju isti MKC priručnik u kojemu su detaljno dane upute o natječaju, opisani kreativni zadaci i detalji o predaji radova.

RAZVOJ PROJEKATA

Jednom kad se škola službeno online prijavi za MKC učenici/studenti se pozivaju da počnu s radom na kreativnim zadacima u odabranim kategorijama.

Učenici/studenti mogu raditi samostalno ili u grupama, no ne većim od pet učenika/studenata po grupi.

Isti učenici/studenti mogu sudjelovati u više kreativnih kategorija, no mogu predati samo jedan rad po kategoriji. (Kako je rečeno ranije, jedna škola ne može predati više od 10 radova u pojedinoj kategoriji.)

Više informacija o pojedinostima predaje radova pronaći ćete u okviru službenih kreativnih zadataka (počinju na stranici 10).

PREDAJA PROJEKATA

Svi projekti predani na natječaj moraju biti umjetnikovi vlastiti radovi. Predajući projekt, sudionik jamči da u njemu nije korišten tuđi originalni rad (uključujući primjerice glazbu, fotografije, videozapise, filmove ili promidžbene spotove). Ako sudionik želi uključiti dio ili čitav tuđi originalni rad (tj. rad koji pripada trećoj strani) u svoj projekt, od autora ili vlasnika, kao i agencija na koje su prenijeta prava, mora dobiti pismenu dozvolu za globalno i besplatno korištenje tog rada. Tu je dozvolu potrebno priložiti projektu.

Chevrolet nije izravno naručio projekte niti oni predstavljaju stavove Chevroleta.

OSNOVNA PRAVILA NATJEČAJA: ODABIR I NAGRADE

SAŽETAK

Prvi odabir bit će napravljen na nacionalnoj razini, pri čemu će biti dodijeljene tri nagrade u svakoj kategoriji. Pobjednički rad u svakoj kategoriji natjecat će se za nagradu na europskoj razini.

Cilj u svim kategorijama je potaknuti slobodu izražavanja i kreativnost, no projekti neprikladne prirode koji bi mogli naštetiti Chevroletovom imidžu neće biti prihvaćeni. Chevrolet zadržava pravo diskvalifikacije svakog projekta koji ocijeni neprikladnim.

ODABIR

• **NACIONALNA RAZINA:** Prvi odabir žirija bit će napravljen na nacionalnoj razini, pri čemu će biti dodijeljene tri nagrade u svakoj kategoriji. Pobjednički rad u svakoj kategoriji natjecat će se za nagradu na europskoj razini. U svakoj kategoriji može biti samo jedan pobjednički projekt.

Svaki nacionalni žiri MKC-a sastoji se od priznatih umjetnika u svojim područjima, stručnjaka iz dizajna, medijskih profesionalaca i Chevroletovih djelatnika. Nacionalni pobjednici bit će objavljeni u lipnju 2012. te će nastaviti dalje u europsko finale.

• **EUROPSKA RAZINA:** Drugi odabir načinit će europski žiri MKC-a u čijem su sastavu vodeći kreativci iz raznih umjetničkih područja, poslovnog svijeta i medija, i djelatnici Chevroleta. Rezultati europskog finala bit će objavljeni u srpnju 2012. Europski pobjednici iz svih kategorija bit će pozvani na svečanu dodjelu nagrada - prethodne takve svečane večeri održane su u Parizu, Torinu, Berlinu i Londonu.

Sva vijećanja žirija u okviru MKC-a događaju se iza zatvorenih vrata.

PRAVA

Nagrađeni projekti u sklopu MKC-a postat će vlasništvo Chevrolet Europe, koji će zadržati prava njihovog korištenja u komunikaciji s medijima, na automobilskim sajmovima i prodajnim salonima, kao i za korištenje u ostalim događanjima i materijalima za medije.

Projekti koji se neće plasirati mogu na zahtjev biti vraćeni autorima. Chevrolet Europe neće prodavati pobjedničke projekte.

NAGRADE NA MKC-U 2012.

