

YOUNG
CREATIVE
CHEVROLET

2013 ART
CONTEST

PRIRUČNIK ZA NATJEČAJ MLADI KREATIVNI CHEVROLET:

PRAVILA NATJECANJA I KREATIVNI ZADACI ZA ŠKOLE

Umjetnički natječaj u 4 kategorije:

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

PREDSTAVLJA



CHEVROLET

ŠTO ĆETE OVDJE NAĆI

-
- STRANICA 3** PREGLED: MLADI KREATIVNI CHEVROLET
Pozadina
Opseg
O tvrtki Chevrolet
- STRANICA 4** PRILIKA KOJU MKC PRUŽA
Zašto biste se trebali uključiti
- STRANICE 5–7** OPĆA PRAVILA NATJECANJA
Sudjelovanje
Prijava
Rokovi
Predaja radova
Odabir radova (na nacionalnoj i europskoj razini)
Nagrade
- STRANICE 8–9** IZDVOJENO IZ MKC-a 2012.
Europski pobjednici
Europski žiri
- STRANICE 10–13** KREATIVNI ZADACI ZA MKC 2013.
- STRANICA 14** UKRATKO O MKC-u
Napomene Susan Docherty
MKC tijekom godina
- STRANICA 15** PODSJETNIK NA ROK ZA PRIJAVU
-

PREGLED: MLADI KREATIVNI CHEVROLET

POZADINA

MLADI KREATIVNI CHEVROLET (MKC) je godišnje europsko natjecanje u umjetnosti i dizajnu namijenjeno učenicima i studentima primijenjene umjetnosti. MKC ima trostruki cilj: njegovati kreativnost; pružiti podršku umjetnicima u nastajanju tijekom ranih faza njihovih karijera; i ojačati ključne vrijednosti branda Chevrolet. Svake se godine pred mladim umjetnicima postavljaju izazovi u obliku kreativnih zadataka u odabranim kategorijama primijenjenih umjetnosti, poput mode, fotografije, videa i vizualnih umjetnosti.

Kada je Chevrolet 2007. godine pokrenuo ovaj natječaj, na njemu su sudjelovali učenici i studenti iz 32 škole za primijenjenu umjetnost iz osam zemalja – ali to je bio samo početak. U roku od šest godina, MKC je postao prava europska manifestacija koju se iščekuje s nestrpljenjem. Samo je na MKC 2012. pristiglo više od 1.000 radova iz 280 škola primijenjenih umjetnosti iz 24 zemlje.

S obzirom da je tvrtka Chevrolet Europe jednako kao i uvijek posvećena MKC-u, nadamo se da ćete nam se pridružiti i tako nam pomoći da MKC 2013. učinimo dosad najuzbudljivijim natjecanjem.

OPSEG

Kako raste broj učesnika MKC-a, raste i kvaliteta natjecanja. MKC ne privlači samo sve veći broj učenika, studenata, škola i zemalja, već i sve veću pozornost medija, dok su članovi žirija poznata vodeća imena i inovatori u svojim područjima.

Projekti prijavljeni na MKC ocjenjuju se kako na nacionalnoj tako i na europskoj razini. Tri najbolja natjecatelja u svakoj kategoriji osvajaju novčanu nagradu i javno priznanje putem lokalnih manifestacija MKC-a i europskih komunikacijskih kanala MKC-a. Tri najbolja rada na europskoj razini u svakoj kategoriji osvajaju novčanu nagradu, ali i pozivnicu na svečanost dodjele nagrada. Europski pobjednik ili pobjednica u svakoj kategoriji dobiva i pozivnicu za jedinstveno stažiranje i stjecanje radnog iskustva u svojem području.

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

O TVRTKI CHEVROLET

Chevrolet je četvrta po veličini svjetska marka automobila za koju se može reći i da predstavlja svojevrsnu ikonu. Nešto više o tvrtki Chevrolet i njezinoj stoljetnoj povijesti možete naći na adresi: <http://www.chevroleteuropa.com>

PRILIKA KOJU MKC PRUŽA

ZAŠTO BISTE SE TREBALI UKLJUČITI

UČENICI I STUDENTI

MLADI KREATIVNI CHEVROLET nudi izuzetnu priliku učenicima i studentima primijenjenih umjetnosti da izraze svoje talente kroz rad s priznatim svjetskim brandom.

MCK pruža:

- izravnu povezanost područja studija i projekta
- priliku za druženje s kolegama i kolegicama, učenicima i studentima umjetnosti iz drugih europskih zemalja te za otkrivanje novih načina rada i pristupa poslu
- priliku za upoznavanje stručnjaka iz područja u kojima želite graditi svoju buduću karijeru
- prvi i odlučan korak u svijet struke

ŠKOLE

MLADI KREATIVNI CHEVROLET je istaknuta pozornica za izražavanje kreativnosti koja gradi mostove između škola primijenjenih umjetnosti i šire stručne zajednice te okuplja vodeća imena iz poslovnog svijeta, umjetnosti i medija.

MKC potiče:

- bolju istaknutost vaše škole u javnosti zahvaljujući dosegom lokalnih i europskih medija koji prate MKC, kao i sadržajima u web-izdanjima koji se odnose na MKC i Chevrolet.
- potpunu posvećenost kreativnim idealima, s obzirom da za sudjelovanje nije potrebno uplaćivati nikakvu kotizaciju niti novčani doprinos.

**SVE DODATNE INFORMACIJE NA ADRESI:
WWW.YOUNGCREATIVECHEVROLET.EU**

OPĆA PRAVILA NATJECANJA: SUDJELOVANJE

Tvrtka Chevrolet Europe GmbH (sa sjedištem u Stelzenstrasse 4, 8151 Glattbrugg, Švicarska) u 2012. i 2013. organizira sedmo godišnje izdanje natječaja MLADI KREATIVNI CHEVROLET za mlade učenike i studente primijenjenih umjetnosti u sljedeće četiri kategorije: Moda, Fotografija, Video i Vizualne umjetnosti.

TKO MOŽE SUDJELOVATI

- Sudjelovanje u natječaju MKC ograničeno je na učenike/ učenice i studente/studentice škola primijenjenih umjetnosti koji su se službeno prijavili na natječaj (vidi: Kako se prijaviti). Na dan 1. siječnja 2013. godine prijavljeni učenici ili studenti moraju biti mlađi od 30 godina.
- Osoblje tvrtke Chevrolet Europe i članovi njihovih obitelji, kao i osobe vezane za organizaciju ili žiri, isključene su iz sudjelovanja u natječaju.
- Za sudjelovanje nije potrebno uplaćivati kotizaciju niti novčani doprinos.

ŠKOLE: KAKO SUDJELOVATI

1. Predstavite natječaj MKC i kreativne zadatke učenicima/ studentima
2. Odaberite jednu ili više od četiri kategorija u kojoj ćete se natjecati, npr. Moda, Fotografija, Video i/ili Vizualne umjetnosti (uz upozorenje da svaka škola koja sudjeluje smije prijaviti najviše 10 projekata u svakoj pojedinoj kategoriji)
3. Prijavite se online najkasnije do 31. prosinca 2012. godine (vidi: Kako se prijaviti)
4. Odredite učenike/studente koji će sudjelovati, bilo samostalno ili u skupinama (najviše pet učenika/ studenata po skupini)
5. Dostavite imena učenika/studenata koji će sudjelovati, zajedno s njihovim e-mail adresama, na:
yccregistration@setouts.co.uk
6. Stupite u vezu s predstavnikom MKC-a u vašoj zemlji

ŠKOLE: KAKO SE PRIJAVITI NA MKC

Kako biste mogli službeno sudjelovati u natječaju MKC, potrebno je provesti sljedeći kratak postupak online prijave:

1. Otvorite stranice www.youngcreativechevrolet.eu
2. Navedite kreativne kategorije
3. Popunite ostatak prijave

Sve se škole moraju prijaviti na natječaj MKC najkasnije do **31. prosinca 2012.** godine. Potrebna je samo jedna prijava po školi.

ZA SVE DODATNE INFORMACIJE:

Telefon: +44 (0)75 404 88 254

E-mail: yccregistration@setouts.co.uk

NAPOMENA UČENICIMA/STUDENTIMA

Jednom kada se vaša škola prijavila na natječaj MKC, dobit ćete upute vezane uz odabrana kreativna područja te poziv da započnete s radom. Sve dodatne informacije o kreativnim zadacima, postupku predaje radova i rokovima možete naći u nastavku te na stranicama www.youngcreativechevrolet.eu

OPĆA PRAVILA NATJECANJA: ROKOVI I PREDAJA RADOVA

RASPORED ZA MKC 2013.

- Predstavljanje MKC-a 2013.:
1. listopada 2012.
- Rok za prijavu škola:
31. prosinca 2012.
- Rok za predaju radova:
15. travnja 2013.
- Zasjedanje nacionalnog žirija:
lipanj 2013.
- Zasjedanje europskog žirija:
srpanj 2013.
- Večer dodjele nagrada:
još treba potvrditi

KREATIVNI ZADACI

Sve škole dobivaju ovaj priručnik za natječaj MKC, u kojemu su detaljno opisane upute, kreativni zadaci i pojedinsti o predaji radova.

IZRADA PROJEKATA

Jednom kada škola službeno podnese online prijavu za natječaj MKC, učenici/studenti su pozvani da započnu s radom na kreativnim zadacima u odabranim kategorijama.

Učenici/studenti mogu raditi samostalno ili u skupinama, s time da u skupinama smije biti najviše pet učenika/studenata.