NACIONALNA RAZINA:

- Prva nagrada: 1.200 eura
- Druga nagrada: 800 eura
- Treća nagrada: 500 eura

EUROPSKA RAZINA:

- **1. nagrada MODA:** 4.000 eura i jedinstveno radno iskustvo u svijetu mode
 - **1. nagrada FOTOGRAFIJA:** 4.000 eura i jedinstveno radno iskustvo u svijetu fotografije
 - **1. nagrada VIDEO:** 4.000 eura i jedinstveno radno iskustvo u svijetu videoprodukcije
 - **1. nagrada VIZUALNE UMJETNOSTI:** 4.000 eura i jedinstveno radno iskustvo u svijetu vizualnih umjetnosti
- Prethodna radna iskustva odnosno stažiranja uključivala su praktičan rad u snimateljskom studiju te na foto i videosnimanjima te posjet poznatoj medijskoj kući Endemol (Francuska) i modnoj kući Lipsy (Ujedinjeno Kraljevstvo).

Za sve kategorije:

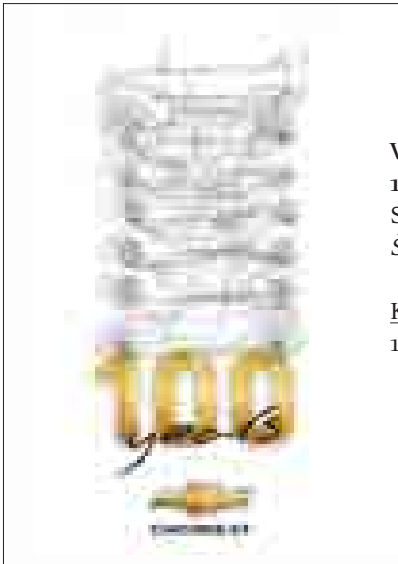
- 2. nagrada: 3.000 eura
- 3. nagrada: 2.000 eura

Pored ovih nagrada, pobjednici europskog kruga MKC-a bit će počasni gosti na svečanoj večeri dodjele nagrada, kako bi osobno primili svoje nagrade.

NAPOMENA

Sudjelovanje na MLADI KREATIVNI CHEVROLET podrazumijeva potpuno i bezuvjetno prihvaćanje ovih pravila i odricanje od bilo kakvih žalbi na štetu Chevrolet Europe. Chevrolet Europe zadržava pravo promjene, produljenja ili zatvaranja natječaj u svakom trenutku i iz bilo kojeg razloga, s ili bez prethodne obavijesti.

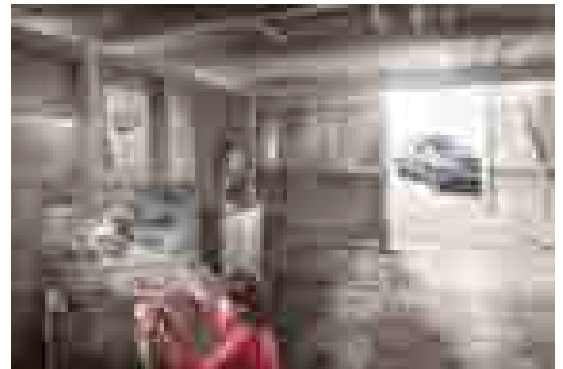
IZDVOJENO: MKC 2011. EUROPSKI POBJEDNICI



VIZUALNE UMJETNOSTI – 1. NAGRADA

Sofia Stergiopoulou
Škola: OMIROS, Grčka

Komentar žirija: «...vrlo estetski i
100% prema zadatku...»