Isti učenici/studenti mogu sudjelovati u više kreativnih kategorija, ali smiju predati samo jedan rad po kategoriji. (Kao što je već spomenuto, ista škola ne može predati više od 10 projekata u pojedinoj kategoriji.)

Dodatne informacije o pojedinstima predaje radova možete naći u okviru službenih kreativnih zadataka (s početkom na 10. stranici).

PREDAJA PROJEKATA

Svi projekti predani na natječaj moraju biti vlastiti radovi samoga umjetnika. Kod predaje projekta, sudionik jamči da niti jedan tuđi izvorni rad nije bio korišten u izradi projekta (uključujući, primjerice, glazbu, fotografije, video zapise, filmove ili promidžbene spotove). Ukoliko sudionici žele uključiti nečiji izvorni rad ili neki njegov dio (odnosno rad koji pripada trećoj strani) u svoj projekt, trebaju pribaviti pisanu dozvolu autora ili vlasnika, kao i agencija za zaštitu prava trećih strana, da tvrtka Chevrolet smije koristiti taj rad u cijelom svijetu bez plaćanja autorskih naknada, te je priložiti uz projekt.

Chevrolet nije izravni naručitelj projekata, niti oni predstavljaju stavove tvrtke Chevrolet.

OPĆA PRAVILA NATJECANJA: ODABIR I NAGRADE

SAŽETAK

Prvi odabir provest će se na nacionalnoj razini. U svakoj kategoriji dodjeljuju se najviše tri nagrade (Chevrolet rezervira pravo da dodijeli i manje nagrada ukoliko smatra da radovi ne zadovoljavaju standarde). Pobjednički projekt u svakoj kategoriji natječe se za europsku nagradu u istoj kategoriji.

U svim je kategorijama cilj poticati slobodu izražavanja i kreativnost. Međutim, projekti neprikladne naravi koji mogu naštetiti marki Chevrolet neće biti prihvaćeni. Chevrolet Europe zadržava pravo diskvalificirati svaki projekt koji smatra neprikladnim.

ODABIR

• **NA NACIONALNOJ RAZINI:** Prvi će odabir provesti priznati umjetnici, dizajneri, medijski stručnjaci i djelatnici tvrtke Chevrolet koji čine sastav nacionalnih žirija MKC-a. Svi prvo, drugo i treće plasirani natjecatelji bit će proglašeni do srpnja 2013. godine te će se nastaviti natjecati u europskom finalu.

• **NA EUROPSKOJ RAZINI:** Uži odabir provest će europski žiri MKC-a u sastavu vodećih imena iz svijeta umjetnosti, medija i kreativnih grana industrije, kao i viših djelatnika tvrtke Chevrolet.

Rezultati Europskog finala bit će proglašeni u srpnju 2013. godine. Europski pobjednici u svim disciplinama bit će pozvani na svečanost dodjele nagrada MKC-a; prethodne su manifestacije održane u Parizu, Torinu, Berlinu, Londonu i Los Angelesu.

Sva zasjedanja žirija MKC-a događaju se iza zatvorenih vrata.

PRAVA

Nagrađeni projekti MKC-a postaju vlasništvo tvrtke Chevrolet Europe, koja zadržava prava za njihovo korištenje u komunikaciji s medijima, na sajmovima automobila i u prodajnim salonima, kao i u svrhu drugih manifestacija i materijala za medije.

Projekti koji ne budu nagrađeni mogu na zahtjev biti vraćeni autorima.

NAGRADE MKC-A 2013.

NACIONALNA RAZINA:

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

EUROPSKA RAZINA:

- **1. nagrada u kategoriji MODA:** 4.000 eura i jedinstvena prilika za stjecanje radnoga iskustva u području mode
- **1. nagrada u kategoriji FOTOGRAFIJA:** 4.000 eura i jedinstvena prilika za stjecanje radnoga iskustva u području fotografije
- **1. nagrada u kategoriji VIDEO:** 4.000 eura i jedinstvena prilika za stjecanje radnoga iskustva u području video produkcije
- **1. nagrada u kategoriji VIZUALNE UMJETNOSTI:** 4.000 eura i jedinstvena prilika za stjecanje radnoga iskustva u području vizualnih umjetnosti

Prethodne prilike za stjecanje radnoga iskustva i stažiranje uključivale su praktičan rad u snimateljskom studiju i na foto snimanjima te posjet poznatoj medijskoj kući Endemol (Francuska), modnoj kući Lipsy (Ujedinjeno Kraljevstvo) i studiju za dizajn It's Nice That (Ujedinjeno Kraljevstvo).

Za sve kategorije:

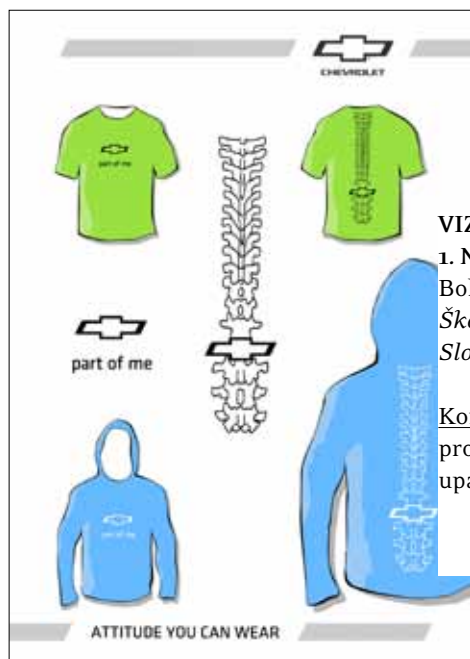
- 2. nagrada: 3.000 eura
- 3. nagrada: 2.000 eura

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

NAPOMENA

Sudjelovanje u natječaju MLADI KREATIVNI CHEVROLET podrazumijeva potpuno i bezuvjetno prihvaćanje ovih pravila i odricanje od svih žalbi na štetu Chevrolet Europe. Chevrolet Europe zadržava pravo promjene, produljenja ili zatvaranja natječaja u svakom trenutku i iz bilo kojeg razloga, uz prethodnu obavijest ili bez nje.

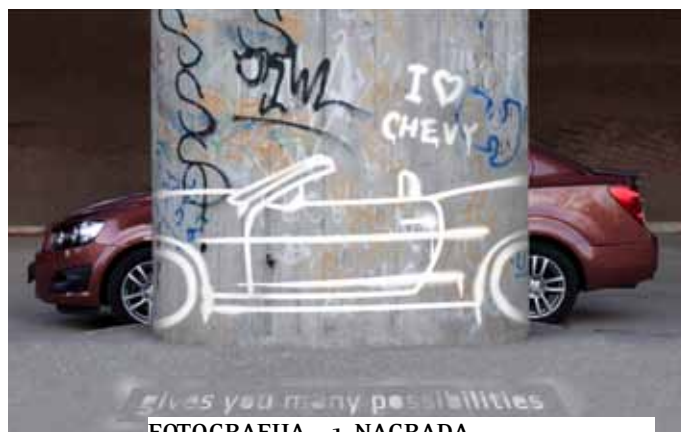
IZDVOJENO IZ MKC-A 2012. EUROPSKI POBJEDNICI



VIZUALNE UMJETNOSTI – 1. NAGRADA

Bohuslav Konuš
Škola: FA STU Bratislava,
Slovačka

Komentar žirija: »Dobro
promišljen dizajn koji
upada u oči i šalje poruku.«



FOTOGRAFIJA – 1. NAGRADA

Bohuslav Konuš
Škola: FA STU Bratislava, Slovačka

Komentar žirija: »Fotografija posjeduje
svojevrsnu zgodnu sirovost ... pretvara
okoliš u nešto prekrasno i optimistično.«



VIDEO – 1. NAGRADA

Jana Bauerová i Marie Čermáková
Škola: J.E. Purkyne, Republika Češka

Komentar žirija: »Pobjednički video je
dobro tehnički izveden ... i priča duhovitu
priču o tome kako jedna jednostavna
poruka može promijeniti naše živote.«



MODA – 1. NAGRADA

Tatiana Turňová
Škola: Slovačko sveučilište za tehnologiju,
Slovačka

Komentar žirija: »Uzorak je domišljato
krojen ... a korišten je inovativan rub koji se
tek sada pojavljuje na modnim pistama.«

**SVE POBJEDNIKE NATJECANJA
MKC 2012. POTRAŽITE NA:
WWW.YOUNGCREATIVECHEVROLET.EU**

IZDVOJENO IZ MKC-A 2012.



EUROPSKI ŽIRI

U srpnju 2012. godine, europski žiri MKC-a zasjedao je iza zatvorenih vrata u njemačkome gradu Kolnu.

Europski žiri MKC-a 2012. sastojao se od vodećih djelatnika tvrtke Chevrolet, kao i sljedećih poznatih stručnjaka iz svijeta kreativnih grana industrije i umjetnosti (navedeni su abecednim redom):

ANDY BAKER

Andy je suosnivač portala MOFILM.com, vodećega svjetskog portala za *crowdsourcing* vezan uz video zapise. Andy i njegov tim rade s najvećim svjetskim markama i klijentima među kojima su The Coca-Cola Company, Unilever, Chevrolet i Ljetne olimpijske igre 2012.

SAMANTHA JONES

Samanta je trajna figura u međunarodnom svijetu mode. Radila je za modne kuće Zara, LC Waikiki (vodeću marku na turskom tržištu), C&A te, posljednje, za Primark kao direktorica globalnog dizajna za ženske, muške i dječje kolekcije te kolekcije za kuću i dom.