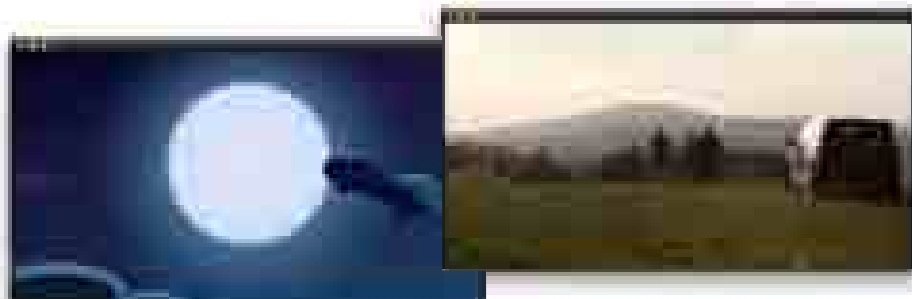


FOTOGRAFIJA - 1. NAGRADA

Juliana Křížová and Jakub Vlček

Škola: Univerzita Tomáše Bati, Česká Republika

Komentar žirija: «Pogledate li поблиže, naći
ćete priču na svakom koraku. Fotografija spaja
prekrasnu igru svjetla sa snažnom kompozici-
jom.»



VIDEO - 1. NAGRADA (DVA DOBITNIKA)

(lijevo) Clément Dufour, Xavier Lebu, Arthur Sotto,
Pierre Valdivielso, Ludovic Versace

Škola: Ecole Emile Cohl de Lyon, Francuska

(desno) Petr Bača, Jan Berghauer, Tomáš Hercog

Škola: AA&RF FUD UJEP (Atelje primijenjene i reklamne fotografije,
Fakultet umjetnosti i dizajna pri Sveučilištu J. E. Purkyně), Ústí nad
Labem, Česká Republika

Komentar žirija: «Oba su projekta toliko različita da ih nije bilo moguće
usporediti... Smatramo da su oba iznimno dobra na svoje vrlo različite
načine...»



MODA - 1. NAGRADA

Lubica Mildeová

Škola: FA STU Bratislava, Slovačka

Komentar žirija: «...vrlo moderno,
moglo bi biti iz neke suvremene kole-
kcije...»



GLAZBA - 1. NAGRADA

Roberto Attanasio, Michele Baldi,
Jacopo Bruschini

Škola: IED Rim, Italija

Komentar žirija: «...moderna vesela
pjesma izvrsne strukture...»

**SVE MKC 2011. POBJEDNIKE POTRAŽITE NA:
WWW.YOUNGCREATIVECHEVROLET.EU**

IZDVOJENO: MKC 2011.



EUROPSKI ŽIRI

U srpnju 2011. europski MKC žiri zasjedao je iza zatvorenih vrata u portugalskom gradu Portu.

Europski MKC 2011. žiri sastojao se od vodećih ljudi iz Chevroleta kao i sljedećih poznatih profesionalaca iz svijeta umjetnosti i zabavne industrije (abecednim redom):

WILL HUDSON, VIZUALNE UMJETNOSTI

Will Hudson osnovao je nagrađivani studio za dizajn i kreativni konzalting It's Nice That. Dobio je 2009. nagradu Adobe Future Creative Bursary od D&AD-a te je odabran kao jedan od top 100 važnih glasova 2011. godine od Say Medije.

SAMUEL PRAT, VIDEO

Samuel Prat direktor je prestižnog Off-Courts Festivala, smotre kratkog filma koja se održava u francuskom gradu Trouville-sur-mer tijekom Deauville American Film Festivala.

SVEN SCHÄFERKORD, GLAZBA

Sven Schäferkord je stariji direktor tvrtke G/S/A i izvršni direktor tvrtke OCEAN artist&brand, podružnice Sony Music Entertainment Njemačka.

TIBERIO TIMPERI, LIFESTYLE MEDIJI

Tiberio Timperi je televizijski novinar i voditelj na RAI-ju te poznato lice u talijanskoj zabavnoj industriji. Također je pisac te popularni TV i filmski glumac.

ČLANOVI ŽIRIJA MKC-A 2011. IZ CHEVROLETA

WAYNE BRANNON

Predsjednik i izvršni direktor, Chevrolet Europe

MARC KEMPE

Direktor odnosa s javnosti, Chevrolet Europe

JEFF PERKINS

Direktor Design UK Advanced Studija, Chevrolet

IGOR TODOROVIĆ, MODA

Igor Todorović je glavni urednik medijske kuće Fashion TV SEE (Jugoistočna Europa) i kreativni direktor Pink Media Grupe. Počeo je karijeru u modnom dizajnu te je bio nagrađivani modni novinar.