ANNETTE KELLER

Annette je zamjenica direktora fotografije u švicarskom časopisu *Annabelle* te je odgovorna za umjetničku i putnu fotografiju. Prethodno je radila u foto odjelima časopisa *Bolero* i *Weltwoche* prije nego što je postala voditeljica foto agencije Emphasis u Hong Kongu.

ALFRED RHIEM

Alfred je osnivač tvrtke Talk Talk Media koja radi s umjetnicima i značajnijim markama poput tvrtki Vodafone D2, Volkswagen Motorsport i modnom kućom Gerry Weber. Nekad voditelj njemačke tvrtke Motown Records, autor je i dobro poznatih televizijskih formata.

RON SMRCZEK

Ron radi kako kreativni direktor u novo-osnovanoj agenciji Commonwealth tvrtke Chevrolet u Milanu. Njegov raniji rad na markama Nike i Pfizerovoj Viagra u svjetskoj agenciji TAXI učinile su ga međunarodno priznatim te mu donijele nagrade za oglašavanje, uključujući lavove u Cannesu te Pencils i Clio nagrade.

ČLANOVI ŽIRIJA MKC-A 2012. IZ TVRTKE CHEVROLET

SUSAN DOCHERTY

Predsjednica i izvršna direktorica, Chevrolet Europe

MARC KEMPE

Direktor odnosa s javnošću, Chevrolet Europe

LIZ WETZEL

Direktorica za unutarnji dizajn, GM European Design Studio

MKC 2013.

ZADATAK: MODA

NOGOMETNI FENOMEN

Nogomet. Neki ga vole, drugi žive za njega, dok postoje i oni koje je još potrebno motivirati. Usprkos tomu, svatko će se složiti oko jednoga: najpopularniji sport na planeti potiče zapanjujuće razine strasti, emocija i iščekivanja. Bilo da ga pratite, igrate ili tek promatrate svo to uzbuđenje sa strane, moć nogometa je teško osporiti.

Kulturna marka Chevrolet jača svoju vezu s nogometom (www.chevroletfc.com) na svjetskoj razini, što je najbolje pokazala pokroviteljstvom dvaju vrlo popularnih svjetskih klubova, Manchester Uniteda i Liverpoola. Chevrolet je i jedan od pokrovitelja i pokretača projekta One World Futbol te će u sklopu toga donirati 1,5 milijuna gotovo neuništivih

nogometnih lopti siromašnoj djeci diljem svijeta. Ponosni smo što smo se približili nogometu i milijardama njegovih ljubitelja – a tu smo stigli i do veze sa sedmom sezonom MKC-a.

MKC 2013. istražuje i slavi svjetski fenomen zvan *nogomet*. Nakon nedavnoga Europskoga nogometnog prvenstva, predstojećega Svjetskog prvenstva 2014. godine i svih utakmica koje se igraju između ta dva događaja, može se reći da se nogomet nalazi svugdje oko nas. Pozivamo najbolje učenike/studente primijenjenih umjetnosti u Europi da od njega crpe nadahnuće te da uđu u samo njegovo srce.

STIL LIGE PRVAKA

Strastven ste ljubitelj nogometa i ikona stila – ponekad čak i oboje istovremeno.

Vaš je zadatak dizajnirati odjeću koja upada u oči svojim sportskim, a opet elegantnim stilom te odražava energiju strastvenog ljubitelja nogometa. Odjeća može biti muška ili ženska, a nosit će je model na većem europskom sajmu automobila, ili na foto snimanju, u svrhu predstavljanja posebnog izdanja automobila Manchester United Chevrolet Aveo (vidi opis zadatka u kategoriji Vizualne umjetnosti).

Savjetujemo vam da, kao nadahnuće, istražite dizajn, linije i sportsku »osobnost« gradskog automobila Chevrolet Aveo. Mogli biste pogledati i posebno izdanje automobila Manchester United Chevrolet Trax, ali samo kao dodatnu pomoć; vaš bi se dizajn trebao odnositi upravo na Aveo.

DODATNI NAPUTCI

- Odjeća bi trebala zaokružiti vizualni identitet kluba Manchester United, ali ga ne smije oponašati. Ukoliko želite koristiti boje kluba Manchester United ili ugraditi neke druge dijelove njegova dizajna, molimo vas da sa stranica MKC-a preuzmete dokument s grafičkim uputama kluba Manchester United.
- Jedini logotip koji se smije uključiti u dizajn, ali to nije uvjet, jest onaj tvrtke Chevrolet. Suptilno korištenje je dopušteno.

PROJEKTI SE PREDAJU NA SLJEDEĆI NAČIN:

- Dva primjerka crteža na papiru dimenzije A3 pričvršćena na ploču od poliuretanske pjene: jedan crtež prikazuje model s prednje, a drugi sa stražnje strane
- Jedna digitalna verzija crteža u JPEG formatu s razlučivosti A4 300-dpi na CD-u ili USB prijenosnoj memoriji
- Detaljno pisano objašnjenje vezano za predane materijale, npr. procjena troškova proizvodnje, mogućnosti i rokovi proizvodnje, uzorak preporučene tkanine

POSEBNA NAPOMENA

Svaki prvoplasirani projekt iz nacionalnog kruga natjecanja MKC-a natjecat će se u europskom finalu pa će stoga trebati biti izrađen prema europskoj standardnoj veličini 38 (za žene) ili 50 (za muškarce).

Prilikom predaje projekta potrebno je navesti ime i prezime autora, e-mail adresu, broj mobitela i naziv škole.

MKC 2013.

ZADATAK: FOTOGRAFIJA

NOGOMETNI FENOMEN

Nogomet. Neki ga vole, drugi žive za njega, dok postoje i oni koje je još potrebno motivirati. Usprkos tomu, svatko će se složiti oko jednoga: najpopularniji sport na planeti potiče zapanjujuće razine strasti, emocija i iščekivanja. Bilo da ga pratite, igrate ili tek promatrate svo to uzbuđenje sa strane, moć nogometa je teško osporiti.

Kulturna marka Chevrolet jača svoju vezu s nogometom (www.chevroletfc.com) na svjetskoj razini, što je najbolje pokazala pokroviteljstvom dvaju vrlo popularnih svjetskih klubova, Manchester Uniteda i Liverpoola. Chevrolet je i jedan od pokrovitelja i pokretača projekta One World Futbol te će u sklopu toga donirati 1,5 milijuna gotovo neuništivih

nogometnih lopti siromašnoj djeci diljem svijeta. Ponosni smo što smo se približili nogometu i milijardama njegovih ljubitelja – a tu smo stigli i do veze sa sedmom sezonom MKC-a.

MKC 2013. istražuje i slavi svjetski fenomen zvan *nogomet*. Nakon nedavnoga Europskoga nogometnog prvenstva, predstojećega Svjetskog prvenstva 2014. godine i svih utakmica koje se igraju između ta dva događaja, može se reći da se nogomet nalazi svugdje oko nas. Pozivamo najbolje učenike/studente primijenjenih umjetnosti u Europi da od njega crpe nadahnuće te da uđu u samo njegovo srce.

RIJEŠITI ZAGONETKU

Što je to u nogometu? A što čini ljubitelja nogometa? Možda se nećete uvijek domisliti tomu što to privlači ljude nogometu, ali kako bi taj sport bio toliko popularan, sigurno dira u nešto što prelazi granice nogometnog igrališta.

Vaš je zadatak vratiti se osnovama nogometa kako biste obuhvatili sliku koja otkriva razloge koji pobuđuju strast kojom je ta igra okružena. Bez obzira usmjerite li se na duh natjecanja, disciplinu, izdržljivost, sklad pod pritiskom, timski rad, ili bilo koju drugu dimenziju – putem slika, simbola ili vizualnih metafora – vaš bi rad trebao objasniti masovnu privlačnost nogometa i odražavati određeni stav prema njoj.

DODATNI NAPUTCI

- Automobili marke Chevrolet ne moraju se nalaziti na fotografiji.
- Fotografije neprikladne naravi koje mogu naštetiti marki Chevrolet neće biti prihvaćene. Chevrolet Europe zadržava pravo diskvalificirati svaki projekt koji smatra neprikladnim.

PROJEKTI SE PREDAJU NA SLJEDEĆI NAČIN

- Dva primjerka ispisa fotografije na papiru dimenzija 40x60 cm pričvršćena na ploču od poliuretanske pjene s bijelim obrubom od 3 cm.
- Elektronička datoteka (na CD-ROM-u ili USB prijenosnoj memoriji) u razlučivosti A4 300-dpi, te u JPEG i TIFF formatu.

Prilikom predaje projekta potrebno je navesti ime i prezime autora, e-mail adresu, broj mobitela i naziv škole.

MKC 2013.

ZADATAK: VIDEO

NOGOMETNI FENOMEN

Nogomet. Neki ga vole, drugi žive za njega, dok postoje i oni koje je još potrebno motivirati. Usprikos tomu, svatko će se složiti oko jednoga: najpopularniji sport na planeti potiče zapanjujuće razine strasti, emocija i iščekivanja. Bilo da ga pratite, igrate ili tek promatrate svo to uzbuđenje sa strane, moć nogometa je teško osporiti.