KERSTIN ZU PAN, FOTOFRAFIJA

Iz svojeg berlinskog studija, Kerstin Zu Pan se proslavila u svijetu umjetničke, modne, portretne i reklamne fotografije. Njeni su se radovi pojavili u brojnim publikacijama i dobili brojne pohvale.

MKC 2012.

ZADATAK: MODA

GLAVNA TEMA NATJEČAJA: „MAKE IT HAPPEN“

Chevrolet je četvrti po veličini proizvođač automobila na svijetu i stotinu mu je godina. Svakih 7 sekundi netko, negdje, u 130 država u kojima se prodaje Chevrolet, kupi Chevroletov automobil. Ove godine je pokrenuta nova kampanja kao podrška predstavljanju čak sedam novih modela, s motom koji je vrijedan veličine i značenja ovog branda: „Make it Happen“.

Njegovo je značenje da je život pun prilika - i bez obzira što želite učiniti, promijeniti ili biti, sada je vrijeme da to ostvarite. Zovite to stavom, mantrom, filozofijom ili tek riječima

koje će vas, kad ih vidite zajedno, natjerati da stanete i razmislite.

U MKC-u 2012. tražimo maštovite i neočekivane interpretacije poruke „Make it Happen“. A tko je bolje dorastao ovom izazovu od mladih učenika i studenata primijenjenih umjetnosti iz čitave Europe?

Stoga prionite, zabavite se i - prije svega - „make it happen“, jer život je pun prilika.

FANTAZIJA O PUTOVANJU

Što je to u ideji putovanja što toliko golica maštu? Bilo da se radi o otvorenoj cesti, pejzažima ili osjećaju beskrajnih mogućnosti, treba vam odjeća dostojna avanture.

Vaš zadatak je dizajnirati odjeću (za muškarca ili ženu) za vaše automobilsko putovanje iz snova... u Chevroletu po vašem izboru. Bez obzira na destinaciju, cilj je uhvatiti ideju savršenog putovanja u modi.

DODATNI NAPUTCI

- Chevroletovo vozilo (bilo koji model, bilo koja godina) ne mora se pojaviti u dizajnu, no mora ga na neki način inspirirati, doslovno ili metaforički. Model automobila mora biti naveden u prijavi, primjerice u nazivu komada/kolekcije, u skici ili u popratnom objašnjenju (vidi dolje).
- Chevroletov logo može se pojaviti u dizajnu, ali ne mora.

POSEBNA NAPOMENA

Svaki prvoplasirani projekt iz nacionalnog kruga MKC-a natjecat će se u europskom finalu pa prema tome treba biti načinjen u europskoj standardnoj veličini 38 (za žene) i 50 (za muškarce).

PROJEKTI SE PREDAJU NA SLJEDEĆI NAČIN

- Dvije kopije crteža na A3 papiru pričvršćene na ploču od poliuretanske pjene: jedan crtež da prikazuje model s prednje, a drugi sa stražnje strane
- Napismeno detaljno objašnjenje vezano za predane materijale - procjena troškova proizvodnje, mogućnosti i vremenski okvir proizvodnje, uzorak preporučene tkanine i ime Chevroletovog modela
- Jedna digitalna verzija crteža u JPEG formatu s razlučivosti A4 300 tpi na CD-u ili USB memoriji

Prilikom predaje projekta treba navesti i ime i prezime, mail-adresu, broj mobitela i naziv škole samostalnog autora ili grupe autora.

MKC 2012.

ZADATAK: FOTOGRAFIJA

GLAVNA TEMA NATJEČAJA: „MAKE IT HAPPEN“

Chevrolet je četvrti po veličini proizvođač automobila na svijetu i stotinu mu je godina. Svakih 7 sekundi netko, negdje, u 130 država u kojima se prodaje Chevrolet, kupi Chevroletov automobil. Ove godine je pokrenuta nova kampanja kao podrška predstavljanju čak sedam novih modela, s motom koji je vrijedan veličine i značenja ovog branda: „Make it Happen“.