Kulturna marka Chevrolet jača svoju vezu s nogometom (www.chevroletfc.com) na svjetskoj razini, što je najbolje pokazala pokroviteljstvom dvaju vrlo popularnih svjetskih klubova, Manchester Uniteda i Liverpoola. Chevrolet je i jedan od pokrovitelja i pokretača projekta One World Futbol te će u sklopu toga donirati 1,5 milijuna gotovo neuništivih

nogometnih lopti siromašnoj djeci diljem svijeta. Ponosni smo što smo se približili nogometu i milijardama njegovih ljubitelja – a tu smo stigli i do veze sa sedmom sezonom MKC-a.

MKC 2013. istražuje i slavi svjetski fenomen zvan *nogomet*. Nakon nedavnoga Europskoga nogometnog prvenstva, predstojećega Svjetskog prvenstva 2014. godine i svih utakmica koje se igraju između ta dva događaja, može se reći da se nogomet nalazi svugdje oko nas. Pozivamo najbolje učenike/studente primijenjenih umjetnosti u Europi da od njega crpe nadahnuće te da uđu u samo njegovo srce.

PRETVORI ME U LJUBITELJA NOGOMETA

Ako ste velikodušan ljubitelj nogometa, smatrate svojom dužnošću prosvijetliti one koji to nisu.

Vaš je zadatak izraditi video spot koji ne objašnjava samo pravila i svijet nogometa onima koji ne igraju ili ne prate taj sport, već ih pretvara u ljubitelje nogometa. Spot mora biti zabavan, optimističan i trajati najduže 90 sekundi.

DODATNI NAPUTCI

- Kreativni koncept treba biti vizualne/glazbene naravi kako bi bio prikladan za korištenje na više jezika.
- Zbog pitanja vezanih za autorska prava, ne smiju se koristiti sekvence iz promidžbenih spotova ili filmova koje nisu izrađene u organizaciji koja podnosi projekt.
- Dopušteno je koristiti samo originalnu glazbu; u protivnome, potrebno je pribaviti pisanu dozvolu skladatelja te je priložiti projektu.
- Svi videozapisi trebaju sadržavati kratku sekvencu »Powered by Young Creative Chevrolet« koja se može preuzeti s internetskih stranica MKC-a.
- Slike neprikladne naravi koje mogu naštetiti marki Chevrolet neće biti prihvaćene. Chevrolet Europe zadržava pravo diskvalificirati svaki projekt koji smatra neprikladnim.
- Sljedeće nije dopušteno prikazivati ili predstavljati: nezakonite ili kriminalne aktivnosti; opasno ponašanje, uključujući brzu i nesmotrenu vožnju, ili poticanje na opasno ponašanje; političke, vjerske ili seksualne teme.

PROJEKTI SE PREDAJU NA SLJEDEĆI NAČIN:

» Dva primjerka DVD-a: jedan u velikom formatu te jedan u malom formatu

Veliki format (za gledanje)

- QuickTime Movie (MOV ili MP4) – NE u formatu Windows Media, WMV ili AVI
- Veličina zaslona: 768 x 432 (16:9)
- Veličina datoteke: maksimalno 80MB
- Trajanje: 20 do 90 sekundi

Mali format (za dijeljenje)

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

Prilikom predaje projekta potrebno je navesti ime i prezime autora, e-mail adresu, broj mobitela i naziv škole.

MKC 2013.

ZADATAK: VIZUALNE UMJETNOSTI

NOGOMETNI FENOMEN

Nogomet. Neki ga vole, drugi žive za njega, dok postoje i oni koje je još potrebno motivirati. Usprkos tomu, svatko će se složiti oko jednoga: najpopularniji sport na planeti potiče zapanjujuće razine strasti, emocija i iščekivanja. Bilo da ga pratite, igrate ili tek promatrate svo to uzbuđenje sa strane, moć nogometa je teško osporiti.

Kulturna marka Chevrolet jača svoju vezu s nogometom (www.chevroletfc.com) na svjetskoj razini, što je najbolje pokazala pokroviteljstvom dvaju vrlo popularnih svjetskih klubova, Manchester Uniteda i Liverpoola. Chevrolet je i jedan od pokrovitelja i pokretača projekta One World Futbol te će u sklopu toga donirati 1,5 milijuna gotovo neuništivih

nogometnih lopti siromašnoj djeci diljem svijeta. Ponosni smo što smo se približili nogometu i milijardama njegovih ljubitelja – a tu smo stigli i do veze sa sedmom sezonom MKC-a.

MKC 2013. istražuje i slavi svjetski fenomen zvan *nogomet*. Nakon nedavnoga Europskoga nogometnog prvenstva, predstojećega Svjetskog prvenstva 2014. godine i svih utakmica koje se igraju između ta dva događaja, može se reći da se nogomet nalazi svugdje oko nas. Pozivamo najbolje učenike/studente primijenjenih umjetnosti u Europi da od njega crpe nadahnuće te da uđu u samo njegovo srce.

INSTANT FAN-TRANSPORTER

Automobil koji vas približava klubu Manchester United više je od običnog automobila.

Vaš je zadatak dizajnirati pravi automobil navijača kluba Manchester United korištenjem naljepnica koje pokrivaju karoseriju. Vaš »fan transporter« bit će posebno sportsko izdanje automobila Manchester United Chevrolet Aveo, koji će se moći vidjeti kao izložbeni primjerak na europskim sajmovima automobila, a moguće i na foto snimanju (vidi zadatak za kategoriju Moda).

Iako bi dizajni trebali biti posebno vezani upravo za Manchester United, trebaju biti usmjereni više na navijače nego na sam klub.

DODATNI NAPUTCI

- Dizajn smije pokrivati samo lakirane dijelove automobila, tj. bez prozora, kotača, itd.
- Za specifikacije o formatu provjerite obrasce za Aveo dizajn, koje možete preuzeti s internetskih stranica MKC-a.
- Logotip kluba Manchester United mora biti uključen u dizajn. Za informacije vezane za korištenje logotipa, kao i specifikacije o boji i vizualnom identitetu, pogledajte službene grafičke upute kluba Manchester United, dostupne na internetskim stranicama MKC-a.
- Logotip tvrtke Chevrolet ne smije biti glavni dio dizajna. Ukoliko ga želite koristiti, molimo vas da provjerite smjernice za standardni europski korporativni dizajn koje su dostupne i mogu se preuzeti s internetskih stranica MKC-a.

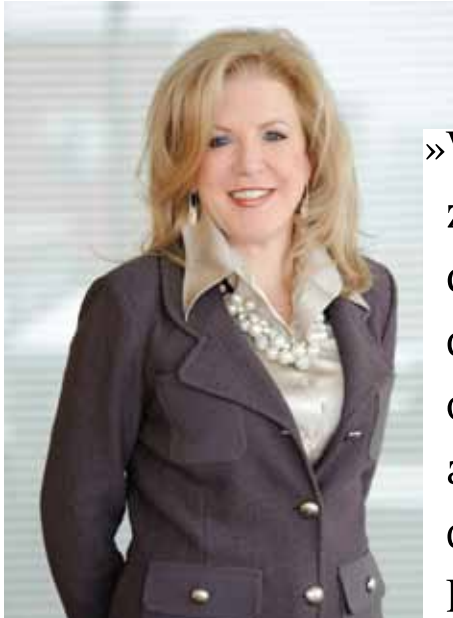
- Slike neprikladne naravi koje mogu naštetiti marki Chevrolet neće biti prihvaćene. Chevrolet Europe zadržava pravo diskvalificirati svaki projekt koji smatra neprikladnim.

PROJEKTI SE PREDAJU NA SLJEDEĆI NAČIN:

- Jedan nacrt dizajna naljepnice/obloge kako slijedi: dva primjerka ispisa na papiru dimenzija DIN A2 (pejzažna orijentacija, 594 x 841 mm), pričvršćena na ploču od poliuretanske pjene, bez margina (bleed off); nema ograničenja vezanih uz vrstu i kvalitetu papira koji se koristi
- Elektroničke datoteke u formatu EPS/TIFF (300-dpi, DIN A1) na CD-ROM-u/DVD-ROM-u/USB prijenosnoj memoriji zajedno s primjerkom u JPEG formatu (300-dpi, DIN A4) na istom mediju za pohranu
- Napomena: CD-ROM može sadržavati i sve potrebne tehničke informacije (pantone boja, komentare, itd.) koji će se koristiti pri realizaciji projekta

Prilikom predaje projekta potrebno je navesti ime i prezime autora, e-mail adresu, broj mobitela i naziv škole.

MKC UKRATKO



»Vidjeti dokaze da postoje takvi talenti za umjetnost i dizajn u Europi ne samo da nadahnjuje već i obećava. Ovako dobri mladi umjetnici i dizajneri trebaju ohrabrenje u ovoj fazi njihovih karijera, a mi smo presretni što možemo nastaviti davati naš doprinos kroz natječaj MLADI KREATIVNI CHEVROLET.«

Susan Docherty
Predsjednica i izvršna direktorica
Chevrolet Europe

MKC TIJEKOM GODINA

» **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

» **MKC 2012.**

Prijavljeno više od 280 škola iz 24 zemlje

Što donosi MKC 2013.?

NEMOJTE PROPUSTITI PRILIKU DA SUDJELUJETE U NATJECANJU MKC 2013.

PRIJAVITE SE ONLINE DO
31. PROSINCA 2012.

www.youngcreativechevrolet.eu

DODATNE INFORMACIJE:
yccregistration@setouts.co.uk
ili +44 (0)75 404 88 254

PREDSTAVLJA



CHEVROLET