Njegovo je značenje da je život pun prilika - i bez obzira što želite učiniti, promijeniti ili biti, sada je vrijeme da to ostvarite. Zovite to stavom, mantrom, filozofijom ili tek riječima

koje će vas, kad ih vidite zajedno, natjerati da stanete i razmislite.

U MKC-u 2012. tražimo maštovite i neočekivane interpretacije poruke „Make it Happen“. A tko je bolje dorastao ovom izazovu od mladih učenika i studenata primijenjenih umjetnosti iz čitave Europe?

Stoga prionite, zabavite se i - prije svega - „make it happen“, jer život je pun prilika.

SADA JE PRAVO VRIJEME

Presjek između prošlosti i budućnosti trenutak je koji može biti odlučujući.

Vaš zadatak je da uhvatite bit poruke „Make it Happen“ u jednoj fotografiji - priliku, energiju i pomak prema novom načinu života. Premda se u fotografiji mogu naslućivati neiskorištene prošle prilike, fokus bi trebao biti na ukupnom osjećaju obećanja.

DODATNI NAPUTCI

- U svjetlu Chevroletovih američkih korijena, razmislite o uključivanju nečega doslovno ili simbolički vezanoga za SAD.
- Chevroletovi automobili ne moraju se nalaziti na fotografiji.
- Fotografije neprikladne prirode koje mogu naštetiti Chevroletu kao brandu neće biti prihvaćene. Chevrolet Europe zadržava pravo diskvalificirati svaki projekt koji smatra neprikladnim.

PROJEKTI SE PREDAJU NA SLJEDEĆI NAČIN

- Dvije kopije ispisa fotografije na papiru 40x60 cm zalijepljene na ploču od poliuretanske pjene s bijelim obrubom od 3 cm
- Elektronička datoteka (na CD-u ili USB memoriji) u razlučivosti A4 300 tpi, te u JPEG i TIFF formatu

Prilikom predaje projekta treba navesti i ime i prezime, mail-adresu, broj mobitela i naziv škole samostalnog autora ili grupe autora.

MKC 2012.

ZADATAK: VIZUALNE UMJETNOSTI

GLAVNA TEMA NATJEČAJA: „MAKE IT HAPPEN“

Chevrolet je četvrti po veličini proizvođač automobila na svijetu i stotinu mu je godina. Svakih 7 sekundi netko, negdje, u 130 država u kojima se prodaje Chevrolet, kupi Chevroletov automobil. Ove godine je pokrenuta nova kampanja kao podrška predstavljanju čak sedam novih modela, s motom koji je vrijedan veličine i značenja ovog branda: „Make it Happen“.

Njegovo je značenje da je život pun prilika - i bez obzira što želite učiniti, promijeniti ili biti, sada je vrijeme da to ostvarite. Zovite to stavom, mantrom, filozofijom ili tek riječima

koje će vas, kad ih vidite zajedno, natjerati da stanete i razmislite.

U MKC-u 2012. tražimo maštovite i neočekivane interpretacije poruke „Make it Happen“. A tko je bolje dorastao ovom izazovu od mladih učenika i studenata primijenjenih umjetnosti iz čitave Europe?

Stoga prionite, zabavite se i - prije svega - „make it happen“, jer život je pun prilika.

STAV KOJI MOŽETE NOSITI

Ako ćete već dati sve od sebe da se nešto ostvari, možete onda od toga napraviti stav.

Vaš je zadatak kreirati jedinstven i zanimljiv print za posebno izdanje majice s kratkim rukavima i majice s kapuljačom koji izražava bit poruke „Make it Happen“. Budući da naglasak treba biti na stavu i dinamičnosti, potrebna je tek diskretna referenca na Chevrolet kao brand.

DODATNI NAPUTCI

- Nema ograničenja koja se tiču boja kada se radi o dizajnu.
- Dizajn mora biti pogodan za tvornički tisak na pamučne materijale.
- Kako je navedeno gore, Chevroletov logo ne bi trebao biti središnji element dizajna. Želite li ga ipak koristiti, valja se pridržavati naputaka o standardnom europskom korporativnom dizajnu. Premda se preferira četverbojni logo bez R, dobro je razmotriti upotrebu vanjskog obrisa loga kada je proizvodni proces složeniji zbog korištenih materijala. Primjer izvezenog loga može se vidjeti na www.youngcreativechevrolet.eu
- Print neprikladne prirode koji može naštetiti Chevroletu kao brandu neće biti prihvaćen. Chevrolet Europe zadržava pravo diskvalificirati svaki projekt koji smatra neprikladnim.

POSEBNA NAPOMENA

Jedan ili više pobjedničkih europskih dizajna bit će korišteni u jesen 2012. ili ljeta 2013. za proizvodnju u ograničenoj seriji kao posebno izdanje, i prodavano s ostalim Chevroletovim brandiranim proizvodima.

PROJEKTI SE PREDAJU NA SLJEDEĆI NAČIN

- Dvije kopije DIN A2 (portretna orijentacija, 594 x 841 mm) ispisa na papiru, pričvršćene na ploču od poliuretanske pjene, bez margina (bleed off): jedan crtež dizajna printa i jedan koji prikazuje print na majici s kratkim rukavima i majici s kapuljačom (nema ograničenja kakva se vrsta i kvaliteta papira mora koristiti).
- Elektronička verzija tih crteža u EPS/TIFF formatu (300 tpi, A1) na CD-u, DVD-u ili USB memoriji zajedno s JPEG kopijom (150 tpi, A4) na istom mediju za pohranu.
- CD s nužnim tehničkim informacijama (pantone boja, komentari itd.) koje će se koristiti pri realizaciji projekta na pamučnim materijalima.

Prilikom predaje projekta treba navesti i ime i prezime, mail-adresu, broj mobitela i naziv škole samostalnog autora ili grupe autora.

MKC 2012.

ZADATAK: VIDEO

GLAVNA TEMA NATJEČAJA: „MAKE IT HAPPEN“

Chevrolet je četvrti po veličini proizvođač automobila na svijetu i stotinu mu je godina. Svakih 7 sekundi netko, negdje, u 130 država u kojima se prodaje Chevrolet, kupi Chevroletov automobil. Ove godine je pokrenuta nova kampanja kao podrška predstavljanju čak sedam novih modela, s motom koji je vrijedan veličine i značenja ovog branda: „Make it Happen“.

Njegovo je značenje da je život pun prilika - i bez obzira što želite učiniti, promijeniti ili biti, sada je vrijeme da to ostvarite. Zovite to stavom, mantrom, filozofijom ili tek riječima

koje će vas, kad ih vidite zajedno, natjerati da stanete i razmislite.

U MKC-u 2012. tražimo maštovite i neočekivane interpretacije poruke „Make it Happen“. A tko je bolje dorastao ovom izazovu od mladih učenika i studenata primijenjenih umjetnosti iz čitave Europe?

Stoga prionite, zabavite se i - prije svega - „make it happen“, jer život je pun prilika.

PROŠIRITE PORUKU

Čista zabava ili društveni katalizator?
Ne treba zanemariti snagu videa.

Jeste li ikada poželjeli napraviti ili promijeniti nešto na sebi, u društvu, na svijetu? Vaš zadatak je napraviti video koji će potaknuti ljude da nešto naprave u svojim životima. Ideja je inspirirati publiku na djelovanje - u općem smislu, ne zbog neke određene svrhe - i pokrenuti ljude prije nego još jedna prilika bude propuštena.

DODATNI NAPUTCI

- Svi radovi u projektu moraju biti originalni: vidi detalje na stranici 6.
- Ton mora biti optimističan, živahan i sugestivan.
- Kreativni koncept treba biti vizualan/glazben po prirodi kako bi bio pogodan za interpretaciju na više jezika.
- Svi videozapisi trebaju sadržavati kratku sekvencu „Powered by Young Creative Chevrolet“ koja se može downloadati sa stranice www.youngcreativechevrolet.eu.
- Logo MKC također treba biti uključen, no nije nužno koristiti Chevroletov logo ili automobile.
- Video materijali neprikladne prirode koje mogu naštetiti Chevroletu kao brandu neće biti prihvaćeni. Chevrolet Europe zadržava pravo diskvalificirati svaki projekt koji smatra neprikladnim.
- Sljedeće nije dozvoljeno prikazivati: ilegalnu ili kriminalnu aktivnost; opasno ponašanje uključujući brzu i nehajnu vožnju; političke, vjerske ili seksualne teme.

POSEBNA NAPOMENA

Pobjednički projekt koristit će se na Chevroletovim platformama vezanima za društvene medije u cijeloj Europi, a moguće i u svijetu.

PROJEKTI SE PREDAJU NA SLJEDEĆI NAČIN

Dvije kopije na DVD-u: jedna u velikom formatu i druga u malom.

VELIKI FORMAT (ZA GLEDANJE)

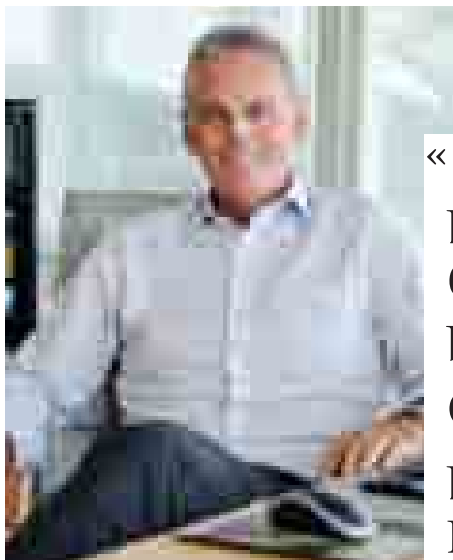
- QuickTime Movie (MOV ili MP4) – NE u Windows Media, WMV ili AVI formatu!
- Veličina zaslona: 768x432 (16:9)
- Veličina datoteke: maksimalno 70 MB
- Dužina: 20 - 90 sekundi

MALI FORMAT (ZA DIJELJENJE)

- QuickTime Movie (MP4) – NE u Windows Media, WMV ili AVI formatu!
- Veličina zaslona: 320 x 179 (16:9)
- Veličina datoteke: maksimalno 6 MB
- Dužina: 20 - 90 sekundi

Prilikom predaje projekta treba navesti i ime i prezime, mail-adresu, broj mobitela i naziv škole samostalnog autora ili grupe autora.

MKC UKRATKO



« Mladi postavljaju pravila u svijetu i predvode njegovu promjenu i razvoj. Oni nasljeđuju svijet koji stvaramo, da bi ga uskoro i sami predali drugima. Chevrolet je impresioniran kreativnim projektima koje stvara natječaj MLADI KREATIVNI CHEVROLET. Doista smo ponosni što kroz ovu inicijativu podržavamo mlade umjetnike i dizajnere u usponu. Na temelju prošlih pet natječaja, čini se da će MLADI KREATIVNI CHEVROLET 2012. dodatno podići standarde kreativnosti i mašte.»

*Wayne Brannon
Predsjednik i izvršni direktor
Chevrolet Europe*

MKC KROZ GODINE

» MKC 2007.

Prijavljene 32 škole iz 8 zemalja

» MKC 2008.

Prijavljeno 75 škola iz 15 zemalja

» MKC 2009.

Prijavljeno 120 škola iz 19 zemalja

» MKC 2010.

Prijavljeno 135 škola iz 20 zemalja

» MKC 2011.

Prijavljeno 155 škola iz 22 zemlje

Što će donijeti MKC 2012.?

NE PROPUSTITE PRILIKU DA BUDETE DIO MKC-A 2012.

PRIJAVITE SE ONLINE
DO 31. PROSINCA 2011.

www.youngcreativechevrolet.eu

VIŠE INFORMACIJA:
yccregistration@setouts.co.uk
or +44 (0)75 404 88 254

PRESENTED BY



CHEVROLET